

Giovani App: il progetto innovativo che sostiene i giovani e il commercio

E' stata presentata nella Sala Consiliare del Comune di Bergamo, Giovanni App: un progetto innovativo che dà la possibilità in esclusiva a circa 86.000 giovani d'età compresa tra i 15 e i 30 anni residenti in 73 comuni della Bergamasca (tra cui Bergamo) di accedere a promozioni sia commerciali sia culturali utilizzando l'App per dispositivi mobili o il sito web dedicati. Oltre alle amministrazioni comunali, il progetto vede tra i suoi protagonisti anche il mondo del commercio.

Incentivare il commercio giovanile coinvolgendo i negozi di vicinato che hanno così l'opportunità di aprire una nuova grande vetrina a costi zero: questi, in estrema sintesi, gli obiettivi principali che vuole centrare Giovanni App.

I negozianti potranno offrire tramite App o sito web ai giovani utenti prodotti con sconti esclusivi (entrambi liberamente). In tal modo gli esercenti hanno la possibilità di aprire una nuova grande vetrina (inizialmente virtuale, poi concreta) in modo completamente gratuito: registrazione, pubblicazione delle offerte non hanno infatti costi (diversamente ad altre applicazioni di questo tipo, che generalmente prevedono delle commissioni).

Il progetto Giovanni App è promosso da: Provincia di Bergamo, Comune di Bergamo, Camera di Commercio di Bergamo. A Turismo Bergamo invece il ruolo di coordinatore del progetto e lo sviluppo della comunicazione. Al progetto, proposto a tutti i comuni della Bergamasca, hanno aderito 73 amministrazioni comunali.

L'iniziativa, in questa prima fase, si rivolge ai giovani, offrendo loro una scontistica sugli acquisti sia commerciali

(coinvolti i negozianti) sia culturali (eventi di vario genere, proposti dai comuni). In futuro, l'applicazione potrà essere sviluppata e dedicata ad altre fasce di utenti, ad esempio quella dei turisti, degli over 65 anni, ect).

Il progetto è un ottimo strumento anche per i commercianti, che, con un'unica interfaccia, potranno caricare offerte diverse per target diversi.

Si tratta quindi di una piattaforma destinata ad ampliarsi nei tempi adeguati coinvolgendo altre fasce di utenza.

L'App si può scaricare gratuitamente dagli store dei sistemi Android ed Apple. I giovani utenti possono cercare le proposte più interessanti anche tramite il pc, collegandosi al sito www.giovaniapp.it.

Per utilizzare l'App, i giovani devono registrarsi fornendo dati anagrafici, numero di cellulare e password. La titolarità dei dati raccolti dai comuni riguardanti i giovani è in capo a VisitBergamo.

Durante la presentazione a Palazzo Frizzoni sono intervenuti: Giorgio Gori, sindaco di Bergamo; Christophe Sanchez, amministratore delegato di VisitBergamo; Maria Carolina Marchesi, assessore alle Politiche giovanili Comune di Bergamo; Enrico Gaspani, informatico di Sfera Networks, società che ha sviluppato l'applicazione.

GIOVANI

L'utente finale (i giovani) può registrarsi tramite l'app su dispositivo mobile o tramite il sito web. Al momento della registrazione, il giovane dovrà fornire i seguenti dati: nome e cognome, data di nascita, comune di residenza, numero di cellulare, password. Una volta forniti i dati, l'utente riceverà un Pin tramite sms sul proprio cellulare, che servirà ad attivarlo sul portale. Terminato il processo di registrazione, l'utente avrà un codice che lo rappresenterà univocamente e che dovrà mostrare per ottenere gli sconti (PIN

UTENTE). Non sarà quindi necessario esibire documenti d'identità. La titolarità dei dati raccolti dai comuni riguardanti i giovani è in capo a VisitBergamo.

L'interfaccia principale dell'utente permetterà di visualizzare le offerte delle strutture più vicine a lui oppure di cercare per nome offerta, nome struttura, categoria struttura, data offerta.

L'utente potrà visualizzare le varie promozioni, e se disponibile, potrà effettuare una richiesta di prenotazione alla struttura offerente. Questa richiesta dovrà essere accettata dalla struttura prima di trasformarsi in una prenotazione vera e propria, e l'utente verrà avvisato tramite notifica e/o sms della risposta. In caso di particolari richieste, l'utente potrà contattare la struttura tramite i recapiti presenti sul suo profilo.

Per usufruire dello sconto, l'utente dovrà identificarsi mostrando all'esercente il codice univoco di 6 cifre. A questo punto l'esercente potrà inserire il codice utente nel suo pannello, registrando così la fruizione. L'utente, una volta usufruita la promozione, ha la possibilità di dare una valutazione (pollice in su o pollice verso) sulla corrispondenza tra la descrizione dell'offerta e lo sconto effettivamente applicato.

MONDO DEL COMMERCIO

Il mondo del commercio, rappresentato da Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo, ha a disposizione un sistema centralizzato (piattaforma) di inserimento, gestione e pubblicazione delle promozioni, collegandosi al sito www.bergamocommercio.it. L'esercente dovrà registrarsi al servizio e potrà accedere all'area riservata dove potrà inserire una o più strutture per le promozioni. Ogni struttura avrà un profilo personalizzabile con descrizione, posizione sulla mappa, sito web, indirizzo e-mail, telefono, orari di apertura, foto e categoria (ad es. negozio di abbigliamento, hotel, ristorante ecc.). Ogni negozio ha la possibilità di

inserire liberamente le proprie promozioni (prodotti e percentuale di sconto), caratterizzate da descrizione, oggetto, date di inizio e fine offerta, percentuale di sconto, foto, posizione sulla mappa e numero di utilizzi massimi per utente finale, quantità (opzionale). Sulle offerte c'è un controllo effettuato da VisitBergamo, che valuta la pertinenza delle proposte a tutela dei giovani.

COMUNI

I comuni usufruiscono di una interfaccia web simile a quella dei commercianti per il caricamento delle offerte culturali/ricreative/etc, collegandosi al sito www.offertagiovaniapp.it. Le amministrazioni potranno segnalare gli eventi culturali in generale e tutte le iniziative che possono interessare la giovane utenza (spettacoli di vario genere, mostre, festa di piazza, ect) . Le offerte saranno visibili a tutti gli utenti, ma eventualmente notificate ai soli residenti.

