

Prorogati gli orari dell'Infopoint di VisitBergamo all'aeroporto di Orio

L'aeroporto di Milano Bergamo decolla sempre di più e con esso anche l'Info Point Gate di VisitBergamo all'interno dello scalo internazionale gestito da Sacbo.

Per intercettare e dare la migliore assistenza possibile anche ai turisti che, sempre più numerosi, atterrano in serata allo scalo orobico, dal primo di giugno l'orario di apertura dell'Infopoint nelle giornate dal lunedì al sabato proroga di due ore l'apertura, dalle 8.00 alle 22.00 (rispetto alla chiusura fissata sinora alle 20.00).

Invariato l'orario della domenica, dalle 10.00 alle 18.00.

“Le due ore aggiuntive sono un ulteriore segnale concreto di attenzione verso i turisti che sempre più numerosi atterrano a Bergamo anche negli orari serali – spiega Luigi Trigona, Presidente di VisitBergamo – e rappresentano un unicum nel panorama degli uffici di informazione turistica, perché nessun altro infopoint fornisce un servizio così esteso. I dati del 2018 e quelli del primo quadrimestre dell'anno in corso registrati nel nostro infopoint confermano l'interesse in forte crescita che c'è nel mondo verso il nostro territorio. L'ufficio si trova nell'area Arrivi dell'aeroporto, collocato in posizione strategica per i turisti; i quali sono accolti con competenza e cortesia da personale qualificato, che fornisce in diverse lingue informazioni di carattere culturale, storico-artistico, suggerendo itinerari per organizzare al meglio il soggiorno in città, provincia e regione. Grazie all'importante collaborazione con Sacbo –

osserva Trigona -, VisitBergamo svolge da tanti anni in aeroporto quell'importante e indispensabile ruolo di promozione e accoglienza turistica del nostro territorio. Ruolo ancora più significativo e di responsabilità davanti all'aumento costante del numero di passeggeri che atterrano in città, sia per turismo sia per business”.

“L'estensione dell'orario di apertura dell'ufficio turistico presente in aerostazione risponde all'esigenza di offrire un'assistenza puntuale e completa ai passeggeri che sbarcano dai voli in arrivo nella tarda serata – dichiara Emilio Bellingardi, direttore generale di SACBO – La decisione conferma l'attenzione e la sensibilità che Visit Bergamo profuse e mostrate da sempre e che ha accompagnato nel corso degli anni la crescita dell'aeroporto. Si tratta di un valore aggiunto che rappresenta un biglietto da visita per la città e il territorio e concorre a tenere alto il livello di qualità dell'accoglienza. Consideriamo Visit Bergamo un partner fondamentale nel quadro dei servizi offerti ai passeggeri che, siamo certi, apprezzeranno la continuità di apertura dell'ufficio di informazioni turistiche e sempre più la disponibilità e professionalità del personale che vi opera”.

L'infopoint è ricercato soprattutto dagli stranieri, mediamente il 78% del totale. Complessivamente nel 2018 sono stati 81.350 (63.088 stranieri, 18.262 italiani) i turisti che si sono affidati all'Infopoint di VisitBergamo.

Nei primi quattro mesi di quest'anno gli afflussi registrano una ulteriore importante crescita rispetto allo stesso periodo di un anno fa: 27.657 turisti , 6.499 in più rispetto ai 21.158 del primo quadrimestre 2018, con un incremento pari al 31%. Dati che confermano il grande interesse da parte degli stranieri per il nostro territorio.

L'aeroporto – che collega Bergamo con ben 135 destinazioni in 37 Paesi stranieri (Europa, Mediterraneo e Nord Africa) – nel 2018 ha infatti consolidato la terza posizione nella

graduatoria degli scali nazionali, sfiorando quota 13 milioni di passeggeri (per l'esattezza, 12 milioni 938mila). I dati dei primi mesi del 2019 confermano il trend in crescita da anni, il che consentirà di conquistare a fine anno un nuovo record, andando ben oltre la soglia dei 13 milioni di passeggeri.

Ricordiamo che l'Info Point Aeroportuale, esattamente un anno fa, ha avuto l'onore di essere inaugurato, dopo un importante lavoro di restyling, quale primo degli Infopoint Gate operativi negli aeroporti lombardi previsti dalle delibere regionali per valorizzare, innovare e adeguare le strutture che intercettano i principali flussi turistici della regione. Ad oggi quello di VisitBergamo rimane l'unico Infopoint Gate operativo in Lombardia.

