

Confcommercio per le scuole, nasce l'Area Education

Un progetto articolato per avvicinare gli studenti al mondo del lavoro nel terziario Amare il proprio lavoro e coltivare il futuro, a partire dai banchi di scuola. Il tema scelto per l'assemblea annuale trova il suo primo riscontro pratico, sollecitato anche da un urgente e ormai annoso problema nel reperire personale qualificato. Confcommercio Bergamo dedica un'area all'orientamento al lavoro nel terziario di mercato, con l'obiettivo di avvicinare i giovani, dalle scuole primarie fino all'Università, ai settori del commercio, turismo e servizi. Nasce così Confcommercio Bergamo Education, un progetto articolato che risponde alla volontà di investire nell'orientamento e nel futuro del territorio, contribuendo a formare una nuova generazione di professionisti e imprenditori. Il primo passo è quello di creare un ponte tra mondo scolastico e imprenditoriale, riconducendo il progetto educativo dei giovani ad un unico obiettivo: la formazione dell'individuo all'interno della società, a partire dalla cittadinanza attiva nella scuola primaria per poi andare a coinvolgere i gradi di istruzione superiore, oltre a tirocini e stage in azienda. Confcommercio Bergamo si mette a disposizione delle scuole e delle imprese per progettare un'educazione realmente orientata al mondo del lavoro, integrata con esperienze pratiche e reali (presentazioni, workshop, visite in aziende, partecipazione a fiere e incontri con professionisti del settore). Laboratori pratici e attività interattive permettono di scoprire e sviluppare attitudini e abilità specifiche, acquisendo consapevolezza delle proprie inclinazioni e potenzialità. Strategici i progetti di "alternanza scuola lavoro" PCTO- Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento: l'area Education intende facilitare l'accesso diretto alle imprese che offrano esperienze costruttive di stage e tirocini, creando un ponte

tra il mondo dell'istruzione e quello del lavoro. E, dopo l'istruzione superiore secondaria, non manca il supporto nell'orientamento superiore e universitario, aiutando gli studenti a scegliere percorsi formativi che siano in linea con le loro aspirazioni e con le richieste del mercato del lavoro. E da imprenditori, l'inclinazione non può essere che quella di favorire l'imprenditorialità, incoraggiando e sostenendo tutti i giovani che desiderino intraprendere un percorso imprenditoriale, con informazioni sulle opportunità di avvio d'impresa, finanziamenti disponibili, percorsi formativi specifici per lo sviluppo delle competenze imprenditoriali. "Il progetto è stato fortemente voluto per rispondere al cambiamento in atto nel mondo del lavoro ed è frutto di tre anni di dialogo e confronto con gli istituti scolastici del territorio- spiega il presidente Confcommercio Bergamo, **Giovanni Zambonelli**-. Abbiamo selezionato aziende certificate per accogliere al meglio i ragazzi, valorizzando le loro attitudini e mettendo in campo la passione che ci contraddistingue da imprenditori. Un investimento per il futuro e per l'economia del territorio". Che il mondo sia cambiato nel terziario, è evidente nel ricambio generazionale che manca, con le nuove generazioni meno propense a proseguire l'attività di famiglia: "C'è discontinuità tra mondo del lavoro e giovani. In forte calo anche l'autoimprenditorialità e la voglia di mettersi in gioco: i dati Confcommercio, presentati in assemblea generale, evidenziano un calo di 160mila attività giovanili. Servono nuove modalità di attrarre e formare lavoratori e approcci completamente diversi" sottolinea il direttore Confcommercio Bergamo **Oscar Fusini**. "L'obiettivo è cercare di creare percorsi di valore e incrementare la consapevolezza attraverso percorsi mirati e condivisi con le scuole- sottolinea **Daniela Nezosì**, vicedirettore Confcommercio Bergamo e responsabile dell'Area Education-. Seguendo da anni i percorsi di apprendistato e alternanza scuola-lavoro abbiamo chiare le fatiche e le difficoltà nell'inserimento lavorativo su entrambi i fronti, giovani e aziende. Mettendo in campo passione, competenze,

comunicazione (dai video al gaming) e formazione trasversale cercheremo di rendere proficua l'esperienza dei Pcto". Il progetto Education ha il sostegno economico degli Enti Bilaterali del Terziario e Alberghi e Pubblici esercizi provinciali, che ne hanno subito condiviso il valore e gli obiettivi: "Imprese e sindacati hanno subito condiviso l'urgenza di un progetto atto ad avvicinare giovani e mondo del lavoro. Ogni giorno ci si confronta con problemi di inserimento lavorativo ed è indispensabile supportare in un percorso comune giovani e imprese".

Un progetto dalla scuola primaria all'università

Scuola primaria. Si gioca a fare gli imprenditori per diventare cittadini consapevoli

Come in un gioco relazionale, l'aula si trasforma in una città e i bambini in imprenditori. Divisi in gruppi ognuno dovrà vendere i propri servizi, guadagnando e spendendo per accedere agli altri. Il laboratorio didattico interattivo - gratuito- si svolge direttamente negli istituti che ne facciano richiesta.

Scuola secondaria di primo grado. Visite virtuali in azienda tra gaming e sfide

Confcommercio Bergamo partecipa al progetto della Provincia di Bergamo, "Atlante delle scelte, che ha l'obiettivo di supportare l'orientamento già a partire dalle scuole secondarie di primo grado (II anno di frequenza). Per conoscere da vicino le realtà aziendali, le imprese associate aprono idealmente le porte a tutti gli studenti che vogliono esplorare il loro futuro. La visita virtuale - in imprese di diversa tipologia e settore- permette ai ragazzi di conoscere attraverso sfide, video e gaming le diverse aree professionali. La visita virtuale (sulla piattaforma Google Meet) è gratuita, previa prenotazione . Le prime visite sono in programma dalla fine di luglio a settembre.

Scuola secondaria di secondo grado. Stage in azienda con PCTO personalizzato e “Che Classe!”

Il percorso per le competenze trasversali e l'orientamento – PCTO deve rappresentare una prima occasione per costruire un curriculum competitivo, attraverso esperienze pratiche e formative. Per questo Confcommercio Bergamo seleziona tra i soci imprese fortemente motivate a formare e inserire giovani in azienda. L'obiettivo è, attraverso stage in azienda qualificanti, promuovere l'orientamento professionale, sviluppare competenze trasversali (lavoro di squadra, gestione del tempo e problem solving) e offrire esperienze pratiche in collaborazione con le nostre imprese associate.