COMUNI CHE HANNO ADERITO AL PROGETTO:

Albano Sant'Alessandro, Albino, Almè, Arcene, Arzago d'Adda, Azzano San Paolo, Bagnatica, Barzana, Bergamo, Berzo San Fermo, Brianza, Boltiere, Bonate sotto, Borgo di Terzo, Brusaporto, Calcinate, Caprino Bergamasco, Caravaggio, Carobbio degli Angeli, Casazza, Castel Rozzone, Chiuduno, Cenate Sopra, Cenate Sotto, Ciserano, Curno, Dalmine, Dossena, Endine Gaiano, Entratico, Fara Gera d'Adda, Gaverina, Gorlago, Gorle, Grone, Lallio, Levate, Luzzana, Madone, Mezzoldo, Monasterolo del Castello, Morengo, Mornico al Serio, Mozzo, Osio Sopra, Osio Sotto, Paladina, Pedrengo, Piazzolo, Ponte San Pietro, Ponteranica, Ranica, Ranzanico, Roncobello, San Giovanni Bianco, San Paolo d'Argon, San Pellegrino Terme, Scanzorosciate, Selvino, Solza, Sorisole, Spinone al lago, Torre Boldone, Trescore Balneario, Treviglio, Treviolo, Ubiale Clanezzo, Valnegrà, Verdello, Vigano San Martino, Villa d'Almè, Villa di Serio, Zandobbio.



Smart City & Negozio 4.0: Un incontro sull'innovazione del commercio e la rigenerazione urbana

La rivoluzione digitale, unita ai cambiamenti in corso nel mercato e nella società, stanno trasformando non solo le attività commerciali ma le città stesse. Cambiano i prodotti, i servizi e anche i comportamenti di acquisto dei clienti/cittadini. Spesso i cambiamenti non sono indolori e il

commercio al dettaglio e gli esercizi di vicinato sono stati tra più esposti a questi cambiamenti.

Ma sarebbe pericoloso dare tutta la colpa al digitale e all'eCommerce. Anzi il digitale – come tutti gli ambienti tecnologici ricchi di novità e funzionalità – può essere una minaccia ma anche un'opportunità ... a patto che lo si conosca, che si sappia scegliere, che si abbia il coraggio di cambiare mentalità, e non limitarsi a fare "ciò che si è sempre fatto".

Il fatto che Amazon compri catene di negozi e che ogni apertura di un Apple store crei una piccola rivoluzione urbana dimostra altresì che il negozio non è morto anzi ... La questione è dunque come far evolvere il negozio fisico per cogliere la sfida del digitale e come le città debbano trasformarsi – nel loro essere sempre più smart – non solo per far vivere meglio i cittadini ma anche per rendere gli operatori commerciali e di prossimità che in esse operano più forti, radicati e competitivi.

E allora i distretti urbani del commercio riletti con la lente del digitale, le tecnologie digitali per potenziare l'esperienza fisica d'acquisto, i temporary store visti come aule didattiche su strada per provare il digitale, i sensori per analizzare i flussi pedonali e la permanenza davanti alle vetrine, i nuovi sistemi di pagamento usati dai più giovani, le comodità della consegna a domicilio per alcuni segmenti di clientela, ... sono esempi delle fondamenta su cui si costruirà il negozio 4.0. Negozio 4.0 inteso come modalità con cui il commercio di prossimità e i negozi tradizionali potranno cogliere in pienezza le opportunità offerte dalla rivoluzione digitale senza snaturar le loro origini e la loro specificità.

Andrea Granelli: presidente di Kanso, società di consulenza che si occupa di innovazione e change management. Da diversi anni lavora su temi legati all'innovazione: inizia come ricercatore al CNR e lavora per diverse aziende (CESI, Montedison, Fimedit, McKinsey). Nel 1996 entra in Telecom

Italia dove fonda tin.it – facendone per molti anni l'amministratore delegato – e poi diventa CEO della ricerca e del Venture Capital del gruppo (Tilab). È stato membro del Comitato di valutazione del CNR, direttore scientifico della scuola internazionale di design Domus Academy, presidente dell'Associazione Archivio Storico Olivetti e membro del Consiglio Nazionale del WWF. Scrive periodicamente di innovazione su libri, quotidiani e riviste, con particolare attenzione alla rivoluzione digitale e ai suoi molteplici risvolti (anche quelli problematici). Ha inoltre curato la voce “Tecnologie della comunicazione” per la nuova enciclopedia Scienza e Tecnica della Treccani. Ha recentemente lanciato – insieme a Flavia Trupia – “PerLaRe”, associazione per il rilancio della retorica e il suo reinserimento tra gli elementi fondativi della leadership.

L'appuntamento è il 20 marzo 2019, ore 13.00 in Sala Ferruccio Galmozzi in via Torquato Tasso 4 a Bergamo

[invito_negozio 4.0-20.03.19](#)

Addio a scontrini e ricevute, è in arrivo il registratore di cassa telematico

Novità in vista nel campo fiscale. Dal 1° gennaio 2020 chi effettua commercio al dettaglio dovrà memorizzare e trasmettere telematicamente all'Agenzia delle Entrate gli incassi della giornata.

L'obbligo scatta dal 1° luglio 2019 per gli esercenti che hanno un volume d'affari superiore a 400 mila euro.

Commercianti e artigiani dovranno quindi acquistare o adattare

i propri registratori di cassa. Per ridurre la spesa un provvedimento ministeriale del 28 febbraio scorso ha previsto un contributo del 50% della spesa sostenuta, fino a un massimo di 250 euro in caso di acquisto e di 50 euro in caso di adattamento. Il contributo è valido per le spese sostenute nel 2019 e nel 2020 .

Il contributo viene concesso all'esercente come credito d'imposta, "utilizzabile in compensazione tramite modello F24, a partire dalla prima liquidazione periodica dell'Iva successiva al mese in cui è stata registrata la fattura relativa all'acquisto o all'adattamento del misuratore fiscale ed è stato pagato, con modalità tracciabile, il relativo corrispettivo".

Il credito, aggiunge l'agenzia fiscale, "deve essere indicato nella dichiarazione dei redditi dell'anno d'imposta in cui è stata sostenuta la spesa e nella dichiarazione degli anni d'imposta successivi, fino a quando se ne conclude l'utilizzo".

Per qualsiasi informazioni o approfondimento è possibile contattare Alessandro Rota, dell'Area Consulenza generale di Ascom al numero 035 4120135 o scrivere a consulenza@ascombg.it.

Commercio e servizi, accordo saltato per la stagionalità

Accordo saltato tra Ascom Confcommercio Bergamo e le organizzazioni sindacali territoriali Filcams CGIL, Fisascat CISL e UilTucs UIL sulla gestione della stagionalità per i settori del commercio e dei servizi.