Tra i servizi a disposizione dei passeggeri citiamo: Informazioni turistiche, itinerari personalizzati alla scoperta del patrimonio ambientale, culturale e storico della città e del territorio provinciale; informazioni sulle strutture ricettive del territorio; distribuzione di materiale informativo, mappe, miniguide; indicazioni stradali, trasporti pubblici, parcheggi; informazioni su eventi e spettacoli, visite guidate, ristorazione e shopping; informazioni e indicazioni sulle vicine località della Lombardia. I passeggeri dispongono inoltre h24 di totem multimediali esterni all'ufficio per reperire a qualsiasi ora le informazioni per il proprio soggiorno e per poter effettuare le prenotazioni. Infine, grazie ad un accordo con Booking.com, top player mondiale tra le Online Travel Agencies (Ota), è possibile prenotare l'alloggio in tempo reale e alla miglior tariffa disponibile.

Alta Val Seriana Clusone, un distretto del commercio con molte potenzialità

Il Distretto del Commercio Alta Val Seriana–Clusone ha pubblicato lo scorso aprile un'indagine sulla domanda di servizi commerciali e turistici espressa dai suoi frequentatori.

L'indagine, realizzata da TradeLab con il supporto di rilevatori locali nell'estate del 2018, ha raccolto i punti di vista dei cittadini dei dieci Comuni locali (Clusone, Cerete, Fino del Monte, Gorno, Onore, Parre, Piario, Ponte Nossola, Rovetta e Songavazzo) e dei turisti che li frequentano. In particolare, si voleva capire come i residenti e i turisti vivono il Distretto, come lo giudicano in termini di vitalità e vivibilità, dove e come fanno i loro acquisti di prodotti sia alimentari che non alimentari e come valutano l'offerta di servizi commerciali e di altra natura.

Per realizzare l'indagine sono stati intervistati oltre 1.000 frequentatori, di cui circa due terzi residenti e un terzo turisti.

Dall'analisi è emerso che per i residenti il Distretto del Commercio Alta Val Seriana–Clusone rappresenta un insieme di luoghi con molteplici funzioni urbane e di interessi diffusi: i comuni si configurano principalmente come luoghi di acquisto, ma anche di incontro, di relazione e di divertimento. Complessivamente il Distretto è considerato molto vivibile, anche se poco vitale/attrattivo. Un aspetto critico evidenziato soprattutto dai giovani.

Per quanto riguarda i livelli di soddisfazione rispetto a ciò che il Distretto offre, in generale i voti assegnati dai residenti sono abbastanza alti, anche se non altissimi. L'animazione in termini di attività culturali ed eventi è, insieme all'accessibilità, l'area che riceve il voto più

basso, mentre il senso di sicurezza e la qualità dell'offerta commerciale riscuotono i giudizi più positivi. I negozi e i pubblici esercizi del Distretto piacciono in particolare per la cortesia degli operatori e per gli orari di apertura, oltre che per la qualità e varietà dell'offerta di bar, locali e ristoranti. L'offerta è apprezzata abbastanza nel campo alimentare e dei locali pubblici, mentre c'è da lavorare su quella non alimentare, in particolare nel comparto profumeria ed elettronica.

I residenti chiedono soprattutto più negozi e una più ampia offerta di svago e divertimento ed è il motivo per cui oggi frequentano anche centri commerciali esterni al Distretto (e in particolare Orio Center e Alle Valli).

I turisti intervistati dai rilevatori del Distretto sono soprattutto italiani e in particolare lombardi, in quasi due terzi dei casi alloggiano in case di proprietà. Sono quindi turisti che conoscono la Valseriana e sono abituati a frequentarla per motivi di svago.

Nel complesso, i visitatori della Val Seriana si dicono soddisfatti dell'offerta del Distretto e la giudicano migliore delle loro aspettative. Apprezzano in particolare l'ambiente naturale e l'offerta di cibo e ristoranti (un ambito su cui il Distretto, in collaborazione con Promoserio, ha lavorato e sta lavorando da diversi anni per la promozione dei Sapori Seriani). I giudizi sono invece leggermente inferiori, anche qui, sul fronte della vitalità e intrattenimento e su quello dello shopping. Di contro piacciono molto il livello di servizio offerto dai negozianti e la qualità dell'offerta e del servizio dei locali.

