

Fimaa, brindisi da Giuliana a un 2023 di successo per i soci

Il Christmas dinner è stata l'occasione per premiare attività storiche e i 27 nuovi soci. Raccolta benefica per Fondazione Asino e ricerche in neuro oncologia



L'evento di fine anno organizzato da Fimaa Bergamo per gli agenti immobiliari è stata l'occasione conviviale per tirare le somme di un 2023 ricco di impegni e iniziative per la categoria, oltre che per guardare a un nuovo



anno pieno di sfide e nuovi obiettivi. Un'occasione per premiare e conoscere meglio i nuovi soci e per consegnare un riconoscimento alle imprese Fimaa più longeve. Per il Christmas Dinner è stata scelta come sede la storica Trattoria D'Ambrosio da Giuliana, in Via Broseta. L'incontro ha visto la partecipazione del direttivo Fimaa Bergamo, presieduto da Oscar Caironi, che è anche coordinatore regionale Fimaa Lombardia e dei soci della Federazione. Alla convention ha partecipato il presidente nazionale Fimaa Confcommercio Santino Taverna. Tra le autorità, presenti il vicepresidente vicario Ascom Confcommercio Bergamo Luciano Patelli e Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo. "Grazie al racconto di tante esperienze professionali e del know how di importanti ospiti, abbiamo arricchito il nostro bagaglio

culturale- ha sottolineato Oscar Caironi, prima dell'intervento del presidente nazionale Santino Taverna e di Roberto Re, mental coach e formatore. Un ringraziamento speciale va a tutti i soci premiati, che hanno saputo distinguersi grazie al loro insostituibile operato e al loro fondamentale contributo alla vita associativa. E un grazie e un benvenuto ai nuovi iscritti Fimaa". Hanno ricevuto un premio alla carriera Luigi Benedetti per i 47 anni di attività come agente immobiliare e Ugo Gherardi, anch'egli con 47 anni di attività raggiunta come agente immobiliare. 27 i nuovi soci, cui è stato dato il benvenuto ufficiale in Fimaa Bergamo, con la consegna di un attestato: Bergamo Building srl, Rositani Real Estate Consulting, EB Living Immobiliare srls, Arealogistica srl, Wave Group srl, Bergamo Immobiliare sas, Studio Vaprio Immobiliare srls, Brumana Valerio, Ciocca



Massimo, Cadei Jessica, Cugia di Sant'Orsola Terenzio, Chiari Roberto, Casari Francesca, Cavagnis Marco, Della Pedrina Andrea, Dallagrassa Oscar, Del Vecchio Antonia, D'Orio Lorenzo, Manzoni Fabio, Marchetti Oscar, Natali Romualdo, Pennati Giuseppe, Pasinetti Cristina Bruna, Arrigoni Guglielmo, Rotini Marco, Salemme Ferdinando, Volpi Francesco. Dopo i saluti istituzionali e del presidente nazionale Taverna e provinciale Caironi, oltre che dei vertici Ascom, rappresentati da Luciano

Patelli, vicepresidente vicario e dal direttore Oscar Fusini, hanno portato la loro esperienza di successo Roberto Re, tra i più importanti mental coach e formatori nazionali e anche l'ospite, ristoratrice e imprenditrice Giuliana D'Ambrosio, che con la sua accoglienza e la sua cucina semplice, riesce a fare sentire tutti a casa.

Come altre iniziative, anche il Christmas Dinner non dimentica la solidarietà e conferma l'anima generosa e benefica della Fimaa. Quest'anno l'impegno della Federazione è per la Fondazione Asino che mira a sostenere e creare un programma

educativo per formare giovani neurochirurghi e finanziare progetti di ricerca nell'ambito delle neuroscienze, in particolare della neuro oncologia. Attraverso il Comitato scientifico, la Fondazione seleziona i migliori progetti nell'ambito e monitora la ricerca e i relativi risultati. L'evento è stato sostenuto e sponsorizzato da Casafarim Unoenergy, Ottica Gazzera e Cabrini Assicurazioni.