“Peccato che il commercio non riesca a trovare un accordo. Il CCNL delega al Territorio tale possibilità e dopo mesi di trattativa il sindacato territoriale non trova una posizione unitaria” afferma Enrico Betti, responsabile dell’Area Lavoro di Ascom Confcommercio Bergamo-.

Nell’ultimo incontro effettuato oggi 8 marzo le posizioni dei tre segretari di Filcams CGIL Fisascat CISL e UilTucs UIL sono state ancora divergenti. Le proposte effettuate da Ascom non sono state accolte.

“Sia la prima proposta fatta alcuni mesi fa sia quella di oggi è stata bocciata, per il sindacato l’individuazione dei comuni a vocazione turistica, che peraltro riprende la normativa Regionale del 2015 e del 2008, è troppo estensiva, ma non hanno presentato una proposta alternativa. Peraltro la trattativa si è interrotta con una pregiudiziale politica da parte della Filcams CGIL che ha espressamente affermato che non sa se ha il mandato per trattare l’argomento – spiega Betti-. E’ una posizione incomprensibile. E’, infatti, il contratto nazionale che delega il secondo livello, è la legge Regionale ad indicare i comuni coinvolti ed è la legge nazionale 81/2015 a definire il perimetro in cui l’accordo avrebbe valore. Auspichiamo comunque che le trattative possano riprendere al più presto al fine di non penalizzare ulteriormente le aziende del commercio e dei servizi soggette alla stagionalità. Attendiamo che la Filcams sciolga le sue riserve”.

L’accordo interessa oltre 20 mila imprese del commercio e dei servizi bergamasche.

Sulle stesso tema nei mesi scorsi è stato raggiunto l’accordo a livello nazionale tra Confcommercio, Fipe e Federalberghi e le organizzazioni sindacali dei lavoratori Filcams CGIL, Fisascat CISL e Uiltucs. Il risultato è che le imprese del Turismo ed i Caf possono assumere personale per far fronte ai picchi di lavoro determinati dalla stagionalità, senza dover sottostare a particolari limitazioni. Infatti, per superare le

rigidità introdotte dal Decreto “Dignità” all’utilizzo del contratto di lavoro a termine e nel contempo sostenere l’occupazione, l’unica strada da percorrere era quella di siglare un’intesa con le organizzazioni sindacali, applicando di fatto la deroga per le attività stagionali prevista dal decreto legislativo 81/2015. E così è stato fatto. Gli accordi prevedono, per tutte le attività del turismo e i Caf, che sono fortemente condizionate da un’intensificazione dell’attività in alcuni periodi dell’anno, di assumere personale per ragioni di stagionalità o di rinnovare il rapporto a termine con un dipendente, ad esempio un cameriere, affidandogli le stesse mansioni e senza dover indicare alcuna causale nel contratto.

“Gli accordi riaffermano e rafforzano l’importanza e l’efficacia della contrattazione realizzata dalle Organizzazioni sindacali più rappresentative – conclude Betti -. Per la nostra base associativa è un risultato importante. L’economia della nostra Provincia è fondata su attività a prevalente vocazione turistica con la conseguenza che anche la necessità di lavoratori ne è fortemente influenzata. I nostri uffici sono a disposizione delle imprese associate per i chiarimenti che dovessero essere necessari”. L’accordo nazionale riguarda più di 4 mila aziende del nostro territorio.

Arriva lo “Sbarazzo”, super offerte dei negozi del centro sul Sentierone

Domenica 17 marzo nei negozi di Bergamo sul Sentierone arriva lo ‘Sbarazzo’, una giornata dedicata alle super offerte di

fine saldi dei negozi del Centro I negozi allestiranno degli stand per presentare i propri articoli in offerta super scontata. L'iniziativa è promossa da Comune di Bergamo, Distretto Urbano del Commercio e Associazione BergamoInCentro

Commercio: servono regole nuove e un reale riconoscimento

La fotografia scattata da Confcommercio sulle trasformazioni del commercio degli ultimi dieci anni (2008-2018) nei maggiori centri urbani italiani ha mostrato la tenuta complessiva del terziario nella nostra città, con l'exploit di bar, ristoranti e strutture ricettive e il calo del commercio tradizionale. Il problema del commercio di Bergamo non riguarda i numeri, semmai la qualità e le prospettive.

Bergamo risulta in posizione di vantaggio rispetto agli altri comuni analizzati in due aspetti: l'exploit del food è stato molto forte (+16,8% in dieci anni), in linea rispetto alla media nazionale fuori dal centro storico e addirittura doppio nel centro storico (+ 36,2%) e, allo stesso tempo, la riduzione dei negozi è stata nettamente inferiore alla media (-3,0% fuori dal centro storico e -13,9% nel centro dove però le attività commerciali hanno lasciato spazio a ristoranti). Questo anche perchè la nostra città ha già pagato dazio alla pressione della grande distribuzione molto prima, nell'ultimo decennio del vecchio secolo, con l'insediamento dei tre grandi poli commerciali extraurbani di Curno, Seriate e Orio al Serio.

L'aspetto critico è la contrazione delle dimensioni medie

degli esercizi di vicinato a cui si accompagna una loro minore capacità di azione e di reazione rispetto alla concorrenza. Una piccola impresa per poter sopravvivere a lungo termine deve isolare le risorse finanziarie per investire. La crisi dei consumi che persegue sta fiaccando la resistenza delle nostre imprese. Il forte turnover di aperture e chiusure è un segnale sinistro dello stato del comparto.

La prospettiva non è solo sulla resistenza, ma sulla qualità della proposta. Il nostro è un territorio dove l'offerta in termini di prodotto e servizio è sempre stata al top nazionale, in linea con l'eccellenza che contraddistingue la nostra regione.

La qualità nel commercio non alimentare è fondamentale perché consente di competere con il commercio on line, che per sua natura è perfetto nell'immagine e nel servizio. Nel comparto alimentare la qualità è ancora più importante perché se viene meno si rischia di far arretrare il senso del buono nel cliente, spingendolo verso proposte standardizzate e omologate e quindi verso i concorrenti stessi del commercio tradizionale.

Cosa serve, quindi? Sul piano delle regole serve una rivisitazione del decreto Bersani, che dopo più di vent'anni appare anacronistico e comunque indebolito dal recepimento maldestro delle direttive europee. Quello che sta avvenendo con la liberalizzazione delle medie strutture di vendite dimostra in modo evidente che il decreto è incapace di salvaguardare lo stesso concetto che l'aveva ispirato, ossia l'equilibrio tra piccoli e grandi.