Un'altra tipologia di PCTO che Confcommercio Bergamo propone è quella realizzata con Edoomark e denominata “Che Classe!”. Un gruppo classe, 32 ore a disposizione, competenze trasversali e un cliente da raccontare. Queste sono le basi di questo format nel quale i ragazzi entrano nella dimensione lavorativa, mettendo in gioco le loro competenze trasversali nel mondo della comunicazione e dell'informazione, accompagnati da professionisti del settore. Ciascun gruppo di studenti realizza un video che diventa strumento di comunicazione e conoscenza di un settore. In ogni momento dell'anno Confcommercio Bergamo è disponibile a mettere a disposizione di ogni istituto esperti imprenditori di ogni settore (educationpcto@confcommerciobergamo.it).

Il progetto per le aziende. Organizzazione PCTO, Formazione tutor, formazione lavoratori

Spesso a frenare le aziende nell'accoglienza di giovani in stage è la mancanza di formazione. Per questo Confcommercio Bergamo organizza un corso per preparare i tutor aziendali a gestire al meglio accoglienza e formazione degli studenti e garantire così che l'esperienza dello stage sia di alta qualità e allineata agli obiettivi di entrambi. Mentoring,

coaching e pianificazione e gestione del PCTO, oltre a tecniche di comunicazione efficace e valutazione, sono al centro del percorso formativo.

L'area Education organizza percorsi di alternanza scuola-lavoro, grazie a un collegamento efficace tra impresa e scuola, in un momento in cui il mismatch tra domanda e offerta è un problema particolarmente sentito.

Inoltre, con l'Area Formazione Confcommercio Bergamo, insieme ad esperti partner protagonisti del mondo del placement lavorativo, si organizzano percorsi di qualificazione per tutti coloro che cercano impiego.

Vicini ai ragazzi. Education presente a Comicon in Fiera a Bergamo dal 21 al 23 giugno

Per incontrare i giovani e le famiglie, l'Area Education programma la partecipazione a manifestazioni in Fiera a Bergamo. Dal 21 al 23 giugno sarà presente con uno stand in occasione della seconda edizione di Comicon Bergamo, Festival Internazionale della Cultura Pop per una quattro giorni di fumetti, giochi e videogiochi, anime e manga, cinema e serie tv.

In calendario tra i prossimi eventi: Fiera di Sant'Alessandro, Creattiva, Fiera Campionaria, Salone del Mobile, Libri per sognare, Atlante delle scelte.

Dal Made in Italy al Sense of

Italy (SofI), che vale 123 miliardi di euro

Un super brand, come il turismo, che agisce positivamente e a lungo termine sull'economia Il 15 aprile il nostro Paese ha festeggiato la prima giornata del "Made in Italy", promuovendo il valore e la qualità delle opere dell'ingegno e dei prodotti italiani. Il Forum Internazionale di Confcommercio, organizzato a Roma in collaborazione con Ambrosetti a Villa Miani, invita ad andare oltre il concetto di "Made in Italy" e ad ampliarlo al "Sense of Italy" SofI, che vale nel complesso 123 miliardi di euro, considerando il saldo tra esportazioni e importazioni. Il "fatto in Italia" è troppo riduttivo per semplificare la portata dei prodotti italiani. Attorno ad ogni singolo prodotto ruotano servizi e alla combinazione tra prodotti e servizi, lo stile di vita e il gusto italiano, quell'"italian sound" che rappresenta una vera e propria molla per i consumi. Si consumano prodotti perché si apprezza la bellezza dell'Italia. E ciò vale soprattutto per i consumatori stranieri. I numeri lo confermano: nel 2022 a fronte di 713 miliardi di valore di esportazioni complessivi, la differenza con le importazioni ha creato un disavanzo della bilancia commerciale di -29,5 miliardi.

Eppure le quattro A dei settori del "Made in Italy"- Agroalimentare, Abbigliamento, Arredamento e Apparecchiature consumer- hanno realizzato, con il turismo consumer esportazioni per 213,6 miliardi e un saldo positivo di 123 miliardi. Perdiamo su tutto quanto non richiama il Sense of Italy- SofI: un saldo negativo di 152,5 miliardi con un disavanzo pauroso sull'energia (-120,5 miliardi). Ciò vuol dire che il "Sense of Italy" SofI è il motore trainante del nostro Paese. In questo macro- settore, dopo la moda, il turismo – come servizio esportato agli stranieri- è la seconda voce con 44,3 miliardi di esportazioni e un saldo di

25,3 miliardi.

Il SofI è un super-brand o meta-brand e ribadisce come la scelta dei consumatori sia guidata anche, se non soprattutto, dall'origine e provenienza, dal cosiddetto "Country of origin effect". Esprime scelte che vanno ben oltre quella razionale del rapporto qualità-prezzo, ma che si lasciano guidare da fattori emozionali ed esperienziali, proprio come il desiderio indotto da un'esperienza. Vale a dire, acquisto dall'Italia perché ho visitato l'Italia e amo il suo cibo, il suo modo di vivere, vestire, abitare, et cetera.

In altri termini, il Sense of Italy, può rappresentare per svariate ragioni un'opportunità. Consente politiche di prezzo molto soddisfacenti, risente meno dell'andamento del ciclo economico e finanziario, oltre a pagare abbondantemente la bolletta energetica (importata) e ad incorporare ridotte importazioni da altri Paesi.

Secondo l'Ufficio Studi di Confcommercio il SofI non solo è una voce concreta dell'economia, ma un indicatore che raccoglie la "parte più desiderata e pregiata della nostra economia", peraltro caratterizzata da "parametri che la rendono resistente al ciclo economico e non troppo soggetta a insidie di prezzo". È infatti una voce molto elastica al ciclo positivo, cioè quando l'economia mondiale rappresentato dal PIL pro capite cresce maggiormente, 3,1 contro il 1,5 del non Sofl, meno elastico al ciclo negativo (2,4).

Infine esiste una contaminazione positiva tra export di beni e presenze turistiche. Secondo una ricerca di Confcommercio che riguarda le presenze turistiche straniere in Italia dal 2013 al 2019 e le esportazioni verso 45 Paesi europei ed extraeuropei, al crescere dell'1% delle presenze in Italia degli stranieri di un Paese, a parità di altre condizioni, le importazioni dall'Italia di quel Paese crescono tra lo 0,5% e lo 0,9%.

L'effetto positivo del turismo non agisce quindi solo a breve sulla bilancia commerciale ma con un effetto di lungo termine.

Non male per un settore ancora da molti – e a torto – considerato di seconda serie, che dovrebbe essere invece centrale nei piani industriali del nostro Paese.

