Bonus edicole, domande entro il 28 febbraio

È stato esteso anche al 2021 il contributo una tantum in favore delle attività di rivendita di giornali e riviste, a titolo di sostegno per gli ulteriori aggravi sostenuti avendo comunque continuato a svolgere l'attività durante il periodo di emergenza (Decreto legge 28 ottobre 2020, n. 137 convertito nella legge 18 dicembre 2020, n. 176).
Due le novità: in primis, il contributo per il 2021 è stato incrementato fino a 1000,00 euro. Inoltre, è stato eliminato il requisito, prima necessario, secondo cui per fruire del bonus non si doveva essere titolari di pensione. Pertanto, anche gli esercenti pensionati persone fisiche, titolari di un'edicola, potranno richiedere il contributo di 1000 euro per il 2021.
Possono accedere al bonus coloro che svolgono attività con codice di classificazione Ateco 47.62.10, quale codice di attività primario, con sede legale in uno Stato dell'Unione europea o nello Spazio economico europeo. La predetta attività può essere esercitata da persona fisica in forma di impresa individuale.

Per accedere al contributo è necessario presentare domanda per via telematica al Dipartimento per l'informazione e l'editoria, entro il 28 febbraio 2021, utilizzando la procedura disponibile nell'area riservata del portale www.impresainungiorno.gov.it.
Per maggior informazioni è possibile contattare gli Uffici Ata di Ascom al numero 035 412340 o inviando una email a ata@ascombg.it

Un espresso al bar? Facile a dirsi Come sta cambiando la professione

Formazione, condivisione e collaborazione tra torrefazioni e professionisti dei bar sta rivoluzionando un mestieri sempre più ambito dai giovani. L'istituto Espresso Italiano ha raccolto le voci di alcuni giovani professionisti

Nell'anno della pandemia formazione, qualità e ospitalità hanno saputo fare la differenza. Anche per un semplice gesto come quello di fare un caffè. L'Istituto Espresso Italiano (organizzazione che raccoglie molti protagonisti del settore) ha condotto un'indagine tra i propri associati raccogliendone storie di successo. Si fa presto, infatti, a dire "mi fa un caffè", specialmente se dietro al banco c'è un giovane professionista che viene dalla formazione di nuova generazione. Ma l'Espresso Italiano, uno dei prodotti mito del "made in Italy" nel mondo, è sempre più un bene nelle "mani" di professionisti, i baristi, che oltre a farlo di qualità lo sanno anche raccontare al consumatore finale.

Chi è il barista del futuro

"Il barista ha il delicato compito di accogliere il cliente, capire le sue esigenze e soddisfarle nel migliore dei modi, unendo di fatto la filiera produttiva del caffè con quella del consumatore, un compito difficile, specialmente in un periodo nel quale la qualità e il valore economico si fondono, integrati da un approccio sempre più ecosostenibile del nostro pianeta ed è qui che le torrefazioni possono svolgere un ruolo di supporto decisivo per una svolta importante nella vita professionale dei baristi, grazie alle loro risorse formative ed ai loro prodotti bio e green". È la definizione di un

giovane professionista, Christian Herrera, head barista presso il Costadoro Social Coffee Factory, che è arrivato dall'Ecuador a questo ruolo dopo percorsi formativi, assaggiatore di caffè dello IIAC (Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè) e corsi di latte art, partecipando a diverse selezioni regionali fino a qualificarsi alle finali nazionali di diversi circuiti di gara.
"È quasi maniacale la ricerca dell'espresso perfetto da servire ai clienti a rispetto del loro denaro e del prodotto che lavoriamo e serviamo – sottolinea Laura Vesco, Store Manager del locale speciale di Costadoro – speriamo di tornare il prima possibile ad aprire le porte a più persone possibili per convogliare il messaggio del caffè di qualità grazie all'aiuto dei nostri bravi e preparati baristi".

Gli italiani vogliono tornare a godersi il caffè al bar

Il Covid-19 non riesce ad alterare significativamente l'immagine assolutamente positiva che gli italiani hanno del bar. Secondo una indagine realizzata durante il primo lockdown da YouGov per Istituto Espresso Italiano infatti questo rimane per il 25% del campione intervistato l'occasione per passare tempo con gli amici e i colleghi (prima della crisi erano il 33%) e per un altro 25% un momento di pace e relax (stessa percentuale di prima dell'emergenza).
Italiani tra l'altro disposti a pagare un prezzo maggiore per il caffè al bar: il 72% si dichiara pronto a farlo in presenza di una maggiore sicurezza del luogo di consumo, il 68% in presenza di una qualità migliore. Al primo posto tra gli accorgimenti più apprezzati l'igienizzazione continua dei tavoli (42% del campione intervistato) e la pulizia di stoviglie con prodotti particolari (29%).

Il comparto bar: un settore che traina l'economia italiana

Con oltre 149mila bar sparsi in Italia, ogni giorno vengono serviti in media 175 caffè, cioè il 32,5% di fatturato del bar. Il mercato del caffè (bar, ristoranti e hotel) sfiora i 2

miliardi di euro all'anno. In sei regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Lazio e Campania) si concentrano i due terzi delle imprese del settore. Il 54,2% di queste imprese è una ditta individuale e la variabilità regionale intorno a questo valore è assai sostenuta. La forbice va dal valore minimo dell'Umbria (43,1%) a quello massimo della Calabria (77,3%). Il 31,3% delle imprese sono società di persone, mentre la quota delle società di capitale è di poco al di sopra del 13%.