Inoltre, come ha chiesto il presidente Confcommercio Carlo Sangalli, occorre un reale e concreto riconoscimento del servizio e del sistema di relazioni che i negozi assicurano, fatto di incentivi e di sgravi veri, non a chi 'parte', ma a chi sul mercato è rimasto finora con grande fatica e passione. Prima che sia troppo tardi.

Negozi in calo ma è boom di alberghi e locali

I centri storici hanno perso il 13% dei negozi in sede fissa nel periodo 2008-2018, -14% al sud con divario di 4 punti percentuali rispetto al centro-nord. Rispetto alle periferie lo scarto è di circa il 3%.

È quanto emerge dall'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio sull'evoluzione negli ultimi dieci anni delle attività commerciali, turistiche e dei servizi nei centri storici e nelle periferie.

Lo studio è stato realizzato su 120 città, di cui 110 capoluoghi di provincia e 10 comuni di media dimensione).

Per quanto riguarda Bergamo, in questi dieci anni, guadagniamo qualcosa nel centro storico e perdiamo fuori dal centro, meno rispetto alla media nazionale.

Se la media nazionale sul commercio registra -13% nei centri storici, a Bergamo è del -13,9%, con un calo da 97 attività a 83. Ma il saldo negativo è affiancato dalla grandissima crescita di alberghi, bar e ristoranti che segnano +36,5 passando da 69 a 94, contro il 18,6% nazionale.

Fuori dai centri storici: i negozi a Bergamo calano del 3% passando da 1.291 a 1.262, contro il calo nazionale del 10,3%, mentre alberghi, bar e ristoranti in città del 16,8%, con le attività dell'accoglienza che salgono da 675 a 789) e a livello nazionale del 17,7%.

“Il cambio di vocazione di parti della città verso il turismo insieme alla crescita dei flussi turistici degli ultimi anni sono evidenti – dice Oscar Fusini, direttore di Ascom

Confcommercio Bergamo -. La caduta del commercio di vicinato fuori dal centro storico c'è ma è meno pesante della media dei comuni medio grandi. I negozi tengono perché l'effetto della grande distribuzione è già stato pagato prima del 2008 in città all'epoca dei grandi insediamenti extraurbani. Il calo nel centro storico dei negozi è maggiore per effetto del cambio di vocazione che ha garantito il mantenimento delle rendite immobiliari attraverso la sostituzione con bar e ristoranti".

Il commercio fatica ma è vivo in città. La città cambia e si trasforma il commercio. Le rendite immobiliari resistono perché trovano nel cambio di destinazione motivo di trasformazione.

"La preoccupazione è su due fronti – segnala Fusini – per la sostenibilità a lungo termine dei tanti nuovi esercizi del settore food e per la sopravvivenza di molte merceologie del commercio di vicinato che risultano in difficoltà a reggere canoni di locazione troppi alti e non diminuiti".

Lo studio di Confcommercio ha indagato vari temi: come l'evoluzione delle attività commerciali, turistiche e dei servizi ha cambiato il volto delle città, dai centri storici alle periferie, negli ultimi 10 anni, il ruolo del commercio ambulante e le proposte per riqualificare i centri urbani e scongiurare il rischio di desertificazione commerciale.

Secondo il direttore dell'Ufficio Studi, Mariano Bella, c'è un evidente effetto composizione dei consumi. Crescono negozi tecnologia e farmacie, cade il numero di negozi tradizionali, che escono dai centri storici per trasformarsi nell'offerta delle grandi superfici specializzate fuori dalle città. Il calo dei consumi reali pro capite ha comportato una perdita di negozi in sede fissa. Quando salgono i consumi il numero di negozi resta stabile. L'impatto della popolazione è positivo, la sua riduzione determina maggior desertificazione delle città. Bella ha sottolineato che secondo le stime dell'Ufficio Studi, "il 70-80% della riduzione dei negozi dei centri

storici è dovuto a razionalizzazione e scelte relative a scarsa redditività e competizione con e-commerce, centri commerciali, parchi e outlet”.

[dati commercio bergamo 2008-2018](#)

“Maestri del commercio”: ecco i premiati

Diciassette imprenditori sono stati premiati domenica 24 febbraio nell’ambito della cerimonia dei “Maestri del Commercio” promossa da 50 & Più di Bergamo, l’Associazione che riunisce gli anziani del commercio aderente a Confcommercio Imprese per l’Italia. Ai “veterani” del terziario è stata assegnata l’Aquila di Calimala, simbolo della più antica corporazione dei mercanti italiana e distintivo che celebra una vita dedicata al lavoro e allo sviluppo della vitalità dell’economia locale.

Questi sono i premiati:

Aquile di diamante – Da 50 anni

Oswaldo Basetti di Bonate Sotto Agente. Nato a Bergamo ha lavorato come agente di commercio nel settore di petrolio per 55 anni, dal 1 ottobre del 1961 al 31 dicembre del 1973, presso ‘Alfa Petroli spa’.

Pierino Gastoldi di Bariano, ha 50 anni di attività nel settore alimentari come titolare della macelleria salumeria gastronomia Gastoldi a Bariano, insignita del riconoscimento di Negozio storico. La macelleria Gastoldi nasce nel 1905 a Bariano, in via Roma. Il titolare è Antonio e insieme a lui ci sono anche i suoi tre figli: Rino, Giovanni e Cesare. Ben

presto le loro strade si dividono, poiché Rino va a vivere altrove; Giovanni sposa Teresa e rileva la drogheria che la giovane aveva con sua madre sempre sulla via Roma, mentre Cesare rimane nel negozio del padre. Ma Giovanni porta nel cuore la passione per la professione del padre, così nel 1943 acquista i locali in via Roma al civico 1, dove ancora oggi ha sede l'attività, e nel 1951 acquisisce anche la licenza di macelleria. Lavora i migliori capi di bovini della zona e produce con le sue mani i prosciutti e gli insaccati che vende alla sua clientela affezionatissima. Negli anni Settanta la macelleria Gastoldi diventa una vera e propria azienda di famiglia che vede impegnati anche tutte e cinque i figli di Giovanni; è il 1978 quando Piero, l'unico figlio maschio, rileva l'attività con la moglie Beatrice e traghetta questa storica esperienza fino ai giorni nostri. Ancora oggi la qualità dei prodotti e delle materie prime è il punto di forza della macelleria Gastoldi. Pierino ha affiancato il padre Giovanni dal 1965 fino al 1978 e dal 1978 guida la macelleria.