Pasqua di pioggia e maltempo salvata dai turisti stranieri +39,1% in Città Bassa e +48,7% in Città Alta

Dati Confcommercio -Wind 3: da sabato a lunedì sono stati rilevati 194.281 passaggi in Città Bassa e 71.855 in Città Alta. Fusini: "Il turismo leisure si fa largo"

Chi sono i visitatori del centro storico di Bergamo alta e bassa nel weekend di Pasqua? Quanti di loro sono italiani, stranieri e bergamaschi? A queste, e a molte altre domande, risponde la piattaforma Cities Mobility Analytics di Confcommercio, strutturata nell'ambito del progetto Cities, finalizzato a riqualificare e rigenerare i centri urbani e sostenere le economie di prossimità. Bergamo è una due città lombarde – con Varese e Busto Arsizio- dove Confcommercio sperimenta il progetto Cities fino a settembre 2024. Si tratta di un sistema di monitoraggio delle presenze di cittadini, pendolari, residenti e turisti basato sui dati generati dalla rete mobile 4G e 5G rilevati da Wind3, che ne è partner. Dalla rilevazione nasce una piattaforma in grado di fornire dati sulle persone che si muovono nei centri urbani. In base ai

dati elaborati nelle ultime ore, il maltempo di Pasqua ha frenato i visitatori "fuori porta" ma non il turismo straniero. Nonostante il meteo sfavorevole, è stato un week end di festa positivo per la città di Bergamo. Confcommercio Bergamo attraverso la piattaforma Wind 3 ha rilevato il passaggio di 194.281 persone in Città Bassa e di 71.855 in Città Alta. Quanto alla provenienza, il 22,4% dei visitatori di Città Bassa e il 38,0% di Città Alta è straniero. I turisti italiani sono pari al 17,1% in Città Bassa e al 19,9% in Città Alta. A passeggiare per la città anche i bergamaschi, provenienti da hinterland e provincia: il 27,2% in Città Bassa e il 21,3% in Città Alta. Sono invece pari al 15,5% in Città bassa e il 14,2% in Città Alta, i passaggi rilevati dei bergamaschi che abitano in città. Mentre il lunedì festivo di Pasquetta non è paragonabile a quelli lavorativi precedenti, è interessante il confronto del sabato e del giorno di Pasqua rispetto agli stessi giorni della settimana scorsa, quando il tempo era stato positivo. Città Bassa ha visto un calo di visitatori di 15.921 (-17,2%) il sabato, rispetto al 23 marzo, e di 15.728 (-21,9%) la domenica, rispetto al 24 marzo, ma con un aumento di turisti stranieri di 4.513 (+39,1%) il sabato e di 3.039 (+27,1%) la domenica. Città Alta ha tenuto il sabato con 403 (-1,5%) visitatori in meno il sabato e ben meno 8.841 passaggi (-30,2%) la domenica ma con un aumento di turisti stranieri: 3.326 (+48,7%) il sabato e di 2.312 (+35,0%) turisti stranieri la domenica

"Il turismo a Bergamo ha completamente cambiato la sua natura da qualche anno, passando da una vocazione business a leisure – commenta **Oscar Fusini**, direttore Confcommercio Bergamo-. Siamo passati da periodi nei quali gli alberghi potevano quasi chiudere il fine settimana, oltre che a Natale e Pasqua, a rilevare come accade attualmente il massimo dell'occupazione e grandi picchi nei fine settimana e durante le festività". Il meteo rappresenta un fattore chiave per chi si muove per visitare la città, specialmente a medio e corto raggio: "Il turismo leisure è molto volubile e segue le previsioni del

tempo, almeno quello nazionale. I dati del week end di Pasqua evidenziano la caduta del turista regionale, quello che sceglie all'ultimo momento la destinazione "fuori porta" e si sposta in auto e in parte anche di quello nazionale che si sposta a breve raggio con mezzi pubblici e privati. Il turista straniero, invece, che ha già prenotato da tempo ha contribuito a tenere alte le presenze in questo ponte di Pasqua".

Il confronto con le domeniche precedenti dal 25 febbraio al 24 marzo

A conferma di quanto le previsioni del tempo abbiano un impatto sulle presenze, possiamo paragonare i dati della domenica di Pasqua 31 marzo con le domeniche precedenti (dal 25 febbraio). In Città Bassa – senza considerare quella eccezionale della mezza quaresima e dei suoi carri del 17 marzo (84.026 passaggi)- il giorno di Pasqua ha superato solo la domenica 10 marzo, quando le previsioni erano pessime (52.345), mentre è stata al di sotto dei livelli delle domeniche 25 febbraio (64.923) e 3 marzo (65.081).

In Città Alta il turismo straniero ha tenuto le presenze, superando solo domenica 24 marzo (29.800) e del 17 marzo (27.251) grazie all'effetto riflesso dei "carri" in Città Bassa e di domenica 25 febbraio (22.124) mentre la domenica di Pasqua ha superato il 10 marzo (13.375) e il 3 marzo (20.600). Il tempo ha influito notevolmente sulle scelte delle visite dei giorni di Pasqua : se sabato ha tenuto, il giorno di Pasqua ha visto un crollo delle presenze di visitatori e una ripresa a Pasquetta, grazie ad una giornata che ha finalmente fatto rivedere un po' di sole a Bergamo.

Pasqua e Pasquetta da oltre 14milioni e 300mila euro nei locali

Il trend positivo vissuto dalla ristorazione segue l'andamento soddisfacente del turismo



Oscar Fusini



Petronilla Frosio

I ristoranti stanno per chiudere le prenotazioni per il classico pranzo di Pasqua e si confida in un buon numero di

coperti anche a Pasquetta, per cui le prenotazioni continuano ad essere last second, fortemente condizionate dal meteo (e le previsioni per lunedì non sono ahimè buone). Nonostante il periodo economico difficile, la voglia di festeggiare fuori casa non tramonta e i posti disponibili sono quasi ultimati. **Nei 2305 ristoranti bergamaschi e nei 3070 pubblici esercizi, Confcommercio Bergamo stima un indotto di oltre 14 milioni e 300mila euro, con una crescita del 17% rispetto allo scorso anno.** La cifra è portata per oltre 11 milioni dai ristoranti tradizionali e la restante parte da bar e da ristorazione senza somministrazione (asporto). In particolare saranno oltre **206 mila** a scegliere di festeggiare fuori casa, quasi uno su cinque dei bergamaschi, con un incremento del **+ 17,3%**.

Positivo anche l'asporto, per cui si stima un valore di **oltre 556mila euro a Pasqua e 463mila a Pasquetta**. Ottimi segnali anche dalle gastronomie, che propongono le più svariate ricette, a partire dall'intramontabile torta salata all'insalata di nervetti, oltre a una vera e propria proposta di menù, di terra e mare, che va in media, dall'antipasto al dolce, dai 30 ai 40 euro a persona.

