

Dolci (Fiva) invita gli ambulanti lombardi a rinunciare temporaneamente al loro lavoro

Il presidente degli ambulanti aderenti a Confcommercio ha scritto oggi a tutti i colleghi – compresi quelli di generi alimentari – invitandoli a restare a casa e a sospendere momentaneamente la loro attività

“Vista la situazione che sta attraversando il mondo intero, ma in particolare la nostra regione Lombardia, desidero raggiungervi con questo messaggio affinché prevalga il senso di responsabilità e si possa guardare con speranza al prossimo futuro- scrive Dolci che è presidente di Fiva Lombardia e e Fiva Bergamo -. Comprendo la grande difficoltà che hanno dovuto e dovranno ancora affrontare molte aziende ambulanti a causa del Coronavirus: ci siamo trovati a dover affrontare una situazione che non ha precedenti. Capisco che per molti la preoccupazione economica non può essere messa in secondo piano, ma non posso sottovalutare l’attuale situazione perciò devo mettere al primo posto la vostra salute, quella delle vostre famiglie e quella di tutte le persone che devono convivere con la imperversante presenza del COVIT 19”. E invita: “ad assumere comportamenti che garantiscano la vostra sicurezza e la sicurezza delle persone che vi stanno attorno, anche se questo significa dover rinunciare temporaneamente al vostro lavoro. L’emergenza sanitaria che sta investendo il mondo, si risolve soprattutto attraverso la gestione responsabile del problema da parte di ciascuno di noi: siamo chiamati a non sottovalutare il problema. La situazione è allarmante perciò mio malgrado vi sto suggerendo di rimanere nelle vostre case”.

Dolci conclude la lettera scrivendo “Sono certo di rappresentare una categoria coraggiosa che nel tempo ha dimostrato di saper superare molte difficoltà, sempre a testa alta, con dignità, ma si è presentata una sfida che non ha bisogno del nostro coraggio: rimaniamo a guardare dalle finestre delle nostre case finché tutto è passato e prepariamoci a tornare più determinati di prima”

Compra Vicino, i negozi consegnano gratuitamente la spesa a casa

“Compra vicino. La spesa arriva gratis a casa tua” è l’iniziativa lanciata ad inizio settimana da Ascom Confommercio Bergamo per aiutare a contenere la diffusione del contagio Coronavirus e preservare la salute collettiva.

Sono circa 200 le attività commerciali di prima necessità (generi alimentari e farmacie) di una trentina di comuni che hanno accolto la proposta di Ascom e hanno iniziato a consegnare la spesa a domicilio gratuitamente a chi ne fa richiesta via telefono.

L’iniziativa nasce in collaborazione con i Distretti del commercio e con le Amministrazioni *“Abbiamo invitato, anche tramite il supporto dei Distretti del Commercio le amministrazioni comunali a sensibilizzare i propri negozianti perché attivino servizi di consegna a domicilio gratuita di prodotti alimentari e farmaceutici a tutti coloro che ne hanno bisogno, in particolare ai concittadini fragili come anziani,*

*disabili e malati” spiega **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo.***

Per il momento hanno aderito i comuni di Albino, Alzano Lombardo, Arcene, Calcio, Caravaggio, Cazzano S.Andrea, Cene, Cerete, Ciserano, Cividate al Piano, Cortenuova, Gandino, Gazzaniga, Gorno, Lallio, Lefte, Onore, Parre, Piario, Pradalunga, Scanzorosciate, Solto Collina, Tavernola, Treviolo, Villa d’Ogna, Zogno.

“I negozianti hanno risposto con entusiasmo e generosità e li ringraziamo fin d’ora per la sensibilità e la disponibilità dimostrata in questo momento di difficoltà. Invitiamo i sindaci, che non l’avessero già fatto, di farsi portavoce dell’iniziativa e i negozianti alimentari e le farmacie ad aderire all’iniziativa, consegnando gratuitamente, in base alle proprie disponibilità orarie, gli acquisti effettuati telefonicamente” conclude il direttore di Ascom.