In tempi di crisi c'è persino chi apre nuove attività

È il caso dello storico Gamberini 1907 di Bologna che di recente, grazie alla preziosa collaborazione con il gruppo Filicori Zecchini, ha aperto un nuovo caffè-pasticceria a Firenze. "Cementando una collaborazione di lunga data, che per molti anni ci ha visti fornitori di Gamberini 1907 a Bologna, senza riserve abbiamo appoggiato la loro scelta coraggiosa di aprire un locale a Firenze, nel bel mezzo di uno dei momenti più difficili per il nostro settore, convinti più che mai che l'unico modo per uscire da questo difficile periodo è puntare tutto sulla conoscenza e sulla qualità dell'offerta nonché sull'attenzione da dedicare al cliente" commenta Luca Filicori, AD dell'azienda.

La formazione come risposta alla crisi Covid-19

A Forlì Paolo Hu, nella sua pasticceria Amadori, è riuscito a combattere la crisi del Covid-19 anche grazie a un percorso di affiancamento con la torrefazione Essse Caffè. "All'inizio le problematiche erano tantissime, dagli aspetti tecnici, a quelli economico-finanziari fino alla gestione del personale e della comunicazione del mio locale – dice il giovane barista titolare della pasticceria -. La scelta di collaborare con Essse Caffè si è rivelata fondamentale perché ho trovato un prodotto eccellente e un vero partner con il quale condividere

e affrontare il mio progetto e grazie al suo centro di formazione, composto da veri professionisti, quali docenti, esperti e consulenti, le mie problematiche si sono trasformate in opportunità”.

Il turismo in tempi di Covid? Una scommessa da vincere

Dalla riconversione degli spazi alberghieri a un anuova offerta ricettiva: queste le sfide per affrontare un 2021 che si prospetta in salita tra ristoratori insufficienti, orizzonti pandemici e turisti assennati

Il turismo in tempi di Covid? Una scommessa da vincere. A cominciare dalla riorganizzazione degli alberghi, chiamati a riconvertire spazi e offerta ricettiva per poter affrontare un 2021 che si prospetta in salita tra ristori insufficienti, orizzonti pandemici e imprese alberghiere in profondo rosso. Tutti temi al centro del convegno “Il turismo verso la ripartenza. Bergamo resterà in prima fila?” – trasmesso in streaming martedì 2 febbraio – organizzato da Ascom Confcommercio Bergamo insieme all’Unione cristiana imprenditori e dirigenti (Ucid) e che ha visto la partecipazione di Alessandro Nucara, direttore generale di Federalberghi, Christophe Sanchez, amministratore delegato di Visit Bergamo, Giovanni Sanga, presidente Sacbo, e Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo.

Moderato dalla professoressa Roberta Garibaldi, il convegno ha offerto spunti interessanti per il settore, nella consapevolezza che l’anno in corso non sarà facile. I numeri,

infatti, non fanno sorridere. In città un hotel su due è chiuso, e chi resiste ha le camere pressoché vuote da mesi. Tra Bergamo e provincia ci sono 290 hotel che impiegano circa 5 mila addetti: un settore chiave per l'economia del territorio che deve fare i conti con un calo del 55% delle presenze rispetto al 2019 e, soprattutto un tonfo del fatturato pari all'85%, (la media nazionale è attorno al'65%).

"Le prospettive per i prossimi mesi sono dure anche solo da un punto di vista epidemiologico – ha sottolineato **Alessandro Nucara, direttore generale di Federalberghi** -. Certo i vaccini fanno ben sperare perché concorrono a creare condizioni psicologiche di maggiore agibilità e nella nostra petizione sottoscritta insieme ai sindacati e inviata al Governo e alle Istituzioni abbiamo chesto che gli operatori del turismo siano messi in lista d'attesa prioritaria per la vaccinazione. Riteniamo che chi lavora con il pubblico è bene che sia vaccinato, nell'interesse proprio, dei propri colleghi, e anche del cliente. Questo rafforzerebbe la propensione al viaggio e ci auguriamo un maggiore movimento turistico per l'estate ma guardando le prenotazioni on the book di questi giorni siamo tutt'altro che fuori dalla tempesta".

Per Nucara le riconversioni possono rappresentare una svolta per la ricettività turistica: "Dovremo riorganizzare le aziende, riconvertire le sale riunioni, allargare le dimensioni delle camere. Ci stiamo attrezzando anche per far sì che gli alberghi possano fare tamponi rapidi al cliente qualche ora prima della partenza, per evitare, tornato a casa, la quarantena o restrizioni. Ma servono risorse e le previsioni del Recovery plan sono deludenti».