"Le previsioni delle presenze nelle festività rappresentano il termometro della tenuta del settore dei pubblici esercizi, che vede nel solo segmento della ristorazione tradizionale una crescita significativa. La voglia di festeggiare fuori casa è una tendenza in atto ormai da anni, post pandemia, nonostante inflazione e difficoltà economiche per i rincari- commenta **Oscar Fusini**, direttore Confcommercio Bergamo-. *L'impennata dei costi delle materie prime ha portato ad un aumento dei prezzi anche al ristorante che è mediamente più alto di 5 euro per un menù completo rispetto allo scorso anno. Rincari che del resto purtroppo si fanno evidenti anche nella spesa di tutti i giorni".*

Quanto ai menù, per la tavola delle vince la tradizione, senza rinunciare a tecniche di cottura innovative. **La spesa va in media dai 60 ai 100 euro, con punte oltre i 120 euro per i locali più blasonati, oltre a menù a 50 euro in trattoria. C'è anche chi sceglie di mantenere anche la proposta a la carte**

per chi desidera un pranzo più agile. E a Pasquetta è possibile scegliere un menù gourmet a prezzo calmierato nei ristoranti stellati e nei migliori indirizzi del territorio (con qualche incursione in altre province lombarde) con l'iniziativa Gourmantico, che sta riscuotendo un ottimo successo in particolare tra le coppie più giovani che scelgono l'esperienza di degustazione in locali rinomati.

Le prenotazioni per Pasqua sono arrivate in anticipo, complici anche le ottime presenze in generale nei weekend dei ristoranti, che hanno spinto la clientela ad organizzarsi per tempo per la festività. C'è chi ha del tutto rinunciato a pubblicizzare il menù di Pasqua perché già al completo. Anche se in alcuni casi le prenotazioni sono arrivate a rilento, si va verso il tutto esaurito. Per Pasquetta la partita è ancora aperta e si gioca sul meteo, che sembra sfavorevole: le prenotazioni tendono sempre ad arrivare all'ultimo minuto e fare previsioni diventa più difficile. Eccezion fatta comunque per i locali in alta montagna più difficili da raggiungere in caso di condizioni meteo avverse, i ristoranti sono al completo o quasi per la classica gita fuori porta, cui comunque non si rinuncia. Non mancano i locali che hanno deciso di tenere aperto sia a pranzo che a cena, sia a Pasqua che a Pasquetta. Quanto alla proposta, i menù resistono, ma non manca la scelta a la carte per chi preferisce festeggiare in modo più agile. Il menù è per molti la formula preferita, anche per avere certezza dei costi, specialmente se sono incluse le bevande.

La tradizione ha la meglio, ma prevale lo sforzo di accontentare tutti: largo quindi a menù di pesce, ai piatti vegetariani e ad alternative alle carni ovine, affiancate quindi da arrosti, conigli e altre specialità. Agnelli e capretti vengono esaltati con tecniche di cottura innovative, dalla bassa temperatura alla cottura con il fieno. Non si rinuncia alla classica colomba, rigorosamente artigianale, che accompagna i brindisi augurali o il caffè, o viene rivisitata, proposta in semifreddi con crema di zabaione o mascarpone. Uova, asparagi, germogli ed erbe spontanee ispirano ricette

d'autore e grandi piatti.

*“Pasqua conferma la voglia di festeggiare fuori casa al ristorante. L’offerta è ampia e diversificata. Sarà un weekend di intenso lavoro– commenta **Petronilla Frosio**, presidente del Gruppo Ristoratori Confcommercio Bergamo- . Confidiamo di registrare il tutto o quasi esaurito e speriamo nel bel tempo per Pasquetta. Quanto ai menù, per le festività vincono tradizione e prodotti di stagione, a partire dagli asparagi e dalle uova, interpretati con creatività nei nostri ristoranti”.*



Alessandro Capozzi

Il trend positivo vissuto dalla ristorazione segue l’andamento soddisfacente del turismo. In città, complice anche l’organizzazione di eventi, Pasqua ormai è diventato un momento interessante per il turismo primaverile e ci sono buoni segnali anche per il mese di aprile. Buone le presenze straniere, in particolare da Polonia, Germania, Spagna, Regno Unito, Francia e Svizzera; in ripresa i viaggi dal Nord Europa, dai Paesi scandinavi, oltre ai turisti a lungo raggio da Stati Uniti, Russia, Giappone. Nell’hinterland c’è rinnovato interesse per Leolandia e parchi divertimento. Nelle valli l’abbinata neve e bel tempo dei giorni scorsi aveva dato grande impulso alle prenotazioni per un lungo week-end sugli sci, ma ora le prenotazioni sono appese al meteo, oltre a chi

sceglie la nostra provincia come base, atterrando e ripartendo dall'aeroporto di Orio al Serio, per tour più ampio in Lombardia. In continua crescita il turismo termale e legato al benessere. Gli amanti del wellness scelgono hotel, anche in zone a minor vocazione turistica, per la spa, ancora meglio se abbinata a pacchetti gourmet e ad altri servizi, dalla degustazione di vini a cicli di massaggi e cure estetiche. Bene anche il turismo termale: San Pellegrino Terme registra il tutto esaurito ed è sempre più scelta come località per abbinare gite nel verde o in montagna al relax termale. Il lago è leggermente al di sotto dello scorso anno (nel 2023 Pasqua era più in là nella stagione, cadeva infatti il 9 aprile) . Sul Sebino oltre ai turisti a corto e medio raggio lombardi si registrano buone presenze anche di stranieri, dalla vicina Svizzera al Nord Europa. *“Anche quest’anno Pasqua e Pasquetta si confermano momenti importanti per i flussi turistici di inizio primavera in città e sembra che l’onda lunga della promozione per la capitale della cultura dello scorso anno, abbinata all’organizzazione di eventi e festival, stia dando ottimi risultati-* commenta **Alessandro Capozzi**, presidente Federalberghi Bergamo-. *Anche in provincia e nelle valli i segnali sono buoni, anche se purtroppo con l’abbassamento delle temperature e il clima sfavorevole, molte prenotazioni sono appese al meteo. Il turismo termale e wellness sono in continua crescita e attirano sempre più. Il lago segna una flessione, probabilmente per l’incertezza meteo”*.