Le attività commerciali che hanno aderito all’iniziativa sono consultabili sul sito di Ascom Confcommercio Bergamo www.ascombg.it e sui canali social dell’Associazione.

Per aver maggiori informazioni sull’iniziativa è possibile inviare una email a consulenza@ascombg.it.

[L’elenco dei negozi che hanno aderito a compravicino](#)

Ascom invita negozianti alimentari e farmacie a fare consegne a domicilio

Ascom Confcommercio Bergamo, per aiutare a contenere la diffusione del contagio Coronavirus e preservare la salute collettiva (in base ai recenti decreti di marzo 2020 sulle Misure urgenti di contenimento del contagio del virus COVID-19), garantire l'approvvigionamento alimentare e farmaceutico a tutti i cittadini che lo necessitano e sostenere il lavoro in sicurezza dei commercianti alimentari e del settore farmaceutico:

- ha invitato e invita, in collaborazione con i Distretti del commercio, tutte le Amministrazioni a sensibilizzare i propri negozianti perché attivino servizi di consegna a domicilio gratuita di prodotti alimentari e farmaceutici a tutti coloro che ne hanno bisogno, in particolare ai concittadini fragili come anziani, disabili e malati
- invita tutti i negozianti alimentari e le farmacie ad aderire alla richiesta dei propri Comuni e, in ogni caso, a consegnare in base alle proprie disponibilità orarie gli acquisti effettuati telefonicamente nel suo negozio presso le abitazioni dell'acquirente in maniera gratuita, comunicandoli ai propri clienti, al proprio Comune e all'Ascom a questo indirizzo: consulenza@ascombg.it

Le attività commerciali che si renderanno disponibili a questo importante ed essenziale servizio di prossimità saranno inserite in un elenco di esercizi disponibili alla consegna a domicilio dei prodotti che verrà comunicato ai cittadini dall'amministrazione comunale e da Ascom sui propri canali.-

- Se sei un'amministrazione scarica qui: [Lettera Comuni ai commercianti](#)
- Se hai un negozio alimentare scarica qui: [locandina negozio qui si consegna la spesa a domicilio](#)
- [compra vicino spesa gratis Locandina](#)

Per info: Roberto Ghidotti tel. 035.4120201/3687017706 –
Giorgio Puppi tel. 035.4120123.

Seggiolino anti-abbando, scatta l'obbligo. Ecco gli incentivi

Dal 6 marzo chi non ha provveduto all'installazione dei seggiolini anti-abbando sulla propria auto per il trasporto dei bambini fino al quarto anno di età, sarà passibile di sanzione.

Le multe vanno dagli 83 ai 333 euro più la sottrazione di 5 punti dalla patente. Come per le altre multe, se si paga entro 5 giorni, gli importi si riducono a 58 e 100 euro. In caso di due infrazioni in 2 anni, scatta la sospensione della patente da 15 giorni a 2 mesi.

ADICONSUM ricorda che per l'acquisto del seggiolino è previsto un bonus del valore di 30 euro che è una sorta di sconto sul prezzo di acquisto. Nel caso in cui il costo del seggiolino sia inferiore a 30 euro il bonus sarà pari al prezzo pagato.

Il bonus viene erogato sotto forma di un buono di spesa elettronico, e è associato al codice fiscale del minore; vale solo per l'acquisto di un dispositivo a bambino. Non si applica, quindi, all'acquisto di più dispositivi per lo stesso

bambino.

Ha durata di 30 giorni. Se non viene utilizzato entro questo periodo viene annullato e va richiesto nuovamente.

La richiesta deve essere fatta da uno dei due genitori o da chi esercita la patria potestà. La domanda va presentata, prima di acquistare il dispositivo, attraverso la piattaforma sul sito di Sogei o del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti. A tal proposito, come per usufruire di altri bonus, bisognerà essere in possesso dell'identità digitale SPID (sistema pubblico per la gestione dell'identità digitale) e nel caso non si abbia bisognerà richiederla.

