

# Zambonelli: “Il terziario ancora in difficoltà, consumi a picco tra inflazione e caro mutui”

*Il presidente Ascom fa il punto sui primi tre trimestri dell'anno, tra luci e ombre*



L'autunno è da sempre tempo di bilanci, oltre che di analisi e scelte in prospettiva. A tirare le somme di questi tre trimestri del 2023 per il terziario bergamasco è il presidente Ascom Confcommercio Bergamo **Giovanni Zambonelli**. Un'analisi fatta di contrasti, tra difficoltà e ripresa, inflazione galoppante, tassi in continua salita e nuove abitudini di consumo. «Si chiude un'estate positiva per il turismo, anche se purtroppo non è dappertutto così, specialmente in provincia, mentre si fanno quasi strutturali le difficoltà del commercio. Cresce, come rilevato anche dall'Ufficio Studi Confcommercio a livello nazionale, la fatica di molte famiglie, costrette a spendere meno anche per generi di prima necessità. E questo si riflette sulla crescita degli hard discount, l'unico dato positivo registrato dal commercio alimentare. Per quasi tutti i comparti le difficoltà si fanno sentire, anche se in misura diversa: lo stesso turismo va a doppia velocità, corre in città e nei centri di maggiore appeal, ma la fatica si avverte per ristoranti e hotel nei comuni più piccoli e fuori dai classici tour di visita. Continua a soffrire il comparto dell'abbigliamento e delle calzature, tra cambiamenti negli stili e abitudini di consumo di parte della clientela, mentre cresce il numero di

coloro che si vedono costretti a rinunciare a tutto ciò che non è strettamente indispensabile».

## **TURISMO**

«L'incremento di arrivi e delle presenze in città e nelle principali località di villeggiatura , che hanno superato di oltre il 13% il dato pre Covid del 2019, hanno consentito di vivere una straordinaria stagione post pandemia, contribuendo in maniera decisiva a rivitalizzare un'economia messa davvero a dura prova. Ora però cominciamo ad avvertire un rallentamento, soprattutto relativo al turismo italiano, che purtroppo paga più di altri l'impatto di inflazione e caro mutui». L'effetto capitale della cultura 2023 si è visto soprattutto in città: «La crescita del turismo sulle Orobie e sul Lago d'Iseo non sono purtroppo riuscite a rallentare la situazione di difficoltà vissute dalle imprese, alle prese - specialmente nei piccoli comuni e nelle valli - con una fragilità finanziaria resa ancora più precaria dalla pandemia. La necessità di assorbire gli aumenti per non ritoccare i prezzi, riduce ulteriormente la marginalità, senza lasciare spazio per possibili investimenti e migliorie per adeguare le strutture alle richieste di un turista sempre più esigente».

## **COMMERCIO**

«Prosegue il rallentamento delle vendite al dettaglio che va dai generi alimentari all'abbigliamento e calzature. Un quadro che riflette le difficoltà vissute ogni giorno dalle famiglie. Per fare tornare i conti si rinuncia a tutto ciò che non è necessario e cresce l'attenzione al prezzo anche per quanto è indispensabile. Se nel comparto alimentare a crescere sono solo gli hard discount, nel commercio non alimentare soffrono quasi tutte le categorie merceologiche, a partire dall'abbigliamento e calzature. Una crisi che non ha nulla a che vedere con lo spostamento dei consumi sulle piattaforme dell'e-commerce. Stiamo ormai assistendo a un profondo cambiamento nello stile e nelle abitudini di consumo, cui si

somma l'allargamento di quella fascia di consumatori che non possono davvero permettersi nuovi acquisti. Tutto questo si traduce con il peggior bilancio dei saldi estivi degli ultimi anni».

## **LAVORO**

«Dopo la rincorsa alla ricerca di nuovo personale per tenere i ritmi della ripresa post-Covid, il lavoro segna la prima battuta d'arresto post-pandemia, sia nel settore turistico che nel commercio. Ci aspettiamo un autunno e una fine dell'anno con un calo degli occupati, un dato purtroppo in linea con quello nazionale che prevede un incremento della disoccupazione». Si preannuncia un trimestre non buono per il terziario, in linea con l'andamento generale dell'economia: «Il tessuto economico uscirà con buone probabilità indebolito dalla frenata di alcuni settori trainanti come il manifatturiero e il comparto dell'edilizia e artigianato, collegato strettamente ai bonus. L'economia sta calando più delle attese a livello nazionale e la crescita acquista per il 2023 si allontana dallo stimato 1%». Sul piatto non ci sono soldi o sono molto pochi: «Ci aspettiamo come non mai dal Governo- che bene sta lavorando- serietà, rigore e una presa di consapevolezza che la priorità deve essere a contrasto dell'inflazione e il taglio al cuneo fiscale soprattutto per i redditi più bassi» conclude Zambonelli.