Francesca Giupponi. Nata ad Albano Sant'Alessandro, abita a Carona. Dal 1953 al 1964 ha lavorato come cameriera all'Albergo Alpino. Dal 1975 a tutt'oggi è titolare del Bar del Centro a Carona.

Agli inizi lavorava come cameriera nei ristoranti. Poi si è messa in proprio con un bar ristorante a Carona, da sola perché il marito aveva una attività in proprio. Da 26 anni è il volto e l'anima del Caffè del centro in via Angelo Bianchi. A quasi 85 anni (li compie ad aprile) è ancora lei ad aprire il locale e ad accogliere i clienti, con il solo aiuto di una collaboratrice. Il bar è stata ed è la sua vita. Il segreto di tanta longevità è la gestione familiare, il suo carattere solare e il rapporto di affetto costruito con generazioni di bambini, adulti e anziani. "Sempre andata avanti da sola", afferma.

Maria Elisabetta Minuscoli. Nata a Nembro, abita a Clusone. È stata coadiuvante di Luigi Minuscoli dal 1959 al 1961 in

panificio, e dal 1962 al 2012 ha affiancato suo marito, Giovanni Canova, nella sua attività di cartoleria. “Vendevo il pane e quando mi sono sposata con Giovanni Canova sono andata ad aiutarlo in cartoleria”, racconta la signora Minuscoli e spiega che il suo lavoro da fornaia era completamente diverso. “Nel panificio era tutto molto veloce e si lavorava tanto. Mentre in cartoleria era tutto più calmo e ovviamente non ci si doveva alzare alle 5 del mattino”, ricorda e aggiunge ridendo che quello che le manca di più dal suo lavoro precedente è la possibilità di mangiare qualche biscotto o grissino appena sfornato. Nonostante ciò, il suo lavoro in cartoleria è sempre stato gratificante soprattutto quando i clienti sceglievano libri come regalo. “Gialli, di autori italiani o stranieri, di politica i libri sono stati da sempre i più venduti del negozio. Scherzando dicevo ai clienti che non c’era bisogno di andare a Milano a recuperare libri, ma che dovevano restare a Clusone perché la nostra cartoleria aveva tutto”, aggiunge anche se nota che negli ultimi anni si lavora di più coi turisti che amano viaggiare fino a Clusone per qualche giorno di vileggiatura. Non a caso articoli e libri di turismo locale sono tra i più venduti.

Aimone Peracchi. Nato a Gazzaniga, vive a Vertova. È stato coadiuvante commerciante dal 1967 al 1972 di un negozio di casalinghi e ferramenta. Dal 1973 è titolare. Nato e cresciuto nel negozio del papà, Aimone Peracchi non avrebbe potuto scegliere diversamente che seguire il progetto del padre: il negozio di casalinghi e ferramenta. Già dal 1959 è iscritto all’Inps come coadiuvante commerciante dell’attività e dal 1973 diventa lui il titolare. “Dopo 60 anni di continuo lavoro i clienti storici vengono da me perché sanno che troveranno quello che gli serve che magari da altre parti non riescono a recuperare”, afferma Peracchi che aggiunge che è rimasto l’unico negozio di casalinghi e ferramenta nella zona. Piccoli elettrodomestici, oggetti e tutto quello che serve per avere una casa completa lo si può trovare nel negozio Peracchi che non immagina la sua vita senza la sua attività. “I miei figli

sono contenti che vado avanti con il negozio e ho qualcosa a cui pensare”, aggiunge l’imprenditore.

Francesco Previtali. È nato a Spinone del Lago. Dal 1967 è titolare del ristorante pizzeria L’Arlecchino a Bergamo. Era il 12 giugno del 1967 quando Franco Previtali aprì la pizzeria che ormai è diventata un locale storico per i bergamaschi. Di certo sono in pochi a non essersi mai seduti ai suoi tavoli. L’Arlecchino, in piazza Sant’Anna, è una delle pizzerie storiche di Bergamo, aperta 50 anni fa, era il 12 giugno 1967. Franco Previtali, nativo di Bianzano, classe 1943, fu uno dei primi bergamaschi a credere nella «pizzamania», dopo che a Bergamo le prime pizzerie erano state aperte da meridionali trapiantati al nord, leggasi «Pio», «Ciro» e «Mimmo». Franco festeggia mezzo secolo di attività in piena forma, sua e del locale, alla cui conduzione collaborano le figlie Enrica e Francesca, insieme al genero Gianfranco Rotini. Esemplare «self-made man», Previtali non ha frequentato scuole alberghiere, si vanta di avere imparato tutto sul campo, lavorando al forno delle pizze, al bar, in cucina, in sala, in gelateria. A Franco tutti riconoscono grande passione per il suo lavoro, fantasia, simpatia e capacità di comunicare con i clienti. «Sì – ammette – molti dei nostri clienti vengono qui da anni, anche due-tre volte la settimana, intere famiglie che mi dicono di trovarsi come a casa”.

Isaia Vassalli. Nato a Bergamo, abita a Sorisole. È stato titolare commerciante ambulante dal 1965 al 2015. Ha iniziato nel 1956 nei mercati di Bergamo con i primi banchetti: “Vendevo i baby doll e sottovesti, intimo. Ora maglieria e abbigliamento”. Ha avuto banchetti a Bergamo, Cologno Monzese, San Pellegrino, Ponte san Pietro, Treviglio, Como. “Gli anni più belli dagli anni ’60 agli anni ’80 l’Italia era il giardino d’Europa, poi è cambiato tutto ed è diventato difficile. Mi ricordo che andavo a Como il sabato. Tutti gli svizzeri venivano a comprare. Mia moglie ha lavorato sempre con me. Mi piaceva stare con la gente”, afferma. Il mese

prossimo compie 84 anni ma 'continuo a girare i mercati con mio figlio. Non riesco a stare a casa. In quegli anni venivano tante belle signore, è sempre stato bello soprattutto il mercato di Bergamo aveva una tradizione”.

Aquile d'oro – 40-49 anni

Claudio Breviario. Nato a Bergamo, abita a Azzano San Paolo. È stato titolare commerciante agente di commercio dal 1974 al 2014.