Una volta registrato alla piattaforma, il richiedente inserisce anche il codice fiscale

Al momento dell'acquisto del seggiolino anti-abbandono, il bambino non deve aver compiuto 4 anni; assieme alla richiesta del bonus, il richiedente allega dichiarazione (ai sensi del DPR 445/2000) in cui attesta di essere il genitore o l'esercente la patria potestà del minore.

Per poter usufruire del bonus, il seggiolino va acquistato presso le strutture, gli esercenti e gli enti registrati presso la piattaforma. Essi vengono inseriti in un apposito elenco consultabile attraverso l'applicazione web.

Come ottenere il rimborso in caso di acquisto del seggiolino già effettuato

Se hai acquistato il seggiolino anti-abbandono prima del 21 febbraio 2020

- La domanda di rimborso va presentata tramite la piattaforma entro 60 giorni dalla sua attivazione (cioè a partire dal 21 febbraio 2020)
- Alla domanda vanno allegati gli scontrini fiscali o fatture attestanti l'acquisto

- Se lo scontrino/fattura non riporta la scritta “dispositivo anti-abbandono”, il richiedente può compilare l’apposito modello presente sulla piattaforma e autodichiarare che la spesa è relativa all’acquisto di un seggiolino anti-abbandono
- Il bonus dei 30 euro viene rimborsato mediante accredito sul conto corrente del richiedente attraverso l’IBAN fornito in sede di presentazione della domanda di rimborso.

Per ulteriori info, cliccare sulle [FAQ](#) predisposte del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti o scrivere alla casella di posta elettronica: dispositiviantiabbandono@sogei.it

IMPORTANTE: In caso di problemi con la compilazione del Modulo, è possibile rivolgersi agli sportelli ADICONSUM

Legge sul libro, lo sconto massimo scende al 5% per tutti

Lo sconto massimo praticabile sui libri scende dal 15% al 5%, anche per le piattaforme ecommerce, e solo per i testi scolastici dal 20% al 15%. La legge sul libro è stata approvata all’unanimità dal Senato dopo dopo anni di confronto che hanno visto lunghe discussioni e divisioni tra gli editori sui provvedimenti.

La legge porta molte novità nelle librerie e un piano di sostegno sostegno e alla promozione della lettura.

Le librerie potranno organizzare, una volta l’anno, sconti fino ad un massimo di 15%, mentre gli editori potranno offrire

sconti maggiori, fino al 20%, per un mese all'anno, tranne a dicembre.

Inoltre: viene inoltre istituito l'Albo delle librerie di qualità riservato alle librerie che vendono al dettaglio in locali accessibili al pubblico e che offrono un servizio innovativo; e viene aumentato di 3.250.000 euro l'anno il credito d'imposta di cui possono usufruire le attività commerciali che operano nel settore dei libri (il cosiddetto tax credit librerie).

Per la prima volta viene varato un Piano triennale di promozione della lettura: una card per l'acquisto di libri riservata alle famiglie disagiate, un albo delle librerie di qualità, il sostegno concreto a Biblioteche scolastiche e Patti locali per la Lettura.

Numerose anche le iniziative a sostegno della lettura: viene introdotta la Carta della cultura, una card di spesa, con un tetto massimo di 100 euro per le famiglie disagiate; il sostegno concreto a Biblioteche scolastiche con un milione di euro per finanziare la formazione del personale scolastico impegnato nella gestione delle biblioteche scolastiche; e Patti locali per la Lettura e la designazione ogni anno di una capitale del libro, ossia una città che verrà selezionata dal consiglio dei ministri in base ai progetti presentati.