---

**Bergamo      Brescia      capitale**

# della cultura nelle vetrine

*Il Distretto Urbano del Commercio organizza il concorso BGBS in Vetrina rivolto alle associazioni di Via delle quattro aree del Duc*

In occasione di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, il Distretto Urbano del Commercio di Bergamo organizza per il mese di ottobre il concorso BGBS in Vetrina rivolto alle

associazioni di Via delle quattro aree del Distretto; alla proposta hanno aderito 120 commercianti di centro, Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina e Città alta, per cui la partecipazione è gratuita.

“L'intento del DUC è quello di animare con un'iniziativa simpatica e leggera, ma capace di coinvolgere tutte le categorie merceologiche facenti parte del Distretto, il periodo autunnale di

Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, e, in particolare, il mese di ottobre, che segna il passaggio tra la fine del periodo estivo e la ripresa delle attività ordinarie e le tante proposte

dedicate al Natale, che prenderanno il via già dalla seconda metà del prossimo novembre” spiega Nicola Viscardi, Manager del DUC. I negozi aderenti riceveranno un kit utile all'allestimento delle proprie vetrine, o parte di esse, e dovranno poi pubblicare foto, storie e video su Facebook e Instagram taggando obbligatoriamente la pagina di Bergamo Shopping e L'Eco di Bergamo e usando l' hashtag #BGBSinVetrina. L'Eco di Bergamo, Media Partner selezionato dal DUC, racconterà sulle sue pagine online sui social e su edizione cartacea le vetrine e le storie più belle.

I vincitori verranno stabiliti a insindacabile giudizio della giuria composta da giurati provenienti dalla Redazione Web de L'Eco di Bergamo, dall'Ufficio Stampa e comunicazione del Comune di Bergamo e dall'Ufficio Comunicazione di Visit

Bergamo. I primi tre classificati riceveranno premi in visibilità sui canali de L'Eco di Bergamo. Criteri principali per la valutazione delle vetrine saranno l'originalità dell'allestimento e dell'interpretazione del tema, l'ampiezza dell'installazione e la risposta del pubblico, a partire dalle condivisioni. I primi tre classificati riceveranno premi in visibilità sui canali de L'Eco di Bergamo. Tra i premi uno spazio sulla stampa(L'eco cartaceo), oltre che sui social (con post per i primi 3 classificati), l'intervista nel format L'Eco di Bergamo Incontra (home page [ecodibergamo.it](http://ecodibergamo.it)) per il primo classificato; articolo web (home page [ecodibergamo.it](http://ecodibergamo.it)) per il secondo e terzo classificato. Tutti i partecipanti avranno visibilità nel carosello fotografico e video web. Tutti i partecipanti avranno a disposizione per la clientela shopping bag a tema BGBS23 in cotone, 4 bandierine BGBS23 (rossa, gialla, azzurra, bluette); a rendere inoltre immediatamente identificabili le vetrine adesivi e vetrofania. Tra i temi da interpretare, non sono mancati i suggerimenti, dalla cultura che passa nelle botteghe, all'omaggio a Bergamo e alla sua storia, dai personaggi alle leggende, ai misteri, ai modo di dire bergamaschi e alle tipicità del territorio. Impossibile dimenticare l'Atalanta e il suo legame con il territorio.

---

## **Torna Creattiva, arti manuali in fiera dal 5 all'8 ottobre**

*225 imprese in mostra con prodotti per creare oggetti unici.  
Nuova area corsi Show Lab e Bicolor Quilt Festival*

Da giovedì 5 a domenica 8 ottobre 2023 la Fiera di Bergamo torna ad ospitare la versione autunnale di Creattiva, la fiera