Legalità e sicurezza video

antirapina, sottoscritto accordo in Prefettura

Firmato il protocollo che dà attuazione a livello locale all'intesa siglata a livello nazionale dal Ministero dell'Interno



Confcommercio Bergamo sottoscrive il protocollo d'intesa per la legalità e la sicurezza video-allarme antirapina. Il Prefetto di Bergamo, Giuseppe Forlenza, il direttore di Confcommercio-Imprese per l'Italia di Bergamo Oscar Fusini e di Confesercenti Bergamo, Filippo Caselli, hanno sottoscritto il "Protocollo d'intesa per la legalità e la sicurezza video-allarme antirapina". Il documento costituisce attuazione, a livello locale, del Protocollo nazionale, siglato tra Ministero dell'Interno, Confcommercio-Imprese per l'Italia e Confesercenti e si prefigge di assicurare elevati livelli di protezione delle imprese e degli operatori del commercio, secondo linee di indirizzo basate su una sempre più efficace sinergia tra Istituzioni pubbliche, Forze di polizia e Associazioni di categoria, attesa la crescente domanda di sicurezza nel settore delle imprese e degli esercizi commerciali. Il sistema di video-allarme antirapina interagirà con le sale operative della Polizia di Stato e dell'Arma dei Carabinieri, anche nel rispetto della normativa in materia di trattamento dei dati personali. Il Prefetto ha sottolineato come "il Protocollo odierno rappresenti il presupposto per garantire i principi della libertà di impresa nonché per contribuire ad un sano sviluppo del mercato, volto al benessere di tutta la collettività attraverso un'economia aperta e competitiva. Presso la

Prefettura-U.T.G. di Bergamo verrà istituita un "cabina di regia", con la partecipazione delle Forze di polizia, di un rappresentante di Confcommercio-Imprese per l'Italia Bergamo e di un rappresentante di Confesercenti Bergamo al fine di assicurare, il monitoraggio sullo stato di attuazione del presente Protocollo d'Intesa e sui risultati raggiunti".

"La collaborazione è volta, in particolare, a garantire un contesto maggiormente sicuro, rispetto alla criminalità diffusa e ai reati violenti e predatori, per gli imprenditori del settore, i loro collaboratori, i familiari, i dipendenti, i clienti, i fornitori- sottolinea Oscar Fusini, direttore Confcommercio Bergamo- . Le politiche per la legalità e la sicurezza si pongono non solo come elemento di sostegno alla coesione sociale della comunità ma anche come fattore e condizione per un ordinato e corretto svolgimento delle relazioni economiche e sociali". Il presupposto per lo sviluppo dell'imprenditorialità del territorio.

Rinnovo CCNL Terziario. Zambonelli: "Scelta di responsabilità. Ora attendiamo l'intesa sul CCNL Turismo"

Accordo fino al 31 marzo 2027. Aumento a regime (240 euro, IV livello) e una tantum di 350 euro in due tranches

Confcommercio-Imprese per l'Italia, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil hanno sottoscritto l'accordo per il rinnovo

del CCNL del Terziario, della Distribuzione e dei Servizi, il contratto di riferimento per le imprese del settore, che interessa nella nostra provincia oltre 60mila addetti.

L'accordo, con validità dal 1° aprile 2023 al 31 marzo 2027, prevede un aumento a regime di 240 euro al quarto livello, comprensivi di quanto già riconosciuto con il Protocollo straordinario del dicembre 2022, e in aggiunta "Una Tantum" a completamento del periodo di carenza contrattuale, di 350 euro, suddivisa in due tranches di uguale importo a luglio 2024 e luglio 2025. Oltre agli aumenti salariali, nel rinnovato testo contrattuale sono stati affrontati temi di primaria importanza: l'aggiornamento e la revisione del sistema di classificazione, la nuova disciplina dei contratti a termine a seguito delle novità legislative intervenute, una risposta al lavoro disagiato con l'innalzamento dell'indennità per le clausole elastiche per il part time, il richiamo alla centralità della



Giovanni Zambonelli

formazione per la competitività delle imprese e per l'inserimento lavorativo delle risorse umane, l'attenzione ai temi della parità di genere e del contrasto alla violenza sulle donne, l'investimento sulla sanità integrativa. Commentando la firma del rinnovo del contratto terziario **Giovanni Zambonelli**, presidente Confcommercio Bergamo, ha

espresso soddisfazione per un accordo atteso da tempo, non senza rilanciare l'auspicio che si veda al più presto anche il rinnovo dei due contratti del CCNL Turismo (pubblici esercizi e alberghi). "Con spirito di responsabilità, le parti hanno lavorato per arrivare a un risultato che tiene conto degli indicatori macroeconomici da una parte e della sostenibilità degli aumenti da parte delle imprese. L'intesa arriva al termine di un lungo negoziato, ma con soddisfazione ci aspettiamo che il risultato del rinnovo del CCNL contribuirà a rafforzare le relazioni tra le parti e ad assicurare a imprese e lavoratori condizioni di stabilità per il settore fino a marzo 2027. Mai come in questo momento è importante supportare una tenuta dei consumi da una parte e la sostenibilità dall'altra, con aumenti esponenziali dei costi, dalle materie prime ai tassi di interesse, in capo alle imprese, molte delle quali sono fortemente indebitate. Ora ci aspettiamo di raggiungere al più presto un'intesa per il rinnovo del CCNL Turismo, fermo da troppo tempo".

L'accordo

Le Parti hanno riconosciuto un aumento a regime pari a 240 euro mensili, al IV livello e riparametrato sugli altri, comprensivi dei 30 euro di AFAC (Acconto Futuri Aumenti Contrattuali) già decorrenti dal mese di aprile 2023, a seguito della sottoscrizione del Protocollo Straordinario del 12 dicembre 2022.

L'aumento contrattuale verrà erogato su più tranches, disposte nelle seguenti modalità:

– 70 euro a decorrere dal mese di aprile 2024;

- 30 euro a decorrere dal mese di marzo 2025;
- 35 euro a decorrere dal mese di novembre 2025;
- 35 euro a decorrere dal mese di novembre 2026;
- 40 euro a decorrere dal mese di febbraio 2027.

Inoltre, viene riconosciuto un importo a titolo di Una Tantum, pari a 350 euro, al IV livello e riparametrato sugli altri, da erogare in due momenti differenti:

- 175 euro a luglio 2024;
- 175 euro a luglio 2025.

Telemedicina, quali scenari medico giuridici nel futuro?

Convegno lunedì 25 marzo, dalle 17 alle 19, al Centro Congressi Giovanni XXIII

La Telemedicina e la trasformazione digitale, che permettono di ricevere cure mediche attraverso dispositivi elettronici, rappresentano oggi una delle frontiere più innovative dell'organizzazione dei servizi sanitari a livello mondiale. La diffusione della pandemia e lo sviluppo della cosiddetta "Silver Economy" hanno infatti evidenziato in maniera inequivocabile la necessità di attuare nuove modalità di erogazione delle prestazioni sanitarie, ponendo tuttavia contestualmente anche inediti interrogativi e problematiche di natura interdisciplinare nelle aree del diritto, dell'etica,