Adei, Associazione degli editori indipendenti con Ali Confcommercio e Federcartolai Confcommercio esprimono grande soddisfazione per l'approvazione della Legge sul libro e la lettura. "È un risultato storico per il Paese, un successo per editori e librai indipendenti. Siamo convinti che la nuova Legge rappresenti un primo passo per far finalmente crescere la lettura e ridare slancio a un settore fondamentale per lo sviluppo economico del Paese". Per anni ci si è cullati nell'illusione che giocare sulla leva degli sconti fosse proficuo. Ora si prende finalmente atto che la scelta non ha prodotto i frutti attesi: moltissime librerie e biblioteche in meno, indici di lettura fermi a 17 anni fa.

Buoni pasto al collasso, gli esercenti chiedono subito una riforma

L'attuale sistema dei buoni pasto genera una tassa occulta del 30% sul valore di ogni ticket a carico degli esercenti. In pratica, tra commissioni alle società emettitrici e oneri finanziari, i bar, i ristoranti, i supermercati e i centri commerciali perdono 3mila euro ogni 10mila euro di buoni pasto incassati che accettano.

È la denuncia che arriva dalle associazioni di categoria della distribuzione e della ristorazione Fipe Confcommercio, Federdistribuzione, ANCC Coop, ANCD Conad, FIDA e Confesercenti per la prima volta riunite in un tavolo di lavoro congiunto.

Senza correttivi urgenti, a partire dalla revisione del codice degli appalti nella pubblica amministrazione, la stagione dei buoni pasto potrebbe essere destinata a concludersi presto e quasi tre milioni di dipendenti pubblici e privati potrebbero vedersi negata la possibilità di pagare il pranzo o la spesa con i ticket.

La crisi dei buoni pasto è l'effetto delle gare bandite da Consip per la fornitura del servizio alla pubblica amministrazione, che hanno ormai spinto le commissioni al di sopra del 20%. Ecco perché i vertici delle sei associazioni di categoria hanno deciso di scrivere al Ministro dello Sviluppo Economico e al Ministro del Lavoro, sollecitando la revisione del codice degli appalti nella pubblica amministrazione per garantire il rispetto del valore nominale dei buoni pasto lungo tutta la filiera.

Ma le iniziative non si fermano qui. Il tavolo, da un lato promuove una campagna di comunicazione congiunta che

interesserà tutti gli esercizi della ristorazione e della distribuzione commerciale, dall'altro ha deciso di avviare un'azione di responsabilità nei confronti di Consip per aver ignorato i campanelli d'allarme in merito alla vicenda Qui!Group, azienda leader dei buoni pasto alla pubblica amministrazione che, dopo essere stata dichiarata fallita a settembre 2018, ha lasciato 325 milioni di euro di debiti, di cui circa 200 milioni nei confronti degli esercizi convenzionati.

Ascom Confcommercio Bergamo si unisce alla richiesta delle sigle nazionali: "Il sistema è al collasso. La filiera è in gravissima difficoltà e sempre più esercenti decidono di non accettarli – commenta il direttore Oscar Fusini -Esiste il rischio che la sostenibilità dei buoni pasto, per chi li accetta, sia possibile solo con una riduzione drastica della qualità del servizio offerto e di conseguenza che possano venire accettati solo in locali dedicati e con qualità inferiore. Il timore è che precipiterà la qualità del servizio e che aumenteranno i prezzi. A danno di tutti: consumatori, lavoratori esercenti". "Non è possibile che lo Stato sia l'unico a guadagnarci a danno delle imprese e dei lavoratori, se il sistema non cambia è probabile che le imprese più illuminate spostino il benefit dal buono ad altre voci di welfare aziendale".



Secondo la stima di Ascom tra città e provincia, le imprese che accettano buoni pasto sono 830: 250 tra ristoranti, trattorie e pizzerie; 110 alimentaristi, distribuzione

organizzata e grande distribuzione, 470 bar, caffè e gelaterie. In città, sono interessate 435 imprese, di cui 110 ristoranti trattorie e pizzerie, 65 alimentaristi, distribuzione organizzata e grande distribuzione, 260 bar, caffè e gelatiere.