Nel complesso l'offerta del Distretto riceve buoni voti dai suoi turisti: ben il 91,1% di loro consiglierebbe di visitarlo.

L'indagine delinea tante luci e alcune ombre di un territorio che rappresenta un insieme di luoghi con molteplici funzioni urbane e di interessi diffusi: dall'abitare al socializzare,

dal consumare al divertirsi, dal lavorare al muoversi. Rappresenta un utile spunto per le politiche da intraprendere nei prossimi mesi.

Chi volesse approfondire il lavoro svolto può scaricare l'intera indagine dalla pagina facebook Distretto del commercio Alta val Seriana Clusone e dal sito istituzionale di Promoserio.



Contratto nazionale del Terziario. La scadenza slitta al 31 dicembre 2019

Confcommercio ha raggiunto un accordo con le organizzazioni sindacali firmatarie del contratto collettivo Nazionale del Terziario, distribuzione e servizi che sposta al prossimo 31 dicembre 2019 la scadenza del contratto collettivo nazionale.

La nuova scadenza permette di riallineare tutte le diverse previsioni contrattuali attualmente esistenti nel settore e garantire alle imprese che applicano il CCNL Confcommercio

condizioni di concorrenza uniformi.

Prosegue pertanto l'attività di sostegno alla contrattazione portata avanti da Confcommercio, dopo l'importante sottoscrizione dell'intesa del 17 aprile sulla stagionalità, che consente alle imprese di procedere alle assunzioni per l'imminente stagione estiva, senza gli stringenti vincoli del Decreto Dignità".

Le competenze sono la variabile strategica per innovare

L'innovazione non è solo tecnologica e non riguarda solo il settore manifatturiero. Si è fatta molta confusione nella diatriba tra industria 4.0 e impresa 4.0. Non tanto per la **contrapposizione** tra le rappresentanze nazionali dell'industria e quella degli altri settori, quanto per la traduzione maldestra in italiano che è stata fatta di industry 4.0 in industria invece che in impresa.

Le imprese manifatturiere sono imprese innovative per capacità, quelle dei settori del commercio, turismo e dei servizi, soprattutto quando si tratta di imprese in fase di start up, sono **imprese innovative per necessità**. L'innovazione perché possa distinguere l'impresa e renderla competitiva non può limitarsi all'insegna o al prodotto venduto. Deve invece essere pervasiva e abbracciare tutte le funzioni aziendali che corrispondono ad organi vitali dell'impresa.

Secondo una ricerca dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail del Politecnico di Milano "L'innovazione di significato nel retail: le direzioni emergenti" tenutosi lo scorso 7

marzo, l'innovazione nei servizi avviene attraverso la proposta di un'innovazione di significato (Innovation of meaning – WHY) che si traduce in innovazione di soluzione (Innovation of solution DIGITAL TECHNOLOGY – HOW o SHOPPING EXPERIENCE – WHAT).

Questo nel commercio in senso stretto risponde a tre scenari di innovazione, passare dal visitare il negozio per comprare, ritirare, ecc. a stare nel negozio per vivere un'esperienza; dal cercare di rendere più efficiente il tempo (di solito per ridurlo) a valorizzarlo per imparare, divertirsi, creare idee; dal proporre una finzione in cui il cliente è passivo a rappresentare uno spettacolo reale in cui il consumatore è attore protagonista.

Secondo una ricerca analoga dello stesso osservatorio "L'innovazione digitale nel retail: lo stato dell'arte" dell'8 marzo 2019, i cantieri di innovazione dello store censiti dalla ricerca riguardano "digital, omnichannel, different e useful", cioè digitale, multicanale, differenti e utili).

Se l'innovazione è la soluzione per competere non tutti però vi possono ricorrere. Un primo vincolo è il suo costo. Gli investimenti in innovazione nel terziario nel nostro Paese sono molto bassi rispetto al fatturato in confronto a quelli degli altri Paesi perché il nostro settore in Italia è – fortunatamente – commercio indipendente e strutturato in piccole e piccolissime imprese che in questa fase non trovano risorse per investire.

Ma non è solo questo. Servono anche visione e competenza.