della finanza, della medicina, dell'intelligenza artificiale e della comunicazione. Le applicazioni della Telemedicina sono infinite, l'utilizzo di tecnologie non è solo un bisogno ma un dovere di chi le deve utilizzare per migliorare l'assistenza alle persone, tuttavia ci sono dei problemi e dei quesiti importanti ai quali è necessario dare risposte: bastano le tecnologie a soddisfare i bisogni della persona? Chi gestirà le informazioni? L'intelligenza artificiale come impatterà sul settore? E la formazione rispetto all'utilizzo di queste strumentazioni? Chi sarà il driver di queste strumentazioni? Sono queste alcune delle risposte che intende dare il convegno "Telemedicina: gli impatti sul presente e scenari medico-giuridici sul prossimo futuro", organizzato da Siro-Social intelligence reputation online, Locatelli&Partners Family Office, Ordine dei tecnici sanitari di radiologia medica e delle professioni sanitarie tecniche, della riabilitazione e della prevenzione della provincia di Bergamo; l'evento ha il patrocinio di Confcommercio Salute Sanità e Cura e del Comune di Bergamo, oltre all'accreditamento dell'Ordine degli Avvocati di Bergamo. L'appuntamento è lunedì 25 marzo, dalle 17 alle 19 nella Sala Alabastro A del Centro Congressi Giovanni XXIII, in Viale Papa Giovanni XXIII, 106 a Bergamo. Il panel di relatori include l'intervento di vari specialisti in differenti ambiti ed è stato composto rispettando anche l'equilibrio di genere. L'etica è la parola d'ordine nella telemedicina e nell'intelligenza artificiale. Fra i relatori Don Giulio Dellavite, già Delegato per le relazioni istituzionali della Curia di Bergamo e docente di "Etica del Business presso il Master della School of Economics alla LUISS a Roma. Importante anche la partecipazione delle Associazioni di categoria che dovranno sempre più assicurare servizi ed attenzione alle imprese rispetto a temi così delicati e in crescita. "La Telemedicina, con il suo impatto sul presente e i futuri scenari medico-giuridici, richiede una riflessione profonda su etica, diritto, medicina, comunicazione e intelligenza artificiale. In questo contesto, Confcommercio Salute, Sanità e Cura è attenta a comprendere e sostenere

l'evoluzione del settore, assicurando che le imprese ricevano servizi adeguati e affrontando con determinazione le sfide emergenti. Crediamo che occorra affrontare con responsabilità e impegno le domande cruciali su come gestire informazioni, l'impatto dell'intelligenza artificiale e la formazione necessaria, e in tal senso vogliamo fornire il nostro contributo nel guidare questo cambiamento significativo nel panorama del settore socio sanitario e più in generale in quello della salute" dichiara Luca Pallavicini, Presidente di Confcommercio Salute, Sanità e Cura" dichiara Luca Pallavicini, Presidente di Confcommercio Salute, Sanità e Cura. "E' importante trattare il tema e sottolineare l'importanza della formazione e della qualificazione delle professioni non ordinistiche in contesti multidisciplinari quale la Telemedicina" dichiara Anna Rita Fioroni, Presidente nazionale Confcommercio Professioni.

Fra i relatori che interverranno- oltre a Don Giulio Dellavite (Delegato per le relazioni istituzionali della Curia di Bergamo), Anna Rita Fioroni (Presidente nazionale di Confcommercio Professioni), Luca Pallavicini (Presidente Nazionale di Confcommercio Salute, Sanità e Cura)- Roberto Pucella (Professore Ordinario di diritto privato presso l'Università degli Studi di Bergamo), Matteo Caputo (Professore Ordinario di diritto penale presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore), Stefania Mancini (Corporate Ambassador MAPS Group e Cofondatrice I-Tel), Patrizia Rocca (Dirigente medico presso ASST Bergamo Est in distacco funzionale presso la Regione Lombardia nell'Unità organizzativa Sistemi informativi e Sanità digitale), Sergio Bella (Responsabile di Alta Specializzazione di Pneumologia e Fibrosi Cistica presso l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù) e Andrea Rusconi (Direttore Generale di Habilita S.p.A). L'incontro è moderato da Andrea Locatelli, avvocato, managing partner e founder di Locatelli & Partners Family Office e Simona Petrozzi, Ceo Siro Consulting srl, web reputation manager e vicepresidente nazionale Terziario Donna Confcommercio, che sottolineano: "Si tratta della prima

iniziativa finalizzata a condividere tematiche che, ciascuno per la propria competenza, discutiamo su tavoli di lavoro istituzionali ed associativi e che iniziamo ad affrontare operativamente nel nostro quotidiano”.

Info e iscrizioni: 3356409500; convegnibergamo@gmail.com.

[Il programma](#)

Bar, in crisi il format tradizionale del caffè sotto casa. In auge forme ibride e locali multitasking

Nel 2023 si spengono 90 insegne, 362 dal 2019. Crescono i locali flessibili o specializzati. In aumento catering e mense: +5,5% per effetto della crescita dei piatti pronti I servizi di ristorazione presenti in provincia di Bergamo al 31 dicembre 2023 sono 7.105. Rispetto all'anno precedente (fine 2022), dove erano attive 7.218 imprese, si perdono 113 insegne (- 1,6%). Rispetto a fine anno 2021, quello della ripartenza post pandemia dove erano attive 7.336 unità, la perdita è stata di 231 esercizi (- 3,1%). Quanto all'andamento delle imprese nei diversi settori della ristorazione si nota come in un anno - da fine 2022 a fine 2023- si sono persi 90 servizi di bar (-2,8%), 42 servizi di ristorazione (-1,1%) e siano cresciuti invece di 19 (+ 5,5%) i servizi di preparazione pasti (mense, catering e banqueting, dark kitchen). Osservando i settori in un periodo più lungo, dal 2019 cioè prima della pandemia, si evidenzia che i bar dal 2019 al 2023

hanno perso 362 imprese (-10,5%), i ristoranti hanno guadagnato 88 insegne (+2,5%) e i servizi di fornitura pasti 79 aziende (+27,5%). Sono questi i principali dati emersi dall'ultimo Osservatorio Cruscotto Dataviz (al IV trimestre 2023) su elaborazione dati Infocamere Fipe-Confcommercio Bergamo. I numeri sono emblematici del cambiamento in corso e della crisi di un modello. Il bar tradizionale è da anni in difficoltà non solo nei piccoli paesi, dove il rischio è la desertificazione dopo la chiusura anche dei negozi, ma anche nei centri più grandi e in città. "Ogni insegna che si spegne lascia un vuoto, specialmente nei piccoli comuni montani dove il bar rappresenta quasi sempre l'unico punto di aggregazione sociale- spiega Diego Rodeschini, presidente del Gruppo, Bar Caffè e Pasticcerie Confcommercio Bergamo- . Non è solo una questione di eccesso di offerta, che pur con le liberalizzazioni delle licenze e la crescita dell'autoimpiego c'è stata, ma a cambiare sono le abitudini dei consumatori e dei consumi in generale, tra calo del potere d'acquisto e concentrazione nei fine settimana delle uscite. La clientela ora va a cercare prodotti particolari ed esperienze. La proposta deve essere personalizzata e distinguersi dalle altre". Funzionano anche ibridazioni e contaminazioni: panifici con bar e bar ristoranti, ristoranti- pasticcerie, pasticcerie- catering e ampliamento dei servizi. Vince il modello flessibile e multitasking che sa diversificare l'offerta a seconda della fascia oraria o della clientela per soddisfare una domanda quanto più ampia possibile. "Bisogna