IL PUNTO

- Nel 2019 sono stati emessi 500 milioni di buoni pasto per un valore complessivo di 3,2 miliardi di euro.
- A beneficiarne sono circa 2,8 milioni di lavoratori, di cui 1 milione dipendenti pubblici.
- Per ciascun buono da 8 euro il bar, il negozio alimentare o il supermercato incassa 6,18 euro. Una volta scalati anche gli oneri finanziari si registra un deprezzamento del 30%: ogni 10mila euro di buoni incassati, gli esercizi convenzionati pagano circa 3mila euro.
- Il sistema ha mostrato tutte le sue criticità nel 2018 con il fallimento di Qui!Group: 325 milioni di euro di debiti di cui circa 200 milioni nei confronti degli esercizi convenzionati. Da allora il governo non ha dato alcuna risposta concreta.

I NUMERI NAZIONALI

Ogni giorno circa 10 milioni di lavoratori pranzano fuori casa. Di questi, 2,8 milioni sono dotati di buoni pasto e il 64,7% li utilizza come prima forma di pagamento ogni volta che esce dall'ufficio. Complessivamente si stima che nel 2019 siano stati emessi in Italia 500 milioni di buoni pasto, di cui 175 milioni acquistati dalle pubbliche amministrazioni, che li hanno messi a disposizione di 1 milione di lavoratori. In totale, ogni giorno i dipendenti pubblici e privati spendono nei bar, nei ristoranti, nei supermercati e in tutti gli esercizi convenzionati 13 milioni di euro in buoni

pasto.

Saldi, primo bilancio in rosso I commercianti segnano un calo fino al 10%

L'avvio è stato abbastanza buono in città, complice anche il lungo ponte dell'Epifania. In provincia, eccezion fatta per le località di villeggiatura, i saldi sono andati invece decisamente meglio nel secondo week-end, appena chiuso

Tornano Family e senior card sconti sulla spesa nei negozi

Il Comune di Bergamo rinnova anche per il prossimo biennio le tessere sconti per i cittadini residenti con più di 70 anni e ai nuclei familiari con almeno tre figli a carico. Gli sconti vanno dal 5 al 30% e sono validi nei negozi, panifici e mercati aderenti, oltre a supermercati, farmacie, librerie, banche, strutture sportive, istituzioni culturali e tanti servizi per la casa e per la persona. Per usufruire delle convenzioni occorre esibire la card; fino al 29 febbraio, dato che le spedizioni sono in corso, gli esercizi commerciali

aderenti accetteranno le vecchie card. In caso di mancato recapito delle tessere, si può contattare l'Ufficio Commercio del Comune (035399351/035399318). Nei quindici anni di attivazione delle card gli esercizi convenzionati sono cresciuti e le tessere, apprezzate per gli sconti che garantiscono a famiglie numerose e over 70, offrono oltre ad un sostegno ai consumi, un'opportunità per i piccoli esercizi commerciali e per la vitalità del tessuto economico cittadino.

Regali di Natale, le famiglie bergamasche spendono in media 550 euro

Ogni famiglia bergamasca spenderà in media 560 euro per regali da mettere sotto l'albero, con una spesa individuale di 185 euro, un po' di più rispetto al dato nazionale e lievemente in calo rispetto allo scorso anno, quando la spesa pro-capite a Bergamo era di 191 euro. È il dato che emerge dall'analisi di Ascom Confcommercio Bergamo sui consumi.



A trainare le vendite di Natale, libri (in particolare i

titoli per i ragazzi e i gialli), cesti regalo (con una spesa media tra gli 80 e i 100 euro) e rasoi elettrici, che si confermano un regalo apprezzato. Bene anche gli acquisti tra le bancarelle dei mercati. Sottotono le vendite di gioielli (per i preziosi la scelta ricade su articoli di valore contenuto), abbigliamento ed elettrodomestici. *“Nonostante sia sempre più diffuso anticipare in parte l’acquisto dei regali di Natale, approfittando anche delle campagne di sconti come Black Friday, più di un consumatore su due continua a preferire la prima metà di dicembre per la scelta del regalo – evidenzia Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo –. Se le spese di novembre hanno sottratto un po’ di budget agli acquisti per effetto tredicesima e, in parte ai saldi di gennaio, esiste comunque una tendenza positiva verso gli acquisti di Natale, segnale della voglia di ripresa delle persone. Ci auguriamo che sia di buon auspicio per l’anno che deve venire”.*

A **livello nazionale**, la spesa media pro capite per i regali rimane ferma a quota 169 euro, come lo scorso anno. L’86,9% degli italiani farà dei regali, in calo la quota dei consumi nei negozi.