Giovanni Mauro Dolci. Nato a Zogno. È stato aiutante del padre Mauro dal 1975 al 1982. Dal 1983 è titolare ambulante di vendita di formaggi e salumi. È presidente provinciale della Fiva, Federazione Italiana Venditori su Area pubblica, e vicepresidente vicario della Fiva. Tra pochi mesi cede l'attività alla terza generazione così la tradizione di famiglia continua. “Il tempo è volato ma piangere sul latte versato non ha senso. Anzi, si deve sempre guardare in avanti e ogni anno che passa è sempre importante”, afferma Dolci e aggiunge che nel lavoro è necessario anche divertirsi perché “se si pensa solo al denaro e non anche al piacere si smette prima”. Prodotti locali, tradizionali, come il branzi, il taleggio, il grana ma anche altri prodotti tipici delle valli formano un puzzle goloso di tutte le pietanze che i clienti possono trovare dall'attività di Dolci. La sua fama è tale che ha superato anche i confini arrivando anche in Ucraina, grazie alle clienti che preferiscono i suoi prodotti che di seguito inviano alle loro famiglie. “Sanno cosa vogliono, sono esigenti e guardano il rapporto qualità-prezzo. Scelgono soprattutto formaggi come il grana, il branzi, il taleggio e quasi ogni 15 giorni spediscono a casa”, aggiunge Dolci che ritiene necessario adeguarsi alle esigenze dei clienti, ai nuovi gusti e alle abitudini che cambiano. Bisogna, come sostiene, avere un pensiero innovativo, pensare ai bisogni dei clienti e cercare di conquistarli, avere la loro fiducia e risolvere i loro problemi. Non è un caso che i clienti affezionati tornano sempre da lui per acquistare i prodotti di

qualità.

Marcello Ghirardi. Nato a Bergamo. È stato dipendente dal 1972 al 2008 in una panetteria. Dall'88 è titolare della Panetteria Ghirardi Marcello. È un panificio storico che segue le tecniche di una volta per offrire il meglio alla sua clientela. Nel panificio Ghirardi si trova il pane tradizionale che difficilmente si recupera altrove, preparato nel forno di vecchi tempi con la farina 0, 00, di segale, al farro, ai cereali. Non è un caso che i clienti storici non rinunciano all'abitudine di comprarlo dalla panetteria di via Broseta ogni giorno. "Nonostante sia un lavoro difficile perchè ci svegliamo all'una di notte per impastare, ci piace molto. È tutta la nostra vita", commenta Ghirardi Elda, moglie di Marcello.

Riccardo Loda e Rita Raccagni. Nato a Palosco e nata a Pantoglio. Anche se notizie inerenti al Bar Torre si trovano persino in un testamento del 1475 del condottiero Bartolomeo Colleoni, l'attività è documentata dal 1937 ed è gestita sempre dalla stessa famiglia: prima da nonna Maddalena Macetti e successivamente dalla figlia Rosina Loda che nel 1978 passa la gestione alla terza generazione, rappresentata dal figlio Riccardo, aiutato dalla moglie Rita Raccagni. Gli ampi spazi e le numerose iniziative promosse dai titolari hanno reso il bar un punto di ritrovo apprezzato da tutto il paese. In particolare, a partire dalla stagione 1982-83 il Bar Torre è sede del Club Amici dell'Atalanta Palosco, facendo da raccordo per la tifoseria, organizzando serate con i giocatori e i dirigenti della società calcistica e supportandone le campagne solidali. "Siamo cresciuti insieme ai clienti e ora c'è il cambio generazionale, per questo pensiamo sempre a nuove iniziative per restare sempre giovani", afferma con energia Rita Raccagni e aggiunge: "Tutta la nostra vita è qui e ci piace molto il nostro lavoro. C'è l'entusiasmo del primo giorno".

Luigi Prandi. Nato a Pontida, abita a Pontida. È stato

aiutante del padre Battista dal 1974 al 1986 poi titolare dal 1987 ad oggi di una stazione di carburante per autotrazione insieme ai due fratelli.

“Nel 1974 un conoscente aveva preso una stazione e ci consigliò di farlo anche noi. Ne parlai con i miei fratelli e ci sembrò una buona opportunità. I primi anni sono stati abbastanza duri, c'erano pochi soldi ma siamo riusciti ad avviare l'attività senza bisogno di aiuto dalle banche. In quegli anni percorrevo la strada da Pontida a Bergamo e viceversa quattro volte al giorno rischiando anche incidenti. Poi ho deciso di avvicinarmi alla città. Le cose sono andate abbastanza bene fino ai primi anni '90 poi c'è stata una ripresa e gli ultimi anni si sono fatti ultimi anni ancora. Fino a qualche anno scendevo in stazione felice, da qualche anno ho perso entusiasmo, forse perché sono in pensione da 5 anni e mezza”, commenta. Prandi aggiunge che c'è stato l'affetto e la simpatia dei clienti, i riscontri della gente. “Ma -aggiunge- ci sono stati anche brutte persone che non hanno pagato. Ora siamo tre fratelli, due in pensione, quando anche il terzo andrà in pensione chiuderemo. L'attività di famiglia non ha prosperità”.

Rosanna Rota. Nata a Carvico, abita a Calusco d'Adda. È stata assistente commerciante di Aldo Dadi dal 1969 al 1980 e dal 1980 al 2016 titolare di un negozio di abbigliamento e merceria. Nel lontano 20 gennaio 1931 con l'autorizzazione dell'allora Podestà, Emilio Dadi insieme alla moglie Teresa Regazzi fonda l'attività di vendita al dettaglio di tessuti, mercerie, grano, cascami e pasta nell'edificio, che comprendeva abitazione e negozio, di Via Vittorio Emanuele 10 a Calusco D'Adda. Lì infatti venne apposta l'insegna di tessuti e merceria. Nel 1951, l'allora sindaco Airoidi sostituì la vecchia licenza autorizzando Emilio a vendere anche prodotti di cancelleria e profumi. Nel 1954 si aggiunse anche l'autorizzazione per la vendita di cappellerie da uomo, terraglie e porcellane. Il 15 febbraio, i figli Aldo, Angelo e Maria subentrarono nella gestione dell'attività aggiungendo

alla vecchia licenza la vendita di ombrelli e giocattoli. L'attività viene svolta dai tre figli fino al 1970, quando la sorella Maria cede la sua parte ai due fratelli Aldo e Angelo che continuarono l'attività insieme fino al 11 giugno 1979 quando è Aldo a continuare l'attività di vendita al dettaglio di merceria, ombrelli, profumi, giocattoli, carrozzelle per bambini, carta e cancelleria. A lui succede la moglie Rosanna Rota che ristrutturata e rimoderna completamente il negozio, eliminando la zona adibita a magazzino. Dal 1993 ad oggi, l'attività continua ad essere svolta da Rosanna Rota con l'aiuto del figlio Omar, sempre nell'edificio costruito dal nonno, completamente sistemato. "Nonostante l'età ci so fare ancora con i clienti. Mi chiedono consigli su come vestirsi ma anche sulla vita. Ormai siamo diventati amici. L'importante è che hanno fiducia di noi. Si può comprare tutto, ma non la fiducia e questo è fondamentale e ci ha fatto affrontare anche la crisi", racconta la signora Rota. Suo figlio Omar Dadi, continua con la stessa passione da 25 anni a servire le clienti e ad assecondare ogni loro esigenza stilistica, anche se nota che ultimamente sono tutte molto informate sulle tendenze della moda.