"Siamo di fronte a uno scenario che mai avremmo pensato di vedere, gli alberghi chiudono – ha concluso **Giovanni Zambonelli, presidente del settore per Ascom Confcommercio Bergamo** –. Il turismo è un bene da tutelare, Bergamo deve diventare una meta turistica italiana, non solo per escursioni. I soldi del Recovery fund devono consentire alle

strutture, mentre sono chiuse, di riorganizzarsi».

Per rivedere i convegno basta collegarsi alle pagine Facebook e Youtube di Ascom Confcommercio Bergamo.

Zona gialla, grossisti e distributori di bevande lanciano l'appello

Giampietro Rota, presidente della categoria che ha subito un crollo della categoria che ha subito uncrollo del fatturato di oltre il 40% nel 2020:"si identifica una exit strategy per far ripartire la filiera"

Bene la zona gialla, ma auspichiamo un ritorno alla normalità d'esercizio il prima possibile perché non si può resistere a lungo in queste condizioni. Il rischio di tornare in zona arancione con aperture stop e go è dietro l'angolo e per questo occorre definire una comune exit strategy che metta al centro la riapertura dei locali, con tutti i protocolli di sicurezza che sono stati fin da subito messi in atto, per la sicurezza del consumatore e dei lavoratori". A lanciare l'appello a nome di tutta la categoria è **Giampietro Rota, presidente dei grossisti e distributori di Ascom Confcommercio Bergamo** che propone una lettura in chiaroscuro del ritorno in zona gialla della Lombardia.

"Il settore delle imprese all'ingrosso di distribuzione HoReCa (Hotellerie, Restaurant, Cafè) che comprende tutto il circuito dei consumi "fuori casa" ha chiuso un 2020 da dimenticare,

registrando a livello provinciale un crollo del fatturato di oltre il 40%, con punte fino a l'80% nell'ultimo mese a seguito dell'ennesima chiusura di bar, pizzerie, ristoranti e alberghi – aggiunge Rota -. Siamo a rischio collasso: in Bergamasca ci sono infatti una cinquantina di aziende strutturate che riforniscono ciascuna centinaia di bar, ristoranti e alberghi che sono rimasti chiusi per circa un anno e ora non sappiamo ancora quanto potranno rimanere aperti".

Il paradosso: grossisti operativi ma locali chiusi

"La grave sofferenza del comparto dei pubblici esercizi si abbatte a cascata anche sulle altre filiere collegate come quella della distribuzione di bevande e alcolici – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Di fatto, grossisti e distributori hanno vissuto un paradosso: stiamo infatti parlando di una categoria che ha sempre potuto operare e che è stata persino esclusa dagli ultimi ristori, senza contare sgravi e crediti di imposta mai definiti, a fronte del fatto che gli operatori (gestori e distributori) sono interconnessi. Se non lavora uno non lavora l'altro e se si blocca l'anello conclusivo della filiera si blocca tutto".

Il problema dello smaltimento delle scorte

Un danno economico ma non solo: c'è anche il problema dello smaltimento delle scorte sotto scadenza con tutte le conseguenze ambientali che ne derivano: "Molti prodotti come birra e bevande analcoliche sono le prime ad andare in scadenza – conferma Rota -. A questo si aggiungono i costi fissi aziendali, dalle spese per l'energia elettrica necessaria per alimentare le celle frigorifere alle coperture assicurative per le flotte aziendali fino alla formazione obbligatoria del personale. La zona gialla finalmente ci dà un

po’ di respiro ma la preoccupazione di tutti gli operatori è che al momento non c’è ancora una visione a lungo termine. Per questo chiediamo alle istituzioni di definire una strategia comune per poter ripartire e di non ricorrere ad aperture stop e go a seconda dell’altalena dei contagi”.

Canone Rai, le richieste avanzate da Fipe e Federalberghi

Proseguono le interlocuzioni con le istituzioni per la sospensione dell’obbligo di pagamento del canone o sua riduzione in considerazione della crisi

Passi avanti per la riduzione se non addirittura la sospensione del pagamento del canone Rai da parte dei pubblici esercizi e degli alberghi, categorie messe in ginocchio dalla pandemia. Dalle associazioni di categoria (Fipe e Federalberghi) arrivano infatti notizie che fanno ben sperare per una sospensione dell’obbligo di pagamento del canone speciale Rai per il 2021, e comunque la sua riduzione in considerazione della drammatica situazione.
I pubblici esercizi e gli alberghi, come uffici e negozi, pagano infatti un canone speciale molto più alto di quello standard che si applica alle famiglie: si va dai quasi 7mila euro annui per gli hotel a cinque stelle e cinque stelle lusso con almeno 100 camere ai 2mila per gli esercizi pubblici di lusso. Si scende a poco più di mille euro per i 3 e 4 stelle con oltre 10 televisori e gli esercizi pubblici di seconda categoria, mentre pensioni, affittacamere ed esercizi pubblici

di terza e quarta categoria pagano 407 euro l'anno e per le piccole strutture con un solo apparecchio, così come per istituto religiosi, scuole e studi professionali, la cifra è di 203 euro annui.