cercare di assecondare e accompagnare il cambiamento dei consumi e della clientela, modificando la proposta in base alle esigenze del momento. Innalzare sempre la qualità e rendere unica e personale la proposta, dalla valorizzazione dei prodotti a km zero o

particolari all'organizzazione e promozione di eventi e serate

a tema". Nemmeno la forte spinta della ripartenza del 2021 ha saputo invertire un trend inesorabile che ha visto perdere oltre il 10% degli esercizi negli ultimi 4 anni, pari a ben 362 insegne. La debolezza del sistema non è evidenziata solo dal saldo negativo di imprese, ma anche dal turnover che è rimasto comunque alto dopo il 2020. In quest'ultima fase, si registra l'apertura di ristoranti e la chiusura di bar, ma questi ultimi dal 2003 al 2013 sono cresciuti notevolmente e oggi pagano pegno al cambio dei consumi in atto. Negli ultimi anni si è inoltre definitivamente affermata la cucina e i ristoranti fusion, da Poke e kebab per la somministrazione e asporto, ai sushi bar e ristoranti, ai locali etnici (dalla cucina eritrea a quella libanese, dall'indiana alla thailandese). Se il trend dei bar è lineare e purtroppo sempre negativo i servizi di ristorazione hanno registrato un cambiamento nel loro andamento. I ristoranti sono cresciuti negli ultimi anni, addirittura nel 2020 e in maniera notevole con la spinta post pandemia del 2021. Ma da due anni a questa parte (con particolare accentuazione nel 2023) stanno subendo un calo, dopo aver conosciuto una lunga e straordinaria curva di crescita, grazie all'aumento dei consumi fuori casa e del turismo nella nostra provincia. La crisi economica e finanziaria (prima con l'energia poi il caro mutui) sta portando ad un inevitabile crollo dei consumi. L'unico segmento che cresce- a seguito della esternalizzazione del servizio dalle imprese pubbliche e private e della tendenza a produrre piatti pronti- è quello legato alle mense, catering e banqueting che aumenta anno dopo anno, nel 2023 del 5,5% e dal 2019 addirittura del 27,5%. Questo segmento rappresenta però una nicchia nel settore, concentrando solo il 5,2% delle imprese complessive. "La crisi economica e finanziaria, tra rialzo dei tassi di interesse e inflazione, sta portando ad un inevitabile calo dei consumi- spiega Oscar Fusini, direttore Confcommercio Bergamo-. Un discorso a parte va fatto per Città Alta e le aree più turistiche della provincia. Nelle vie e quartieri più attrattivi della città, sul lungo lago di Sarnico e Lovere, i locali crescono, così come la presenza dei

turisti. Ma sono aree limitate della Bergamasca”.

Il dato: l'identikit dell'impresa della ristorazione

La fotografia del settore

Imprese giovanili, femminili e straniere

Le imprese femminili dei servizi della ristorazione a Bergamo sono 1.845, pari al 32%, e sono in percentuale più alte del totale della Lombardia, 27% e dell'Italia 28%. Le imprese femminili attive del settore sono 1.630. Il saldo del IV trimestre è negativo -9: le iscrizioni sono 22 (+4,8%) e le cessazioni 31 (+19,2%). Sono giovanili per il 14% e straniere per il 22%. Le imprese giovanili (con proprietà o controllo in prevalenza under 35), sono 695, pari all'11,9% del totale (allineate alla percentuale regionale 12,0% e nazionale 12,0%). Le imprese attive del settore in bergamasca sono 619. Il saldo del IV trimestre è -2, frutto di 17 iscrizioni (+70,0%) e 19 cessazioni +72,7%. Sono per il 39% imprese femminili e per il 28% straniere con percentuali quindi molto alte. Le imprese straniere, 1.085, sono il 18% del totale inferiore al dato lombardo 23% e superiore al dato nazionale 13%. Nel IV trimestre ha registrato un saldo negativo -1 frutto di 15 aperture (-34,8%) e di 16 cessazioni (-11,1%). Sono femminili per il 37% e giovanili per il 18%.

La forma societaria

Il settore presenta 2.826 ditte individuali attive (39,8%), 1.886 società Snc e Sas (26,5%) e 2.116 Srl, Srls e Spa (29,8%). Non mancano altre forme 277 (3,9%). Come negli altri settori del commercio, si registra il calo vistoso della costituzione di società di persone a favore delle forme di società di capitale e in particolare della società a responsabilità limitata semplificata (Srls), introdotta nel nostro ordinamento a partire dal 2012 con l'obiettivo di rendere più accessibile e meno costosa la costituzione della società.

Le dimensioni delle imprese

Il settore dei servizi di ristorazione è fortemente caratterizzato dalle dimensioni micro e piccole. Il 37,5% delle imprese ha fino a 3 addetti (ma la stima è più alta e sfiora il 50%, dato che è alto il numero delle imprese per cui non è disponibile l'informazione sul numero degli addetti); le imprese dai 4 ai 9 addetti sono il 21,8%. Solo il 12,4% delle imprese è di dimensione media (fino a 49 addetti), mentre solo il 2,5% ha un numero di addetti superiore a 50.

Segmenti di servizi erogati

I **bar e pubblici esercizi che non hanno cucina**, ma solo tavola fredda e bevande, sono 3.070 (pari al 43,2% totale), le imprese che somministrano o vendono cibo sono 3.669 (pari al 51,6%) e Gli esercizi del catering e delle mense sono 366 (pari al 5,2%). Mentre il settore dei bar con licenza di pubblico esercizio, pur con caratteristiche e vocazioni diverse, costituisce un unico comparto, quello del catering si compone di tre micro settori: 296 mense, 15 catering su base contrattuale e 55 imprese di catering per eventi e banqueting. Il settore più frammentato è quello della ristorazione che è formato da 3.669 unità locali. Le unità con somministrazione, ristoranti e pizzerie, sono 2.305 (32,4%), 859 sono senza somministrazione e di asporto (12,1%), 370 pasticcerie e gelaterie (5,2%), 94 (1,3%) imprese di ristorazione e pasticcerie ambulanti, oltre a 41 imprese (0,6%) di altri microsettori.