Aquile d'argento – Da 25 anni a 39 anni

Maria Teresa Besana. Nata a Bonate Sotto. Dal 1991 è coadiuvante di Giuseppe Ravasio nel negozio di salumeria e gastronomia.

Alba Rosa Pezzotta. Nata a Berzo San Fermo e abita a Ranica. È stata titolare di una salumeria gastronomia dal 1985 al 2016.

Pietro Rossetti. Nato a Caravaggio, abita a Calvenzano. Dal 1989 affianca il padre Carlo nella salumeria di famiglia in Largo Cavernaghi che da pochi anni ha aggiunto alla sua bacheca di riconoscimenti anche l'Aquila di diamante della Confcommercio. Dopo 52 anni nella sua salumeria di Largo Cavenaghi, dove è ancora attivo insieme al figlio Pietro, Carlo Rossetti aveva accettato con soddisfazione la benemerita di Maestri del commercio, il premio alla carriera

assegnato da 50&Più, l'associazione per la rappresentanza e la tutela degli over 50 dei settori commercio, turismo e servizi di Confcommercio Imprese per l'Italia. Il punto di forza sono i salumi e gli insaccati freschi, ma anche il perfetto equilibrio della salsiccia al formaggio, la specialità più amata della salumeria. L'artigianalità dei Rossetti è una preziosa eccezione e non stupisce che chi è andato ad abitare lontano da Caravaggio richieda ai parenti qualche loro salame o salamella come souvenir. «Il segreto? È la freschezza – afferma Carlo -. Prepariamo gli insaccati ogni martedì e se serve anche il venerdì. La salsiccia al formaggio, per esempio, va mangiata subito, altrimenti prende acidità. Poi, ovviamente, contano la selezione della carne e dei tagli, che non siano nervosi, l'uso di spezie e aromi di buona qualità, la cura nella lavorazione», tutti elementi sapientemente affinati in tanti anni di lavoro.



Giovanni Mauro Dolci



Francesco Previtali



Aimone Peracchi



Luigi Prandi



Marcello Ghirardi



Maria Elisabetta Minuscoli



Maria Rosa Pezzotta



Maria Teresa Besana



Oswaldo Basetti



Pietro Rossetti



Riccardo Loda e Rita Raccagni



Premiazione “Maestri del Commercio”

Diciassette imprenditori sono stati premiati domenica 24 febbraio nell'ambito della cerimonia dei “Maestri del Commercio” promossa da 50 & Più di Bergamo, l'Associazione che riunisce gli anziani del commercio aderente a Confcommercio Imprese per l'Italia.

Ai “veterani” del terziario è stata assegnata l'Aquila di Calimala, simbolo della più antica corporazione dei mercanti italiana e distintivo che celebra una vita dedicata al lavoro e allo sviluppo della vitalità dell'economia locale.

“Premiamo con il titolo di ‘Maestri del commercio’ 17 imprenditori e lavoratori bergamaschi che si sono distinti nella propria attività professionale, per aver espresso valori positivi come l'impegno, la capacità professionale, la passione e la tenacia di resistere di fronte agli inevitabili momenti di difficoltà”, spiega Giuseppe Capurro, presidente di 50 & Più Bergamo.

Sono tre le “Aquile” assegnate, in base al numero di anni di attività: per i 25-39 anni l'aquila d'argento, per i 40-49 l'aquila d'oro e oltre i 50 l'aquila di diamante.

«È un'onorificenza che mi sta molto a cuore perché premia una vita di lavoro e la capacità di guidare con successo la propria attività, di radicarla sul territorio, in alcuni casi di tramandarla a figli e nipoti», aggiunge Capurro.

L'Aquila d'Argento (25-39 anni) va a tre imprenditori, l'Aquila d'Oro (40-49 anni) a sette, come anche l'Aquila di Diamante (oltre 50 anni).

La cerimonia di consegna delle onorificenze si è svolta in sala conferenze di Ascom Confcommercio Bergamo, in via Borgo Palazzo 137 con i saluti di benvenuto da parte del presidente Ascom Confcommercio Bergamo, Giovanni Zambonelli, del direttore Ascom Confcommercio, Oscar Fusini, del presidente 50& Più Bergamo, Giuseppe Capurro, del presidente 50&Più, Renato Borghi, del referente regionale 50& Più, Domenico Copreni, del sindaco di Bergamo, Giorgio Gori e del consigliere di provincia di Bergamo, Ezio Deligios.

I 'Maestri del commercio' premiati

Aquile di diamante – Da 50 anni

Osvaldo Basetti, Agente di commercio nel settore del petrolio
Bonate Sotto

Pierino Gastoldi, Macelleria Salumeria Gastronomia Bariano

Francesca Giupponi, Bar del centro Carona

Maria Elisabetta Minuscoli, Cartoleria Clusone

Aimone Peracchi, Casalinghi ferramente Gazzaniga

Francesco Previtali, Ristorante Arlecchino Bergamo

Isaia Vassalli, Ambulante abbigliamento Sorisole

Aquile d'oro – dai 40 ai 49 anni

Claudio Breviario, Agente di commercio Azzano San Paolo

Giovanni Mauro Dolci, Ambulante vendita formaggi e salumi
Zogno

Marcello Ghirardi, Panetteria Ghirardi Bergamo

Riccardo Loda e Rita Raccagni, Bar Torre Palosco

Luigi Prandi, Benzinaio Bergamo

Rosanna Rota, Negozio di abbigliamento Calusco d'Adda

Aquile d'argento – Da 25 anni a 39 anni

Maria Teresa Besana, Salumeria gastronomia Bergamo

Alba Rosa Pezzotta, Salumeria gastronomia Bergamo

Pietro Rossetti, Salumeria Calvenzano







A Bergamo i certificati anagrafici si fanno nelle edicole

Un facile e comodo modo per ottenere certificati senza doversi recare alle sedi dell'anagrafe: dalle prossime settimane sarà possibile richiedere certificati direttamente nelle edicole della città di Bergamo grazie all'accordo che il Comune di Bergamo ha siglato con ASCOM Bergamo e DIF spa. Si tratta di un passo importante per quello che riguarda il decentramento dei servizi da parte del Comune di Bergamo: le edicole

rappresentano, per visibilità dell'ubicazione e per numero di persone che le frequentano, un luogo privilegiato per l'informazione del cittadino e la rete di questi esercizi si estende capillarmente su tutto il territorio cittadino.