Verso la proroga di almeno due mesi

Le buone notizie arrivano dalla Fipe che a metà gennaio ha incontrato il ministro dello Sviluppo economico, Stefano Patuanelli, per elencare tutte le difficoltà del settore che nel 2020 ha già lasciato sul campo 6.900 imprese (ma la previsione è che si arrivi a 60mila cessioni di attività) e perso 38 miliardi di euro di fatturato.
"Il Consiglio di Amministrazione della Rai del 28 gennaio avrebbe accolto la nostra richiesta e ha dato mandato agli uffici della Società di procedere entro la data della sua prossima riunione alla formalizzazione di una proroga dei termini di almeno due mesi – sottolinea **Lino Enrico Stoppani, presidente Fipe** – Abbiamo inoltre notizia che gli uffici della Rai avrebbero sospeso l'invio di qualsiasi richiesta di pagamento a tutti gli esercenti delle categorie incise dall'emergenza Covid-19. Nei prossimi giorni potremo essere più precisi: nel frattempo la Federazione continuerà nella sua attività di sensibilizzazione della Rai, e del Ministero vigilante, affinché vengano presi ufficialmente tutti i provvedimenti necessari per la riduzione di un canone il cui costo, allo stato dei fatti, appare eccessivo".

La richiesta di Federalberghi

Anche Federalberghi ha chiesto l'esonero per il 2021 dal pagamento delle imposte, in particolare Imu, Tari e canone Rai, oltre al sostegno alle imprese in affitto e alla riduzione dell'aliquota Iva al 5%. "In particolare – ricorda **Alessandro Nucara, direttore generale di Federalberghi** – abbiamo chiesto al Governo e al Parlamento di esonerare dal pagamento del canone Rai le imprese turistico ricettive che

sono state duramente colpite dall'emergenza epidemiologica da Covid-19, evidenziando come la gran parte di tali imprese, oltre a dover fronteggiare un 2021 che sarà a dir poco critico, nel 2020 hanno versato il canone nella misura intera, pagando per un servizio che non è stato utilizzato o è stato utilizzato solo in minima parte. Recentemente, sono stati presentati sei emendamenti al decreto-legge "milleproroghe", che – accogliendo le istanze di Federalberghi – propongono la sospensione dell'obbligo per l'anno 2021. Inoltre, abbiamo avuto conferma del fatto che anche la Rai sta valutando l'adozione di iniziative in materia e che i bollettini per il pagamento del canone non sono stati ancora inviati alle aziende. Eventuali aggiornamenti sull'argomento saranno comunicati tempestivamente".

Betlemme, Manila e Bergamo: la "Campagna di Natale" fa il pieno

Migliaia di persone coinvolte e circa 45 mila euro devoluti: sono numeri accompagnati da un messaggio di speranza quelli della 17ª edizione della "Campagna di Natale", storica iniziativa del Centro Missionario Diocesano promossa in collaborazione con Ascom Bergamo e Websolidale onlus

Migliaia di persone coinvolte e circa 45 mila euro devoluti: sono numeri accompagnati da un messaggio di speranza quelli della 17ª edizione della "Campagna di Natale", storica

iniziativa del Centro Missionario Diocesano promossa in collaborazione con Ascom Bergamo e Websolidale onlus e che quest'anno dal titolo "Avvolti dalle stelle…come il bimbo nella culla".
Un lavoro di rete che si è intensificato sempre più nel corso degli anni e che ha permesso all'iniziativa di raggiungere e coinvolgere innumerevoli realtà commerciali, istituzionali, famiglie, bambini e ragazzi, giovani, persone anziane. La Campagna di Natale ha dato a tutti la possibilità di sostenere, in 16anni, 52 progetti missionari che hanno raggiunto ogni angolo di mondo. Più di 1.200.000 euro sono stati destinati a questi progetti e anche in tempi di Covid la comunità bergamasca non si è tirata indietro, come ricorda il **direttore del Centro missionario, don Massimo Rizzi:** "Nonostante la fatica e l'incertezza di questi tempi di emergenza sanitaria il progetto della Campagna ha visto concorrere tante realtà che in diversi modi hanno offerto il loro sostegno. Prendersi cura della fragilità è il tema che ha accompagnato questo Natale nelle poche ma significative iniziative messe in campo».

I progetti sostenuti e le cartoline solidali

Tre i progetti sostenuti: la scuola Effetà a Betlemme per bambini e ragazzi sordomuti che necessita del rifacimento dell'impianto di riscaldamento, le famiglie del quartiere nei sobborghi di Manila distrutto da un incendio e che sono assistite da una suora bergamasca, suor Vera Ravasio e dalle sue consorelle, l'associazione Paolo Belli che ha bisogno di un mezzo di trasporto adeguato per accompagnare gli ospiti della Casa del Sole a visite ed esami.

A dare un contributo alla raccolta fondi è stata l'iniziativa delle Cartoline solidali: ne sono state inviate 16.155 che, grazie a Websolidale, sono diventati altrettanti euro a favore dei progetti. A illustrare le cartoline gli elaborati artistici di 144 classi scolastiche e oratori che hanno interpretato il tema della cura della fragilità. Le cartoline

più cliccate sono state quelle della Sezione Nuvole della scuola dell'infanzia Munari di Romano di Lombardia, della scuola primaria di Madone, della scuola media di Gorlago e del liceo artistico Manzù. Una giuria ha quindi decretato altri 16 vincitori – scuole e parrocchie – a cui verranno consegnati giochi, libri e buoni spesa.
Alla Campagna hanno contribuito anche le offerte raccolte con la Mostra fotografica Effetà realizzata grazie alle immagini di Francesco Cito accompagnate dai commenti di Nicoletta Prandi.