Dimensioni dei segmenti

Incrociando i dati delle dimensioni e delle categorie, emerge che i bar sono nella maggior parte di piccola dimensione. Confcommercio Bergamo stima che oltre il 70% dei bar rientri nella categoria delle microimprese (fino a 3 addetti). I ristoranti hanno per quasi il 50% tra i 4 e i 9 dipendenti. Il 20% ha fino a 3 addetti e un altro 20% ha più di 10

dipendenti. La ristorazione senza somministrazione o per asporto, salvo qualche caso di impresa di grande dimensione, si esprime oltre il 90% nella categorie fino a 9 addetti, con una forte concentrazione che sfiora il 70% fino a 3 addetti. Le gelaterie si distribuiscono abbastanza uniformemente, senza grandi variazioni dalla media, su tutte le dimensioni dalla micro alla più grande. Il settore del catering e delle mense è rappresentato da tutte le categorie della micro, piccola e media dimensione. Ha una forte accelerazione nelle grandi, dove esprime quasi il 40% delle imprese grazie alla presenza di 8 imprese sopra i 50 dipendenti che gestiscono 350 unità locali sul territorio.

Cambio di statuto e nome per l'associazione: il nuovo corso di Confcommercio Bergamo

Un cambiamento nel segno della continuità e nel solco della



tradizione, che dura da quasi 80 anni

Cambio di statuto per Ascom Confcommercio Bergamo. È questa la principale novità dell'assemblea straordinaria dei soci che, alla presenza del notaio ha deliberato le modifiche della carta statutaria dell'associazione, in base alla bozza messa a punto dal Consiglio Direttivo e approvata dal Consiglio delle Categorie lo scorso 22 gennaio.

La prima grande novità è il cambio della denominazione dell'Associazione che, da Ascom Confcommercio Bergamo prenderà il nome di Confcommercio Imprese per l'Italia-Bergamo e adotterà il nuovo logo, evidenziando così ancor meglio l'adesione al sistema Confcommercio e l'identificazione con i suoi principi istitutivi e di azione.

E' un cambio di grande rilievo, come sostiene il presidente Giovanni Zambonelli, che completa la parziale introduzione del nome della Confederazione avvenuta con la modifica dello statuto del 2017 e che, dopo un periodo di sette anni di transizione, allinea nel 2024 perfettamente l'Associazione territoriale al nome della grande casa madre nazionale. "Fino al 2017 la denominazione Associazione Esercenti e Commercianti della provincia di Bergamo richiama quella dell'anno della fondazione, il 1945- spiega Zambonelli-. Anche se le origini del nome sono ancora più antiche, come testimonia il documento del 1909 che sancì l'unione tra l'Associazione dei commercianti con quella degli Esercenti". Ora ci si prepara a nuovi importanti traguardi: "Siamo molto attenti alla nostra storia e alle nostre radici che celebreremo l'anno prossimo con l'80° anniversario della costituzione della moderna

associazione, ma dobbiamo anche capire che il mondo va avanti-aggiunge il presidente-. In una società nella quale la comunicazione e i social rivestano un'importanza crescente, l'adozione del nome nazionale consente di enfatizzare la grande azione sindacale di Confcommercio Imprese per l'Italia, spesa ad ogni livello: italiano, regionale e provinciale”.



Il nuovo statuto introduce la nuova figura del Partecipante del Sistema associativo, che è rappresentato da ogni impresa che adotti i CCNL sottoscritti dalla Confederazione. “I Contratti Collettivi del Commercio e dei servizi e quelli del turismo sono tutti contratti cosiddetti “leader”, certificati dall'INPS come i maggiormente applicati sia a livello

nazionale e provinciale, con coperture che vanno dal 70% all'80% nei servizi (contratto Confcommercio), fino al 93% in quelli del turismo (contratti FIPE e Federalberghi)” tiene a precisare Zambonelli.

Un'altra novità introdotta dallo statuto nazionale prevede l'eliminazione della non eleggibilità del presidente dopo il secondo mandato. In questo modo viene stabilito che dopo il secondo mandato consecutivo il presidente in carica possa essere rieletto con un quorum aumentato al 60% (invece del 50%) dei voti del Consiglio direttivo. Nel caso questa maggioranza non sia raggiunta, sarà eletto un altro candidato con il normale quorum del 50%, mentre il presidente uscente, eletto dall'assemblea nell'elenco del Consiglio Direttivo, decadrà dall'incarico, affidandolo al primo dei non eletti. “Come nella politica, anche nel mondo associativo si fatica a coinvolgere e a formare dirigenti capaci e disponibili- sottolinea il vicepresidente vicario Luciano Patelli-. Ecco perché è preferibile lasciare comunque la possibilità di più mandati del presidente, sebbene con quorum elettivi più alti.

Peraltro la nostra associazione fin dal 2017 ha introdotto il limite dei 75 anni per tutte le cariche elettive”. Resta ferma l’incompatibilità -senza possibilità di deroga- per presidente, vicepresidenti e direttore per tutti gli incarichi collegati ai partiti politici. Le modifiche dello statuto si sono rese necessarie anche alla luce del nuovo trattamento IVA riservato agli enti non commerciali di tipo associativo e all’inquadramento giuridico tributario delle entrate di ogni livello del sistema associativo. “Le norme previste dal D.L. 21/10/2021 n. 146 convertito con modificazioni dalla Legge 17/12/2021 n. 215 prevedono necessari adeguamenti, in linea con quanto fatto dalla Confederazione nazionale e lombarda- spiega il vicepresidente Cristian Botti-. La nostra Associazione ha già da anni separato le quote associative ordinarie riscosse da Confcommercio Bergamo, dai proventi dei servizi, soggetti ad IVA, delle sue società partecipate. Senza quindi alcun contraccolpo per le attività svolte e per i soci, la modifica riformula la definizione delle quote associative e del Fondo comune, allineandosi a quanto avviene a livello nazionale”.

Intelligenza artificiale tra trasformazione digitale e sostenibilità

Venerdì 23 febbraio, ore 15, approfondimento con Stefano Epifani in sede Ascom (Sala Conferenze) Il tema dell’intelligenza artificiale, delle sue possibili applicazioni e del rapporto tra trasformazione digitale e

sostenibilità è al centro dell'incontro di approfondimento promosso da Ascom Confcommercio Bergamo. **Venerdì 23 febbraio, a partire dalle ore 15** nella sala conferenze della sede cittadina (via Borgo Palazzo, 137), dopo l'introduzione e i saluti del presidente Ascom Confcommercio Bergamo **Giovanni Zambonelli**, il professore **Stefano Epifani** aiuta ad approfondire un tema essenziale per la competitività d'impresa, per adattarsi alle sfide del mercato, migliorando flessibilità, innovazione e customer experience. **Stefano Epifani** è presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale, consulente per istituzioni nazionali e internazionali e coordinatore Edi – Ecosistema digitale per l'innovazione di Confcommercio Imprese per l'Italia. La Fondazione per la sostenibilità è il primo istituto di ricerca nazionale che approfondisce il tema con esperti indipendenti, istituzioni, imprese e università i cui esponenti fanno parte dei comitati di indirizzo e scientifico.

L'incontro è riservato ai soci.