Il Comune di Bergamo provvederà, a titolo gratuito, ad abilitare il personale delle edicole interessate, fornendo loro le buste contenenti le credenziali di autenticazione (password) oltre a materiale informativo necessario per la stampa dei certificati. Le edicole (saranno 10 nella fase iniziale, ubicate soprattutto in periferia) non potranno pretendere il pagamento di somme, corrispettivi, provvigioni o quant'altro da parte del Comune di Bergamo: la somma massima che potrà essere richiesta al cittadino sarà di € 1,00 per certificato, con obbligo di esposizione del tariffario relativo da parte degli edicolanti. L'eventuale imposta di bollo sarà corrisposta dal cliente richiedente un certificato tramite l'acquisto di una marca da bollo da consegnarsi all'edicola. L'edicola, al momento del rilascio del certificato, sarà tenuta ad indicare nel servizio online il numero seriale riportato sulla marca da bollo e apporlo sul certificato. Il Comune non richiederà il pagamento di diritti di segreteria per il rilascio dei certificati con procedure online.

Non solo: l'Amministrazione sarà in grado anche di rafforzare la comunicazione istituzionale e dei propri servizi attraverso nuovi canali di comunicazione, degli appositi "rotor" che saranno installati sulle edicole (anche in questo caso una decina, in questo caso più vicine al centro città) che possano intercettare l'attenzione dell'utenza in luoghi di forte passaggio e frequenza: un ottimo modo per informare i propri concittadini e i visitatori delle iniziative che li riguardano e che avvengono a pochi passi da loro. Il Comune di Bergamo potrà infatti utilizzare per la comunicazione e passaggi pubblicitari dei suoi eventi fino ad un massimo di 5' ogni ora, concordandone tempi e modalità con il concessionario. Per

il resto del tempo i dispositivi installati, di proprietà della società Dif spa (alla quale compete la manutenzione), potranno trasmettere messaggi e suggerimenti commerciali.

*“L’iniziativa che presentiamo oggi – sottolinea il Sindaco **Giorgio Gori** – rappresenta un punto qualificante in ottica di attuazione del piano dei tempi e degli orari e per la conciliazione lavoro-tempo libero dei nostri concittadini: le edicole hanno orari di apertura molto estesi (compreso il sabato e la domenica mattina), in cui i bergamaschi potranno vedersi erogare servizi. Si tratta di un altro passo: ci avviciniamo così al ruolo che le edicole stanno assumendo in altri paesi europei, dove si stanno affermando come reali centri di erogazione di servizi per i cittadini.”*

*“L’attivazione del servizio di erogazione dei certificati anagrafici presso le edicole – spiega l’Assessore ai servizi demografici **Giacomo Angeloni** – è un altro passo avanti nel lavoro fatto sul decentramento dei servizi da parte del Comune di Bergamo. Si tratta di un percorso che ci ha visto sperimentare molto in questi anni, dai totem anagrafici ai punti facili nei Centri Terza età della città. Questa iniziativa rappresenta una nuova opportunità per le persone, soprattutto per quelle cosiddette “non digitalizzate”, che potranno evitare di usare l’auto per venire in centro per l’erogazione del certificato.”*

*“La convenzione – dichiara il direttore di ASCOM Bergamo **Oscar Fusini** – segna una novità per la nostra città: l’accordo pubblico privato che da una parte sostiene le rivendite esclusive di giornali oggi in difficoltà, dall’altro offre un servizio di informazione e di assistenza ai cittadini. Da anni anche con Giorgio Corno stiamo cercando delle leve di sostegno ai punti vendita di giornali, soprattutto i chioschi che sono più in difficoltà. Il mercato non sta premiando per numeri e i margini sono spesso limitati. Molti di questi edicolanti fanno fatica, lavorano 7 su 7 con orari estesi. Oggi c’è sempre più bisogno di dare informazioni ai visitatori e dobbiamo trovare*

dei canali semplici e smart per comunicare con loro. Abbiamo, quindi, incorporato una funzione di informazione. Il comune ad esempio avrà la possibilità di potere utilizzare questo strumento in maniera simultanea per eventi di particolare rilievo, come è successo a Milano con la prima della Scala. Inoltre, molte persone oggi con problemi di mobilità possono trovare molto più comodo avere un certificato in edicola al costo di 1 euro anziché spostarsi presso un ufficio comunale. Ci sono dei vantaggi di decentramento di questo tipo”.

“Il nuovo canale di comunicazione – secondo il presidente di DIF spa **Giorgio Corno** – sarà semplice immediato e fruibile, collegato con il codice di E015 offrirà servizi utili ai cittadini. Dall’altro la rete di edicole erogherà servizi ai cittadini 7/7 giorni senza bisogno di spostarsi. La convenzione firmata oggi tra il Comune di Bergamo, Ascom e Dif spa, porta in sé due grandi novità, sostenendo le rivendite esclusive di giornali: da un lato, il Comune si avvicina ai cittadini, dando loro la possibilità di rivolgersi a edicole selezionate per ottenere i certificati anagrafici; dall’altro le informazioni utili al cittadino e al turista saranno divulgate attraverso un innovativo mezzo di comunicazione: il Rotor Digitale, installato sull’edicola, che rappresenta un passo verso la digitalizzazione metropolitana. In questo modo, quindi, si metterà a disposizione ai clienti la possibilità di produrre certificati anagrafici del comune. Si tratta di un vero progetto di comunicazione e siamo molto soddisfatti come coordinatori di questa iniziativa. La prima installazione dei rotor sarà disponibile entro i primi giorni di marzo, a un mese da oggi, quindi si tratta di operazione imminente e siamo sicuri che riusciremo a realizzare gli obiettivi”.

Il sindaco Gori racconta l’iniziativa: <https://www.youtube.com/watch?v=Z6C-RjoKulI>