internazionale delle arti manuali ideata e organizzata da Promoberg . Si tratta del 28esimo appuntamento al polo fieristico di via Lunga per la manifestazione dedicata all'handmade (fatto a mano) che sin dal debutto (nell'autunno del 2008) è diventata un punto di riferimento per gli operatori del settore e per le tante decine di migliaia di appassionate (il pubblico è quasi esclusivamente al femminile), che ad ogni edizione si mettono in viaggio con ogni mezzo da tutta Italia e in parte anche dall'estero per raggiungere il capoluogo orobico. Tra gli stand allestiti sui 15mila metri quadrati al coperto da 225 imprese provenienti da quindici regioni italiane e undici stati esteri, si trova davvero di tutto per creare con le proprie mani dei prodotti unici e originali: dal ricamo al patchwork, dai lavori d'ago alla bigiotteria, dalla cucina creativa alle lavorazioni con il feltro, dalle lane ai tessuti e filati, passando per trompe-l'œil, stencil, stamping, soft glass, pittura, decorazione ceramica, candele, country, saponi, giochi, miniature, didattica per l'infanzia, composizioni floreali e tanto altro ancora, Creattiva è tutto un inno alla fantasia. L'appuntamento autunnale, in particolare, consente di prepararsi (creativamente) al meglio in vista delle festività natalizie, grazie anche agli oltre mille eventi collaterali (corsi, dimostrazioni, work shop e laboratori) per imparare a realizzare con le proprie mani dei prodotti unici per sé o da regalare alle persone più care. Anche quest'anno tra gli stand di Creattiva sono moltissime le novità, a partire da Creattiva Show Lab, nuova area per corsi e intrattenimento in cui imparare

nuove tecniche e raccogliere spunti creativi, e Bicolor Quilt Festival, grande esposizione di quilt organizzata da Juki Italia in collaborazione con Inch Entimetri e Stoffabrics, con la bellezza di circa

200 lavori portati in fiera, tra i quali anche quelli di un gruppo di appassionate (25 persone) provenienti dalle Isole Canarie (Fuerteventura). Tra gli eventi collaterali più seguiti citiamo la

Fashion Half Marathon, concorso nazionale riservato alle nuove generazioni di fashion designer giunto alla settima edizione. Si amplia inoltre anche Quiltmart, spazio dedicato alle aziende del

settore che producono i materiali per realizzare lavori con le toppe (patchwork), mentre saranno come sempre seguitissimi i corsi con Monica Vinci dedicati alla bigiotteria d'eccellenza. Oltre alle immancabili novità tra gli stand e nel calendario eventi, quest'anno la manifestazione cala soprattutto un poker di edizioni, con un nuovo appuntamento a Firenze. In aggiunta alle

due storiche edizioni (dal 2008, in primavera e autunno) alla Fiera di Bergamo e a quella autunnale (dal 2012) alla Mostra d'Oltremare di Napoli (dal 10 al 12 novembre 2023), Creattiva porta infatti per la prima volta la sua meravigliosa fantasia anche alla Fortezza da Basso di Firenze (dal 19 al 22 ottobre 2023), completando così il progetto che la vuole protagonista, anche logisticamente, in tutta Italia, da Nord a Sud, passando per il Centro.

Creattiva si estende su quindicimila metri quadrati di superficie al coperto e vede protagoniste 225 imprese (sette in più rispetto ad un anno fa), di cui venti straniere (cinque in più).

Complessivamente sono rappresentate quindici regioni italiane e undici stati esteri. La Lombardia si conferma la regione più numerosa, con 89 imprese provenienti da nove province, tra le quali svetta quella di Bergamo, con 28 imprese, seguita da Milano (22 imprese), Lecco (14), Brescia (7) e Varese (6). Secondo gradino del podio regionale al Veneto (32 imprese), terzo per l'Emilia-Romagna (20 imprese); seguono il Piemonte (15 imprese), la Toscana (9), la Campania e il Lazio (7). Il Paese estero maggiormente rappresentato è la Spagna, con sette imprese; seguono India, Germania e Ungheria, con due imprese a testa. Le altre nazioni rappresentate sono Cile, Ecuador, Francia, Malta, Polonia, Repubblica Ceca e San Marino.

Con circa nove imprese su dieci provenienti da fuori Bergamo e il 60% proveniente da fuori regione, Creattiva consente ricadute molto positive per l'economia e la promozione del nostro

territorio in Italia e nel mondo.