I generi alimentari si confermano anche per il 2019 la tipologia di regalo più diffusa (il 73,3%), ma tra i prodotti maggiormente acquistati salgono giocattoli per i bambini (55%), capi di abbigliamento (47,1%), libri ed e-book (45,5%), trattamenti di bellezza (43% contro il 37,9%), film, dvd e musica digitale (16,6% contro il 15,9%); quanto al budget di spesa previsto, la quasi totalità dei consumatori stanzierà una cifra non superiore a 300 euro, con una spesa media in linea con lo scorso anno (circa 170 euro a testa); in ogni caso, per l’acquisto dei regali viene destinata solo una piccola parte della tredicesima (il 17,8%), mentre il grosso (66%) se ne va tra spese per la casa, risparmio, tasse e bollette.

Secondo i risultati dell’indagine sugli acquisti per i regali

del Natale 2019 realizzata da Confcommercio-Imprese per l'Italia in collaborazione con Format Research, per i regali di Natale i negozi si confermano i canali d'acquisto preferiti dai consumatori (il 71,2% presso la grande distribuzione, il 57% nei piccoli esercizi commerciali), ma sono sempre più numerosi coloro che, nel mese di dicembre, ricorrono al web. Negli ultimi 10 anni sono passati dal 3,8% a quasi il 55%, percentuale che sale ulteriormente nel periodo delle campagne scontistiche di novembre come Black Friday e Cyber Monday; tra i prodotti maggiormente acquistati sul web prevalgono carte regalo e buoni digitali (83,8%), abbonamenti a piattaforme di streaming (81,7%), biglietti per concerti (76,6%), trattamenti di bellezza (59%); il 45% dei consumatori utilizza siti di e-commerce specializzati, il 38,8% siti di aggregatori consolidati (in prevalenza Amazon, Ebay e Zalando), il 36% siti di e-commerce che hanno anche negozi fisici; infine, risulta in aumento sia la percentuale di chi cerca i prodotti nel negozio tradizionale per poi acquistarli online (il fenomeno dello "showrooming"), sia la quota di chi cerca il prodotto online e successivamente lo acquista nel negozio tradizionale ("reverse Showrooming"); in entrambi i casi, i prodotti più cercati prima dell'acquisto sono i capi di abbigliamento.

COSA SI REGALA A NATALE

I generi alimentari si confermano anche per il 2019 la tipologia di regalo più diffusa: il 73,3% (contro il 74,2% del 2018) dei rispondenti ha affermato che effettuerà un regalo di questo genere. Tra i prodotti maggiormente acquistati salgono: i trattamenti di bellezza (43% contro il 37,9% del 2018), i giocattoli per i bambini (55% contro il 51,1% del 2018), gli articoli sportivi (9,7% rispetto al 7% del 2018), gli elettrodomestici (5,5% rispetto al 3% del 2018), computer e accessori (13,1% rispetto al 10,8% del 2018), i gioielli e bijoux (14,8% rispetto al 12,7% del 2018), i prodotti per animali (9,1% rispetto al 7,7% del 2018), tablet/kindle (7,1%

contro il 5,8% del 2018), libri ed e-book (45,5% contro il 44,8% del 2018), film, dvd e musica digitale (16,6% contro il 15,9% del 2018), viaggi (6,6% contro il 5,9% del 2018), capi di abbigliamento (47,1% contro il 46,5% del 2018) e articoli per la casa (1,3% contro lo 0,9% del 2018). In diminuzione: vini e liquori, calzature, prodotti per la cura della persona, generi alimentari, biglietti per concerti e spettacoli, giochi elettronici, abbonamenti a piattaforme di streaming, carte regalo o buoni regalo digitali, smartphone.