L'impegno di Ascom sul fronte missionario

Come Ascom continuiamo l'impegno sul fronte missionario – commenta **Oscar Fusini, direttore di Ascom Bergamo** -. Le difficoltà non devono renderci chiusi, ma aperti e attenti ai bisogni vicini e lontani. Partecipare alla Campagna, vivere la solidarietà in modo concreto, rappresenta un messaggio non solo verso chi riceve il nostro aiuto, ma verso tutta la comunità. Abbiamo vissuto un Natale diverso da tutti i precedenti e attraverso queste iniziative abbiamo voluto condividere un messaggio di speranza e di vicinanza per dire che dalle esperienze negative possono nascere valori nuovi. Il nostro territorio ha vissuto grandi difficoltà ma ha mostrato ancora una volta la capacità di aprire il cuore a sentimenti e gesti di solidarietà».

Betlemme, Manila e Bergamo: la "Campagna di Natale" fa il pieno

Migliaia di persone coinvolte e circa 45 mila euro devoluti: sono numeri accompagnati da un messaggio di speranza quelli della 17ª edizione della "Campagna di Natale", storica iniziativa del Centro Missionario Diocesano promossa in collaborazione con Ascom Bergamo e Websolidale onlus e che quest'anno dal titolo "Avvolti dalle stelle…come il bimbo

nella culla”.
Un lavoro di rete che si è intensificato sempre più nel corso degli anni e che ha permesso all’iniziativa di raggiungere e coinvolgere innumerevoli realtà commerciali, istituzionali, famiglie, bambini e ragazzi, giovani, persone anziane. La Campagna di Natale ha dato a tutti la possibilità di sostenere, in 16anni, 52 progetti missionari che hanno raggiunto ogni angolo di mondo. Più di 1.200.000 euro sono stati destinati a questi progetti e anche in tempi di Covid la comunità bergamasca non si è tirata indietro, come ricorda il **direttore del Centro missionario, don Massimo Rizzi:** “Nonostante la fatica e l’incertezza di questi tempi di emergenza sanitaria il progetto della Campagna ha visto concorrere tante realtà che in diversi modi hanno offerto il loro sostegno. Prendersi cura della fragilità è il tema che ha accompagnato questo Natale nelle poche ma significative iniziative messe in campo».

I progetti sostenuti e le cartoline solidali

Tre i progetti sostenuti: la scuola Effetà a Betlemme per bambini e ragazzi sordomuti che necessita del rifacimento dell’impianto di riscaldamento, le famiglie del quartiere nei sobborghi di Manila distrutto da un incendio e che sono assistite da una suora bergamasca, suor Vera Ravasio e dalle sue consorelle, l’associazione Paolo Belli che ha bisogno di un mezzo di trasporto adeguato per accompagnare gli ospiti della Casa del Sole a visite ed esami.

A dare un contributo alla raccolta fondi è stata l’iniziativa delle Cartoline solidali: ne sono state inviate 16.155 che, grazie a Websolidale, sono diventati altrettanti euro a favore dei progetti. A illustrare le cartoline gli elaborati artistici di 144 classi scolastiche e oratori che hanno interpretato il tema della cura della fragilità. Le cartoline più cliccate sono state quelle della Sezione Nuvole della

scuola dell’infanzia Munari di Romano di Lombardia, della scuola primaria di Madone, della scuola media di Gorlago e del liceo artistico Manzù. Una giuria ha quindi decretato altri 16 vincitori – scuole e parrocchie – a cui verranno consegnati giochi, libri e buoni spesa.
Alla Campagna hanno contribuito anche le offerte raccolte con la Mostra fotografica Effetà realizzata grazie alle immagini di Francesco Cito accompagnate dai commenti di Nicoletta Prandi.

L’impegno di Ascom sul fronte missionario

Come Ascom continuiamo l’impegno sul fronte missionario – commenta **Oscar Fusini, direttore di Ascom Bergamo** -. Le difficoltà non devono renderci chiusi, ma aperti e attenti ai bisogni vicini e lontani. Partecipare alla Campagna, vivere la solidarietà in modo concreto, rappresenta un messaggio non solo verso chi riceve il nostro aiuto, ma verso tutta la comunità. Abbiamo vissuto un Natale diverso da tutti i precedenti e attraverso queste iniziative abbiamo voluto condividere un messaggio di speranza e di vicinanza per dire che dalle esperienze negative possono nascere valori nuovi. Il nostro territorio ha vissuto grandi difficoltà ma ha mostrato ancora una volta la capacità di aprire il cuore a sentimenti e gesti di solidarietà».