Luciano Patelli e Davide Lenarduzzi, rispettivamente Presidente e Amministratore delegato di Promoberg Srl hanno sottolineato come "Creattiva da quindici anni catalizzi l'interesse delle imprese e delle appassionate delle arti manuali in Italia e all'estero. È la fiera più al femminile del calendario di Promoberg, e, pur se di scena ogni sei mesi, ha il grande merito di presentarsi di edizione in edizione con nuove iniziative e migliaia di eventi collaterali, che insieme alla passione del pubblico, sono il grande valore aggiunto che contraddistingue da sempre la manifestazione. Un evento rivolto al grande pubblico, ma che crea importanti rapporti anche tra gli operatori. Con circa nove imprese su dieci provenienti da fuori Bergamo e il 60% proveniente da fuori regione, Creattiva favorisce lo sviluppo e la promozione di Bergamo in chiave economica e turistica, perché grazie ad essa sono circa un migliaio gli operatori che soggiornano in città per molti giorni, a cui si sommano le appassionate, che, approfittando della partecipazione alla kermesse, aggiungono almeno un altro giorno per visitare la città. Un successo dovuto anche alla collocazione della nostra Fiera, al centro di una delle macroregioni più importanti a livello mondiale e collegata in una manciata di chilometri con le principali arterie viabilistiche, la ferrovia e l'aeroporto internazionale BGY che fa volare Bergamo con tutta l'Europa, il Nord Africa e il Medio Oriente. In linea con un percorso di grande sviluppo della manifestazione, quest'anno, alle due tradizionali edizioni a Bergamo e a quella di Napoli, aggiungiamo un nuovo appuntamento a Firenze, completando il progetto iniziale con il quale vogliamo essere presenti, anche logisticamente, lungo tutto lo Stivale, nel segno della creatività e della fantasia all'ennesima potenza".

---

# Al via il trimestre antinflazione contro il carovita

*Sono 303 i punti vendita aderenti, di cui 27 in città. 150 sono farmacie e parafarmacie*

Il carrello tricolore ha fatto il suo debutto il 1° ottobre nei supermercati d'Italia. Il patto per il trimestre anti-inflazione della Grande Distribuzione conta 23 mila punti vendita italiani, che hanno scelto di aderire all'iniziativa del Governo, con l'apposito bollino del "Prodotto ribassato" sui prodotti di largo consumo. Fino a Capodanno i prezzi saranno calmierati o ribassati del 10% per beni essenziali come pasta e sapone, passando per i prodotti per bambini, i pannolini e la farina. I primi sconti si sono cominciati a vedere nei supermercati. Il risparmio calcolato dai commercianti è di una trentina di euro in tre mesi in media a famiglia. Solo nelle città metropolitane le adesioni sfiorano quota 7mila: 6.977, in base ai dati del Mimit, di cui quasi la metà si concentra nelle città di Roma (1.381) e Torino (1.074). Seguono Napoli (801) e Milano (741). Partecipano al patto anti-inflazione 303 punti vendita bergamaschi, di cui 27 in città: la parte da padrone la fanno farmacie e parafarmacie per i prodotti per la prima infanzia, oltre a igiene e cura della persona. Tra i supermercati sono 27 le insegne (Conad, Coop, Esselunga, Famila, Gigante, Penny Market). E' infatti stata siglata giovedì 28 settembre a Palazzo Chigi, alla presenza della Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, il protocollo di intesa per il trimestre anti-inflazione promosso dal Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso. ANCD-Conad, ANCC-Coop, Federdistribuzione, Confcommercio

insieme alle associazioni che rappresentano i settori delle farmacie e parafarmacie, hanno firmato il protocollo di intesa che fa seguito all'accordo raggiunto ad agosto tra il Ministero e le Associazioni di categoria della distribuzione e del commercio che da subito hanno espresso la disponibilità a collaborare all'iniziativa, con l'obiettivo di rafforzare il contrasto dell'inflazione e di contribuire alla tutela del potere di acquisto degli italiani. Un traguardo non semplice, considerando la situazione macro-economica generale e le pressioni a cui sono state sottoposte le imprese distributive e gli esercenti negli ultimi diciotto mesi, caratterizzati da un incremento senza precedenti dei costi energetici, delle materie prime e dei prezzi di listino dei prodotti industriali. Con grande senso di responsabilità il settore del commercio, che accoglie ogni giorno milioni di persone nei propri punti vendita, comprendendone le difficoltà di fronte all'aumento generalizzato dei prezzi, ha dato un riscontro immediato a questa iniziativa, come segnale concreto di aiuto alle famiglie. L'impegno sottoscritto oggi rafforza lo sforzo che le imprese della distribuzione esprimono quotidianamente con soluzioni di convenienza e risparmio. In particolare, le ulteriori iniziative che saranno messe in campo riguarderanno beni di largo consumo e alimentari, prodotti per la casa e la persona; saranno realizzate con un potenziamento di offerta – ad esempio, scontistiche e promozioni dedicate – che ogni impresa definirà liberamente e saranno evidenziate dall'apposito logo messo a punto dal Ministero. A fronte dell'impegno concreto e tempestivo del settore del commercio, le Associazioni firmatarie del Protocollo auspicano che anche gli altri comparti della filiera, in particolare il mondo dell'industria di produzione dei beni di largo consumo, diano seguito in modo tangibile alle proprie dichiarazioni di intenti. Per rendere più efficace l'azione di contrasto all'inflazione e poter agire in maniera più strutturale, occorrono infatti interventi che portino a una netta riduzione dei prezzi di listino dei prodotti, anche in relazione alle mutate condizioni di mercato delle materie prime e dei costi

di produzione. Per avere tutte le informazioni sull'iniziativa e consultare l'elenco delle attività aderenti è a disposizione un'apposita sezione sul sito del Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Ecco l'[elenco per la nostra provincia](#)