Secondo la ricerca "Highlights Future ability" del CfMT-Centro di Formazione Management del Terziario presentata lo scorso aprile a Milano* a cui ho partecipato, nel ristudiare il proprio business il terziario deve: puntare sui servizi (nell'ottica che si passerà dal possesso di beni al noleggio e all'affitto); privilegiare l'acquisto etico e di prodotti

ecologici e made in Italy; orientarsi su servizi per la salute e il benessere. Il futuro del retail saranno nuovi punti consegna dell'e-commerce, categorie merceologiche fluide, maggiori private labels, un turismo più personalizzato e la terziarizzazione dell'industria.

Occorre soprattutto rivedere le tecnologie e, ancor prima, ripensare alle persone che lavorano e alle loro competenze. Si tratta di definire nuovi modelli di organizzazione del lavoro, nuovi stili di leadership e potenziare age management, welfare aziendale e skills. Sono proprio le competenze la variabile strategica dell'innovazione.

Non è casuale che abbiamo deciso di organizzare un convegno sull'innovazione del terziario in Università, sua sede naturale.

*** La ricerca sarà oggetto di una pubblicazione nel volume "Futurability: l'Italia del futuro" raccontata da 100 protagonisti dell'economia" di Cosimo Finzi e a cura di Giorgio Del Mare Franco Angeli disponibile da giugno 2019.**

Federalberghi: il turismo, un universo che evolve alla velocità della luce

"Torniamo in questo luogo dopo 30 anni. In questa perla del Mediterraneo, che è ormai un brand per il turismo internazionale, ci ritroviamo ora come allora ai nostri posti di combattimento con l'entusiasmo di sempre. Al contrario delle apparenze, lavorare nel nostro settore è molto duro. Oggi bisogna essere eroici per portare avanti la propria impresa nel mondo della ricettività. Con tutti i balzelli

fiscali, le irregolarità intollerabili dovute all'abusivismo dilagante e di fronte ad uno scenario internazionale che ci sottopone ad una competizione feroce, solo dei visionari innamorati del proprio Paese possono riuscire a fronteggiare tale situazione, producendo anche risultati di valore per l'economia di casa nostra. Siamo e restiamo comunque degli ottimisti".

Commenta così il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, l'apertura della 69a Assemblea nazionale che quest'anno si è svolta nell'isola di Capri e che ha visto la partecipazione di moltissimi titolari delle oltre 27mila imprese che compongono l'associazione, operativa da ben 120 anni.

Insieme a loro, tra il pubblico numerosi operatori del settore, giovani e addetti ai lavori provenienti sia dal territorio che da varie parti dell'Italia.

Presente anche il mondo delle istituzioni, con il sindaco di Capri, Gianni De Martino, l'assessore al Turismo di Anacapri, Massimo Coppola, il Ministro delle politiche agricole alimentari forestali e del turismo, Gian Marco Centinaio.

Protagonista dell'assemblea di Capri nell'ambito della tavola rotonda moderata dal giornalista de La7 Andrea Pancani, anche l'imprenditore e businessman Flavio Briatore, da sempre molto partecipe riguardo i temi legati al turismo nonché fautore di molte proposte volte a sostenerne la crescita.

"E' un onore per noi ospitare la 69° Assemblea della Federazione degli albergatori – ha detto il sindaco di Capri, De Martino, aprendo i lavori – Sono fiero quindi di darvi il benvenuto da questa terra e di promuovere insieme a voi il turismo italiano, con la certezza che sia il bene primario per il nostro Paese."

"Il primo obiettivo che vogliamo portare a casa è la lotta all'abusivismo – ha dichiarato il Ministro delle politiche agricole alimentari forestali e del turismo intervenendo

all'Assemblea degli albergatori – Non si può pensare di ragionare sul turismo, su progetti, su come promuovere il Sistema Italia e ritrovarsi con alberghi che rispettano le leggi e le regole, e poi tutto il resto del mercato invece fa quello che vuole. Proprio per questo stiamo lavorando sul codice identificativo per le strutture ricettive che confidiamo di avere al più presto” – ha proseguito il ministro – “Uno strumento che potrebbe contribuire a far emergere il sommerso potrebbe essere la tassa di soggiorno. Personalmente sono sempre stato contrario e sarei per cancellarla. La situazione va a mio avviso rivista completamente. Andrebbe infatti introdotto nello “scopo” anche un metodo di rilevazione che, unitamente al monitoraggio dei flussi attraverso un sistema di data intelligence turistico più ampio, consenta di contribuire in maniera fattiva all'emersione dell'illegale e al contrasto dell'abusivismo. Dobbiamo ragionare con i Comuni e le Regioni, per delimitare in maniera chiara lo scopo”.