Per un italiano su due è ora di riaprire bar e ristoranti

in sicurezza

È quanto emerge da un sondaggio lxé che vede la scuola al primo posto della graduatoria delle attività da riaprire. Per la FIPE gli italiani sono alla ricerca di luoghi dove stare insieme

Cresce tra gli italiani la voglia di tornare a godere dei piaceri della tavola al ristorante e quella di gustare un buon caffè, comodamente seduti al bar. Ovviamente nel rispetto delle misure di distanziamento e sicurezza sanitaria. È quanto emerge da un sondaggio realizzato dall'istituto di ricerca Ixé, che ha domandato agli italiani quali siano le attività prioritarie da riaprire. È davvero straordinario che ristoranti e bar vengano subito dopo la scuola, che è al primo posto di questa graduatoria.
Dunque, per il 41% degli intervistati l'urgenza è quella di rimettere in moto in maniera continuativa i ristoranti, mentre per i bar la percentuale è leggermente più bassa. A seguire palestre, cinema e teatri, musei e impianti sciistici. D'altra parte stiamo parlando di tutte attività che sono chiuse da molto tempo.

"Questi dati – sottolinea la Fipe-Confcommercio, Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi – testimoniano l'importanza che la ristorazione riveste nella quotidianità delle persone, anche come occasione per recuperare un po' di qualità della vita dopo 11 mesi di forte sofferenza. Gli italiani sono alla ricerca di luoghi dove stare insieme in sicurezza. L'osservatorio dell'istituto Ixé, infatti, ci dice che l'89% degli italiani è ancora preoccupato per la pandemia da Coronavirus e che c'è un 40% di persone che si dice fortemente preoccupato. Eppure per quasi un italiano su due non vi è alcuna contraddizione tra questa preoccupazione e la possibilità di riaprire i ristoranti. Segno che questi sono percepiti come luoghi sicuri. Noi stiamo lavorando in maniera

serrata con il Cts proprio per rafforzare le misure di sicurezza sanitaria per avventori e dipendenti e chiediamo dunque di poter riaprire al più presto”.

Al via la lotteria degli scontrini. Fusini: “Si parte nel momento sbagliato”

Facendo acquisti con carte e bancomat e presentando l’apposito codice si potrà partecipare alle estrazioni mensili. Da Ascom un cartello in cui sono spiegate le modalità di accettazione.

Dal 1 febbraio è partita ufficialmente la lotteria degli scontrini, la nuova iniziativa gratuita collegata al programma “Italia Cashless” messo a punto dal Governo per incentivare l’uso di carte di credito, carte di debito, bancomat, carte prepagate, carte e app connesse a circuiti di pagamento. Lo scontrino elettronico offrirà biglietti virtuali per partecipare alla lotteria: un biglietto virtuale per ogni euro speso. Ad esempio: 10 euro di spesa danno diritto a 10 biglietti virtuali fino a un massimo di 1.000 biglietti virtuali per ogni scontrino di importo pari o superiore a 1.000 euro; se la spesa è superiore a un euro, l’eventuale cifra decimale superiore a 49 centesimi produrrà un altro biglietto virtuale.
La prima estrazione avverrà l’11 marzo: in palio 10 premi da 100.000 euro (per chi compra) e 10 premi da 20.000 euro (per chi vende).

Chi può partecipare

Possono partecipare solo i maggiorenni che mostrano all'esercente al momento dell'acquisto il propriocodice lotteria, scaricato dal sito dedicato (vale solo per i pagamenti elettronici e non in contanti).
Non consentono di partecipare alla lotteria:

- gli acquisti di importo inferiore a un euro;
- gli acquisti effettuati online;
- gli acquisti effettuati nell'esercizio di attività di impresa, arte o professione:
- l'acquisto di carburanti e lubrificanti (vedi cartello a fondo pagina)

Nella fase di avvio della lotteria non consentono di partecipare:

- gli acquisti documentati mediante fatture elettroniche;
- gli acquisti per i quali l'acquirente fornisca all'esercente il codice fiscale o la tessera sanitaria fini di detrazione o deduzione fiscale (per esempio acquisti effettuati presso farmacie, parafarmacie, ottici, laboratori di analisi, ambulatori veterinari ecc.)

Per adeguare il registratore telematico c'è tempo fino al 1 aprile 2021

Secondo Confcommercio la lotteria degli scontrini parte in un momento sbagliato: al 20 dicembre, su un 1,4 milioni di registratori telematici installati per la trasmissione telematica dei corrispettivi, solo 700.000 erano stati aggiornati per poter far partecipare i consumatori alla lotteria degli scontrini: considerando le restrizioni imposte dal Governo a molte attività commerciali in questo periodo, i numeri non dovrebbero essere cambiati di molto. Anche a livello provinciale la situazione non è rosea come conferma **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo:** "Sono ancora molte attività che devono ancora adeguarsi. La selva di

scadenze, norme e adempimenti di questi mesi richiedono continui interventi da parte dei produttori e rivenditori che stanno correndo su e giù per la provincia per adeguare i registratori telematici appena installati e che, di fatto, obbligano i commercianti a un ulteriore intervento tecnico e quindi all'ennesimo costo da sostenere per mandare avanti l'attività".
Ai commercianti che non hanno ancora adeguato il loro registratore di cassa telematico è concessa una proroga al 1 aprile 2021, mentre i consumatori possono segnalare gli esercenti che si rifiutano di acquisire il codice lotteria solo dal 1 marzo 2021.