IL PERIODO PER FARE I REGALI

L'acquisto dei regali di Natale è sempre più legato alla diffusione di acquisti nella «settimana degli sconti» (dal 22/11 al 29/11, la settimana del Black Friday). I consumatori tendono sempre di più ad anticipare l'acquisto dei regali natalizi approfittando delle nuove campagne scontistiche, come il già citato «Black Friday» ma anche il «Cyber Monday», che si stanno diffondendo sempre di più in Italia. Nella seconda metà di novembre, infatti, a fare acquisti è il 26%, in aumento rispetto al 2018 (erano il 22,3%) e, in particolare, ben il 56,6% ha dichiarato di voler approfittare della settimana degli sconti (erano il 49,7% nel 2018). La maggior parte dei consumatori, tuttavia, continua a preferire la prima metà di dicembre per l'acquisto dei regali (51,3%), mentre il 16,9% si dedica alla "caccia" al regalo tra il 16 e il 31 dicembre.

LA CIFRA CHE SI INTENDE SPENDERE PER GLI ACQUISTI

Il 91,6% dei consumatori stanzierà un budget non superiore ai 300 euro per i regali di Natale (erano il 93,0% nel 2018). Nel dettaglio sono lievemente diminuiti coloro che nel 2019 hanno dichiarato di essere intenzionati a spendere tra i 100 e i 300 euro, essendo il 62,8% (contro il 63,9% del 2018). In leggera diminuzione anche la spesa media che nel 2019 risulta pari a 169 euro contro i 171 euro del 2018, i 166 del 2017 e i 164 del 2016.

In aumento la percentuale dei consumatori che intendono spendere oltre i 300 euro per i regali di Natale 2019, 8,4% contro il 7,0% del 2018, il 6,9% del 2017 e il 6,7% del 2016.

UTILIZZO DELLA TREDICESIMA

Oltre il 75% dei consumatori percepisce la tredicesima. Di questi, il 25,9% la utilizzerà per le spese per la casa e la famiglia, il 20,4% la metterà da parte, il 19,5% la utilizzerà per pagare tasse e bollette. La quota destinata all'acquisto dei regali di Natale è pari al 17,8%. L'8% dei consumatori la utilizzeranno per viaggi e vacanze.

COME SARANNO PAGATI I REGALI DI NATALE

La quasi totalità dei consumatori pagherà immediatamente i propri acquisti senza ricorrere a nessuna forma di rateizzazione della spesa. Il 44% pagherà i propri acquisti prevalentemente in contanti, il 30,8% in prevalenza tramite bancomat ed il 22,2% in prevalenza con la carta di credito.

[Indagine regali online grafici e tabelle](#)

Quei centri logistici che fanno commercio ma sono considerati 'fabbrichette'

Elena Franco è un architetto che ho conosciuto diversi anni fa all'inizio dell'esperienza dei distretti commerciali in Regione Lombardia. Ha coordinato l'osservatorio regionale e da lei ho imparato molto di urbanistica e della sua disciplina. L'ho incontrata qualche settimana fa e mi ha raccontato una storia che vorrei condividere, anche alla luce di tutte le

trasformazioni urbanistiche commerciali che la bassa pianura bergamasca sta vivendo nel campo della logistica.

La storia inizia con il classico "C'era una volta". C'era un volta un paese senza arte ne parte ma vicino a una grande città. Negli anni un piano regolatore visionario aveva indicato un'area produttiva all'ingresso del paese. Tutti ci credevano, avrebbero voluto sviluppo e posti di lavoro. Non successe nulla per una quindicina di anni. Nessun industriale venne a occupare l'area e, intanto, anche le poche 'fabbrichette' che c'erano, chiusero. Nel frattempo, erano successe un paio di cose: l'autostrada che passava da quelle parti tolse il pagamento del pedaggio nel tratto in cui anche il nostro paesello ricadeva e vennero realizzate – con un investimento pubblico – delle migliorie al sistema stradale per collegare meglio il paese al resto del territorio.