## **Il contesto resta difficile: ecco il dato dell'Osservatorio Confcommercio**

Il calo generalizzato rilevato per la fiducia di famiglie e imprese nel mese di settembre è presumibilmente espressione del permanere di una fase di estrema debolezza del quadro economico, caratterizzato ancora da molteplici elementi d'incertezza, più che la spia dell'inizio di una fase recessiva. L'ulteriore peggioramento registrato sul versante delle famiglie appare condizionato più dai timori sulla situazione generale e sul futuro del Paese che dalla situazione personale. In questo contesto l'inflazione, seppure in rallentamento, continua a rappresentare uno dei principali motivi di preoccupazione per le famiglie, a cui si aggiungono i timori di un possibile peggioramento del mercato del lavoro. Allo stesso tempo, la percezione degli imprenditori è influenzata dal rallentamento della domanda. Di conseguenza, peggiorano le aspettative lungo tutta la filiera della produzione e della distribuzione. Del resto, ormai, il discrimine tra stagnazione e recessione è affidato a qualche decimo di punto di variazione del PIL. Questo è il commento dell'Ufficio Studi di Confcommercio ai dati Istat di oggi.

---

## **CortoLovere, Ascom premia Pig di Jorn Leeuwerink**

*Si chiude con la serata di gala al Teatro Crystal il Festival internazionale del cortometraggio*

Si è concluso sabato 30 settembre, il Festival internazionale del cortometraggio cortoLovere diretto da Gianni Canova, con la serata di gala al Teatro Cinema Crystal di Lovere (BG) sul lago d'Iseo. La Giuria, dopo aver visionato le 14 opere in selezione ufficiale, ha assegnato il "Premio Bruno Bozzetto per cortoLovere" al miglior film, a "The Gold Teeth" dell'iraniana Alireza Kazemipour con la seguente motivazione "storia, personaggi, tono del racconto. Impossibile tracciare i confini tra questi elementi. Segno di verità e coerenza stilistica. Ci abbiamo creduto dall'inizio alla fine. E per questo lo sosteniamo"; alla miglior sceneggiatura a "Solo un esayo" dello spagnolo Hugo Sanz "per la capacità di creare suspense, che sta alla base di ogni forma del narrare e per le traiettorie imprevedibili che ci offre la storia, svelandosi organicamente grazie a un ottimo impianto strutturale" e al miglior film di animazione a "Pig" dell'olandese Jorn Leeuwerink "per la qualità di essere al tempo stesso un'opera d'arte e un prodotto in grado di intrattenere e divertire. Un film intelligente e satirico che mostra uno spaccato della società accompagnato da un efficace impianto sonoro". Il film Pig è stato premiato da Ascom Confcommercio Bergamo: alla cerimonia ha partecipato Marcella Gualeni, responsabile Ata-Area Tecnico Amministrativa.

Per il concorso Occhi sul lago, dedicato a promuovere i giovani talenti e valorizzare il patrimonio storico e paesaggistico del Lago d'Iseo offrendolo come possibile location al cinema italiano, la Giuria è stata composta da Gianni Canova, direttore artistico della rassegna, Ambra Angiolini e Dorian Leondeff. Sono state tre le troupe selezionate negli ultimi mesi (tutte con partecipanti di età inferiore ai 35 anni) e coinvolte nei lavori finali del concorso, che si sono svolti nell'ultima settimana, durante il festival. I finalisti sono Alexandru Viorel Dobre con Finn il pesce, Romeo Pizzol con L'alfiere, Leonardo Ferro con A fin di bene. Il Premio "Occhi sul Lago 2023" è stato assegnato a A fin di bene di Leonardo Ferro. Durante la serata, oltre alla consegna dei riconoscimenti per i concorsi Internazionale e

Occhi sul Lago, è stato consegnato il premio di questa edizione alla Signora del Lago, Ambra Angiolini che è tornata ospite del festival, dopo la partecipazione nel 2009.