Cartellonistica e informazioni utili per i commercianti (e non solo)

Sul sito https://www.lotteriadegliscontrini.gov.it/portale/come-funziona-la-lotteria sono disponibili le informazioni per gli esercenti ed è possibile scaricare la locandina ufficiale del progetto (non è obbligatoria). Per venire incontro agli associati, Ascom Confcommercio Bergamo ha realizzato un cartello informativo (affissione non obbligatoria) in cui sono spiegate le modalità di accettazione.

Scarica il cartello (Per tutti gli esercenti)

Scarica il cartello (Specifico per i distributori di carburante)

Attività fisica e benessere al palo? “Incentiviamo i dehors dello sport”

Tante le proposte condivise a più voci per far ripartire il settore lanciate in occasione del convegno “riATTIVIaMOci! Sport, benessere, salute ed economia al tempo del Covid-19” organizzato dal Gruppo Libere Professioni

Incentivare lo sport, l’esercizio fisico, le attività motorie e di benessere olistico all’aperto, ricorrendo a spazi pubblici e privati. In altre parole promuovere dei veri e propri “dehors” dello sport per far ripartire in sicurezza e incentivare l’attività fisica messa in stand by dall’emergenza sanitaria.

È la proposta a più voci emersa alla tavola rotonda in chiusura al convegno webinair di questa mattina “riATTIVIaMOci! Sport, benessere, salute ed economia al tempo del Covid-19″ organizzato dal gruppo Libere Professioni di Ascom Confcommercio Bergamo: un’opportunità di confronto per garantire l’individuazione di obiettivi concreti e la definizione delle linee di intervento previste dal Piano nazionale di ripresa e resilienza (P.N.R.R.) del Governo. Oltre, infatti, ai rappresentanti nazionali e locali di Confcommercio Professioni, alla tavola rotonda erano presenti una trentina di soggetti tra enti, istituzioni e associazioni del settore: Cus, licei sportivi, Acsi, Comunità montane, Coni, Pasbem. Tutte realtà diverse ma tra loro accomunate da un unico obiettivo: far ripartire lo sport e le attività mediche, psicologiche e professionali ad esso collegate.

Verso il manifesto dei professionisti dello sport e del

benessere

“Insieme a Confcommercio professioni Varese abbiamo raccolto le istanze del settore che nei prossimi giorni metteremo nero su bianco presentando un manifesto dello sport e del benessere – sottolinea Matteo Mongelli, presidente gruppo Libere Professioni Ascom Bergamo -. La prima proposta condivisa da tutte le realtà è quella di creare dei dehors dello sport. Se, infatti, le misure di contenimento tutt’ora impediscono lo svolgimento delle attività all’interno di strutture al chiuso, è invece consentito il loro esercizio in spazi all’aperto e l’arrivo della stagione primaverile potrebbe agevolarne la diffusione. Ma non è solo una questione di ripartenza per gli addetti ai lavori: il fermo dell’attività motoria sta infatti creando gravi danni sociali, fisici e psicologici a persone di tutte le età, oltre che ingenti danni economici per un ecosistema fatto di imprese e professionisti che hanno dovuto interrompere la propria attività senza adeguati ristori. Per questo chiediamo agli enti locali di favorire, nel pieno rispetto dei protocolli e delle misure di distanziamento, l’utilizzo di spazi all’aperto sia pubblici che privati”.

“La tutela delle persone nello svolgimento delle attività – aggiunge Dario Tropea, presidente gruppo professionisti dello sport e benessere olistico di Confcommercio Libere Professioni Bergamo, tra i relatori del convegno che si è aperto con i saluti di Oscar Fusini, direttore Ascom, e Anna Rita Fioroni, presidente Confcommercio Professioni – potrà essere assicurata, da un alto, come anticipato, con l’adozione di protocolli per il contrasto epidemiologico e, dall’altro, con l’accensione, da parte degli operatori di polizze all-risk che assicurino i fruitori da ogni evento sinistro che dovesse verificarsi nell’erogazione dei servizi”.

Trattamenti e prestazioni di benessere olistico nei piani di welfare aziendale

Tra le altre richieste emerse durante la tavola rotonda spicca anche la possibilità di incentivare e sensibilizzare l'inserimento, nei piani di welfare aziendale, di trattamenti e prestazioni di benessere olistico: "Sono ancora isolati gli esempi di realtà virtuose che, sul modello che oggi siamo abituati a definire "americano", comprendono e attuano politiche aziendali inclusive degli aspetti del benessere psico-fisico dei propri dipendenti – aggiunge Mongelli -. È evidente, invece, che la sensibilizzazione alle aziende per l'inclusione di queste prestazioni nelle politiche di welfare, anche attraverso il riconoscimento di ulteriori incentivi economici sotto forma di detrazione al dipendente che opta per tali attività, corrisponderebbe all'obiettivo di prevenzione sanitaria della sesta missione del recovey plan, la cosiddetta "Missione Salute", finalizzata a integrare una gestione coerente e sostenibile della politica sanitaria locale".