“Ho accettato con entusiasmo l'invito del presidente Bocca a partecipare alla vostra assemblea perché il turismo è un settore che mi interessa molto e lo considero una risorsa enorme che l'Italia ha e che andrebbe sfruttata al meglio” – ha dichiarato Flavio Briatore – “Sulla base delle esperienze ed expertise del gruppo Billionaire, che opera nel campo della hospitality di lusso internazionale, spero di essere riuscito a dare spunti e suggerimenti validi. A questo proposito va detto che le indagini di mercato dimostrano che la richiesta di turismo di lusso sale. Il che per l'Italia è una grande opportunità. Ciò è sufficiente a farci capire che non va demonizzato! Bisogna imparare a capire che si può fare turismo di qualità, ecosostenibile, rispettando rigorosamente le peculiarità e le regole della natura creando comunque reddito e facendo il bene del Paese”.

“Non credo che smetteremo mai di batterci e di rivendicare ciò che può fare bene al settore – ha detto ancora Bocca – Noi

siamo qui anche per chiedere di aiutarci ad aiutare il turismo, per far spiccare il volo a questo comparto che, con le sue performance, sta dicendo a gran voce al Paese: Io valgo”.

“Per questo ci vogliono professionisti capaci, quelli come solo l’Italia sa produrre. I manager del futuro. Peccato che poi ce li portino via. E che il futuro, i nostri giovani, in moltissimi casi debbano andare a costruirselo all’estero. Fuori dal proprio meraviglioso Paese”.

“Se è vero che il turismo è un bene non delocalizzabile, perché dobbiamo delocalizzare i nostri talenti? Incentiviamoli invece a restare, potenziando la formazione e assecondando le tendenze secondo ciò che chiede questo mercato.”

“Il turismo è settore dalle mille declinazioni – ha concluso il presidente di Federalberghi – Moltissimi nuovi mestieri stanno nascendo in questo comparto, perché le nuove tecnologie ed i sistemi digitali rendono infinito il campo di applicazione del nostro lavoro. Non dimentichiamo che siamo una comunità che arriva a dare lavoro ad oltre 350mila persone.”

“L’obiettivo è ambire a raddoppiare queste cifre – ha concluso Bocca – E bisogna farlo anche supportando l’espressione di nuove professionalità, sempre più necessarie al turismo, un universo che evolve alla velocità della luce.”

A Bossico la Festa dei

formaggi dell'Altopiano

Bossico omaggia i formaggi con una giornata di gusto, relax e divertimento. Domenica 29 aprile a Bossico, per le vie di tutto il paese, ritorna la 'Festa dei formaggi dell'Altopiano', appuntamento atteso dagli appassionati delle produzioni casearie e della buona cucina, giunto alla settima edizione. Sarà possibile visitare le cascine agricole e conoscere le loro produzioni casearie, assistere ai vari momenti del lavoro agricolo, degustare e acquistare prodotti a km zero. Per i bambini saranno proposte attività dedicate e merende a km zero.

Chi seguirà gli "agri percorsi" avrà anche la possibilità di adottare una mucca tra quelle presenti nelle stalle: con l'acquisto di un formaggio si sosterrà il lavoro dei casari e si avrà un prodotto genuino. Nei ristoranti del paese si potranno infine gustare ottimi piatti locali.

L'obiettivo della manifestazione, promossa dalla Pro Loco di Bossico con il patrocinio dell'amministrazione locale e di Coldiretti, è valorizzare un prodotto storico, fortemente legato al territorio ed espressione delle tradizioni casearie tipiche del mondo contadino.

Affitti brevi: La Corte Costituzionale ha dato il

'via libera' al CIR per Airbnb

La Corte Costituzionale ha dato il "via libera" all'indicazione del Codice Identificativo di Riferimento (CIR) per le case vacanza.

Si ricorda che il Tar Lombardia aveva respinto le richieste di Airbnb, che si rifiutava di applicare la legge sugli affitti brevi con l'utilizzo del CIR.

Regione Lombardia, continuando la lotta all'illegalità, implementerà sanzioni a chi non indica il CIR, che attesta la regolarità fiscale e amministrativa, nel proprio annuncio. Per ottenere il codice CIR è necessario registrarsi sul portale "Turismo 5" come gestori di Esercizi Ricettivi.