Un bel giorno una società depositò una richiesta in comune per costruire un capannone nell'area produttiva rimasta per così tanto tempo inattuata, un bel prato verde con vista sulla collina. Ora, con tutte le strade a fianco, era diventata interessante. I tecnici che presentarono la domanda erano corretti, chi la esaminò era corretto. Tutte le norme erano rispettate per costruire un bel capannone produttivo e così 'la cosa' si fece.

Naturalmente il costo dell'operazione, a livello comunale, fu commisurato a un intervento produttivo, che prevede contributi urbanistici più bassi rispetto agli insediamenti commerciali. Allo stesso modo, dal punto di vista della viabilità, le regole non prevedevano nessun tipo di approfondimento o di lavoro a carico di chi doveva realizzare l'intervento.

Se l'insediamento fosse stato commerciale, invece, si sarebbe dovuto calcolare il numero di auto che avrebbero raggiunto l'area e si sarebbero dovute realizzare delle opere – sì, le famigerate rotonde – per cercare di mitigare e regolamentare l'impatto. A spese di chi proponeva l'intervento.

Nessuno sapeva che il capannone, una volta realizzato, sarebbe stato affittato a una multinazionale che consegna i pacchi sorridendo. E questo non perché qualcuno è cattivo, ma perché nessuna norma prevede che, a un certo punto, si debba comunicare a qualcuno chi occupa un magazzino produttivo.

Ormai siamo tutti d'accordo, nel caso della logistica per l'e-commerce, è commercio. Ma qui si seguono le regole della 'fabbrichetta', si pagano gli oneri urbanistici come una 'fabbrichetta', i tributi locali come una 'fabbrichetta', la tassa rifiuti come una 'fabbrichetta'. Si risparmiano un sacco di soldi e di stress (e non parlo delle tasse sul ricavato, ma dei tributi locali) e si paga, in proporzione, meno di un lattaiolo o di un supermercato, facendo però i volumi di vendite di un centro commerciale planetario.

In questo caso, si sarebbe dovuto monitorare il numero di corrieri in ingresso e in uscita, anziché le auto dei consumatori, per far mettere in atto delle misure di mitigazione. Invece, nel pieno rispetto della norma, è stata la comunità a doversi accollare il problema di traffico che, puntualmente, si è verificato.

Qual è la morale che possiamo attingere da questo racconto? Innanzitutto che i capannoni di logistica per l'e-commerce fanno commercio e quindi devono pagare gli oneri urbanistici e i tributi comunali non come attività produttive ma come attività commerciali vere e proprie.

L'urbanistica – “l'insieme delle misure tecniche, amministrative, economiche finalizzate al controllo e all'organizzazione dell'habitat umano” – ha prodotto parallelepipedi prefabbricati che hanno poco a vedere con la salvaguardia del paesaggio e del vivere l'habitat in maniera armonica: il supermercato prima e il discount poi; il centro commerciale prima e il parco commerciale poi. L'outlet, il cinema multisala. Tutti uguali, tutti parallelepipedi o loro sommatorie che hanno martoriato il paesaggio urbano.

Non mi addentro in materia così complessa che non è di mia stretta competenza. Non voglio commettere errori di valutazioni e banalizzare argomenti di così grande importanza. Una riflessione però mi sento di fare: c'è bisogno di riprogettare il territorio con occhi umani e non solo di pura convenienza economica. Amministratori cittadini e imprese devono tenere a mente che il territorio è merce rara e una volta utilizzato produce effetti sul vivere civile. L'economia *green* parte anche da queste semplici osservazioni.

Il racconto di Elena ha colto nel segno...è necessario fermarci, guardarci intorno, respirare. E decidere cosa fare.