Lo sport come sostegno per le categorie più fragili

Infine, la tavola rotonda è stata l'occasione per ribadire l'importanza di istituire, a livello locale, percorsi di attività motoria e di benessere olistico, in particolare per le categorie più fragili o a rischio, oltre a favorire la formazione professionale e continua degli operatori. "Riteniamo opportuno – conclude Mongelli – che gli enti locali adottino iniziative finalizzate a informare gli utenti dell'importanza di affidare il proprio benessere psico-fisico a professionisti preparati e in possesso di competenze certificate, anche ai sensi della legge 4/2013".

Ad anticipare la tavola rotonda, a cui hanno partecipato anche rappresentanti del mondo politico locale e regionale, si è tenuto il convegno che, dopo i saluti iniziali di Oscar Fusini, direttore Ascom, e Anna Rita Fioroni, presidente Confcommercio Professioni, ha visto gli interventi di Maria Conforti, medico Fgi e Fmsi specializzato in Medicina dello

Sport e Fisioterapia, Alberto Marchisio, medico osteopata e referente Fesios, Diego Polani, psicologo dello sport Sipap Confcommercio Professioni e Pierluigi Policastro, psicologo e presidente Sipap Confcommercio professioni.

Da “Cenerentola” dei settori a pilastro della ripartenza. I professionisti dello sport chiedono dignità e coerenza

Quella che pongono i professionisti dello sport non è solo una questione di soldi anche se sul denaro (non preso) i diretti interessati potrebbero avere molto da recriminare perché tra dimenticanze, annunci non veritieri e spiccioli ricevuti, gli operatori di questo settore sono stati letteralmente abbandonati. **Insieme alla cultura e al divertimento, lo sport è uno dei settori più colpiti dalle restrizioni imposte dalla pandemia e contestualmente dal mancato ristoro.**

La questione che invece sta a cuore ai professionisti è soprattutto quella di dignità e coerenza. Il **libero professionista che esercita professioni non “protette” o “non ordinistiche” è nel nostro Paese l’”ultima ruota di un carro**” che viaggia piano e lascia indietro sempre i più deboli. Eppure i liberi professionisti risolvono molti problemi allo Stato senza chiedere molto in cambio. Lavorano tanto per sbarcare il lunario, bene per restare sul mercato; costituiscono il sistema connettivo del mondo delle imprese e risolvono bisogni di persone e imprese che altrimenti resterebbero insoddisfatti. Per di più, e non è poco in questi tempi, riducono le liste dei disoccupati e rinunciano al

reddito di cittadinanza.

Cosa restituisce loro lo Stato? A parte qualche regime fiscale "superstrampalato" dell'ultima ora e un sistema previdenziale vecchio di trent'anni e non tutelante, poco altro. I politici continuano a pensare che la maggioranza degli autonomi lo faccia per evadere o per forza. È sbagliata la prima presunzione ed è vera la seconda ragione perché a queste condizioni sfido chiunque a continuare a svolgere l'attività da professionista in questo Paese. **Non è casuale che la pandemia abbia rafforzato il trend negativo, che dura da anni, di calo dell'apertura di nuove partite IVA nel nostro territorio.**

La questione della dignità emerge forte nell'anno del Covid. Non è che nemmeno le aziende abbiamo avuto ristori alla "tedesca" ma ai professionisti, in una fase in cui la loro attività è stata azzerata, è arrivato bonus (600 euro per due mesi) più bassi del reddito di cittadinanza.

Per i professionisti dello sport è inconcepibile la mancanza di coerenza nel non riconoscere il loro ruolo economico e sociale. **Lo sport fa bene, non inquina, non esaurisce le risorse e aiuta le persone a stare sempre meglio**. Soprattutto in Italia dove l'età media sta aumentando vertiginosamente, la spesa sanitaria sta esplodendo e le conseguenze di uno stile di vita ormai deviato rendono le persone bisognose di attività motoria e sportiva pena la catastrofe dell'aspettativa di vita americana. In periodo di pandemia lo sport andrebbe incentivato e non vietato.

A fronte di grandi bisogni, di obiettivi altisonanti la risposta dello Stato sembra ai più piccola piccola. In questa fase solo chiusure senza aiuti e distinzioni.

Il gruppo Libere Professioni di **Ascom Confcommercio Bergamo** nel suo convegno "Riattiviamoci – Sport benessere salute ed economia al tempo del Covid 19" sottolinea proprio questi

aspetti: **la categoria, pur allo stremo, non chiede (solo) ristori ma pretende dignità e coerenza, soprattutto nella prospettiva della ripartenza.**

Nell'immediato, attraverso la riapertura dei luoghi di sport e delle pratiche perché accanto al danno economico la nostra società sta pagando anche quello fisico e psicologico. Si può fare sport in sicurezza e per il bene delle persone. Il gruppo dei professionisti di Confcommercio professioni di Bergamo offre spunti ed idee anche originali per riattivarci subito.

E in prospettiva, **smettere di rappresentare la "cenerentola" dei settori ma deve diventare un pilastro della ripresa del nostro Paese**. Con una detrazione fiscale per l'attività sportiva estesa a tutti ed a ogni età.

Lo sport fa bene al singolo, alle comunità e al nostro Paese. Anche all'economia. Sosteniamolo.