Airbnb dovrà, quindi, applicare la legge sugli affitti brevi, che impone alle piattaforme online di trattenere dagli utenti il 21% di tasse dai compensi e di versarlo al fisco.

La sentenza della Corte Costituzionale conferma la priorità della lotta all'abusivismo e all'illegalità, proteggendo il settore del turismo soprattutto nel periodo dell'anno più atteso per l'organizzazione delle vacanze estive.

"Siamo molto soddisfatti che l'Alta Corte abbia accettato le ragioni di Regione Lombardia sulla difesa di un procedimento che nel frattempo non è stato solo oggetto di deliberazione da parte di questa regione, ma anche da altre regioni di Italia, segnale che l'esigenza è sentita. La nostra associazione ha sempre sostenuto questa battaglia con Regione: una battaglia di dignità, che non vuole ostacolare nessuno, ma vuole applicare le stesse regole allo stesso mercato", afferma Giovanni Zambonelli presidente di Ascom Confcommercio Bergamo.

"Sebbene alcune amministrazioni come Bergamo siano già partite

con i controlli, auspichiamo che nelle prossime settimane quest'azione si possa rafforzare. Non c'è dietro una volontà persecutoria ma solamente quella di informare i cittadini dell'esistenza della legge e dell'obbligo di indicare questo codice a tutela del turista che prenota", commenta il direttore Ascom Confcommercio, Oscar Fusini.

Contratti stagionali, chiusa la trattativa per l'accordo

È chiusa la trattativa per l'accordo sui contratti stagionali. Dopo i recenti incontri e gli appelli, non ci sono state ulteriori mosse da parte del sindacato e Ascom Confcommercio Bergamo ritiene quindi la partita conclusa e sposta la sua attenzione su altri fronti: Formazione Impresa 4.0 e sostegno al reddito dei lavoratori. Secondo i vertici dell'Associazione il silenzio del sindacato non solo è incomprensibile ma anche offensivo e mette una pietra pressoché definitiva su un accordo che avrebbe giovato non solo alle aziende ma anche ai lavoratori.

«La trattativa relativa all'individuazione dei comuni ad economia turistica della provincia di Bergamo prevista dall'art..66 bis del CCNL del Commercio è in un vicolo cieco – spiega Enrico Betti, responsabile Area lavoro di Ascom Confcommercio Bergamo-. Evidentemente alle organizzazioni sindacali non interessa poter agire da attori principali nel mercato del lavoro abdicando alla opportunità offerta dal Contratto nazionale. Abbiamo fatto un percorso articolato che immaginavamo portasse a una intesa, ma nell'ultimo incontro dell'8 marzo le Organizzazioni sindacali non hanno proposto alcun testo alternativo al nostro, peraltro il segretario di

Filcams Cgil Bergamo, Mario Colleoni, ha sollevato il dubbio che avesse la delega a trattare il tema. Sono in corso verifiche a livello nazionale per comprendere se la posizione territoriale è avvalorata da Roma.

È consentito comunque dubitarne, dato che Confcommercio Como, per esempio, la scorsa settimana ha sottoscritto con i sindacati territoriali un accordo relativo allo stesso ambito».

Chiusa la partita sui contratti stagionali, Ascom continua il suo compito di rappresentanza, invitando il sindacato ad un confronto su altri temi molto sentiti da aziende e lavoratori.

«Abbiamo convocato il sindacato per trovare un accordo, così come previsto dalla normativa, che consenta alle aziende aderenti alla nostra associazione di beneficiare del credito d'imposta sulle spese relative al costo del lavoro per il personale dipendente che svolge attività di formazione» spiega Betti. Il credito d'imposta con la Legge di bilancio 2019 è fruibile nella misura del 50% dalle piccole imprese e del 40% dalle medie imprese. Altro tavolo di confronto che verrà richiesto al sindacato sarà quello relativo al sostegno al reddito dei lavoratori occupati nel settore turismo, utilizzando un apposito fondo stanziato presso l'Ente Bilaterale Alberghiero e dei Pubblici esercizi della nostra provincia».



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](#)

Tax Credit Turismo, via alle domande per gli investimenti di riqualificazione

Tax Credit Turismo, via alle domande per gli investimenti di riqualificazione. Alberghi e agriturismi possono compilare le domande e prepararsi al Click day. Per assistenza nella presentazione delle domande contattare Matteo Milesi – Sportello del Credito al numero 035.41.20.210 – mail. matteo.milesi@fogalco.it