Impredigreen 2023, riconoscimenti a otto aziende bergamasche

Consegnati i marchi di sostenibilità a otto aziende bergamasche del terziario

Sono stati consegnati ieri in Ascom Confcommercio Bergamo i marchi di sostenibilità Impredigreen a otto imprese del terziario che si sono distinte per i loro comportamenti ambientalmente virtuosi.

Il riconoscimento "Impredigreen" è andato a:

- Studio Leidi di Treviolo,
- Enoteca Wimpy di Albino
- Antica Locanda Roncaglia di Corna Imagna
- Frigogelo di Azzano San Paolo
- Power.it di Bergamo
- Tabaccheria Amadeo Livio di Verdellino
- Black Horse di Presezzo
- Macelleria Marchesi di Seriate.

"Con Impredigreen vogliamo qualificare le imprese ambientalmente virtuose e che si sono distinte nel 2023 sui

*temi della sostenibilità ambientale– sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. L' iniziativa traccia un percorso per le imprese che vogliono contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo fissati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. La sostenibilità è di fatto un valore aggiunto per competere in un sistema economico sempre più attento a nuovi modelli di produzione e consumo green".*

*Il progetto nasce per diffondere comportamenti sempre più "green" nel mondo del terziario, che possano rappresentare anche un'opportunità di sviluppo per le imprese. "In altre parole, con Imprendigreen – aggiunge **Andrea Comotti, responsabile Area gestionale Ascom Confcommercio Bergamo** – si vuole raggiungere il duplice scopo di creare benefici ambientali e sviluppare nuove forme di economia attraverso una serie di azioni volte a sensibilizzare, formare e accompagnare le imprese nella transizione da un'economia lineare a un'economia circolare. Ma anche a cogliere tutte le opportunità che i programmi e i fondi europei e nazionali – come il Green Deal europeo e il PNRR italiano – metteranno in campo nei prossimi anni per innovare modelli di produzione, distribuzione e offerta di servizi".*

Grazie alla collaborazione con la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa sono state definite delle check list per rilevare le buone pratiche e definire i criteri-soglia quali-quantitativi.

"La Scuola è stata coinvolta anche nella predisposizione di moduli formativi appositamente studiati e implementati per i diversi settori di attività – spiega Comotti -. Invitiamo tutte le aziende del terziario a prendere in considerazione la possibilità di richiedere il riconoscimento".

Come aderire

Per prima cosa occorre registrarsi sul sito imprendigreen.confcommercio.it e, una volta compilato il questionario, ogni imprenditore potrà valutare le sue performance e ottenere il riconoscimento. Oltre a poter

usufruire di speciali convenzioni riservate, le imprese e le associazioni che otterranno il riconoscimento Imprendigreen avranno accesso a moduli formativi implementati con il coinvolgimento di partner strategici ed enti di ricerca di spessore nazionale ed internazionale (come la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa, l'Enea, l'Asvis e il Conai), per migliorare la conoscenza delle normative e favorire la diffusione e la replicabilità di comportamenti virtuosi sotto il profilo ambientale e sociale.

Per informazioni ed eventuali chiarimenti le imprese interessate possono scrivere a: gestionale@ascombg.it – Tel 0354120325.

Legalità e sicurezza, i dati dell'Osservatorio Ascom-Format Research

L'usura tra i maggiori rischi percepiti + 22,2% rispetto al 2022

Sicurezza percepita, andamento dei crimini, esposizione a rischio usura e racket. Sono questi i temi al centro dell'indagine su Legalità e sicurezza affidati all'Osservatorio Congiunturale Confcommercio Bergamo. L'indagine, condotta da Format Research su un campione rappresentativo di imprese del terziario, rileva un peggioramento della sicurezza percepita rispetto allo scorso anno per il 16% degli intervistati. L'usura è tra i maggiori rischi percepiti, in un contesto in cui l'accesso al credito si trasforma spesso in un percorso ad ostacoli e i rincari dei tassi di interesse aggravano ulteriormente i bilanci delle

imprese, già indebitate. Preoccupa anche il rischio di estorsioni e racket, oltre ai furti.

Sicurezza percepita

Il 16% delle imprese del terziario di Bergamo percepisce un peggioramento dei livelli di sicurezza nel 2023 rispetto al 2022, per il 76,3% la situazione è invariata, mentre per il 7,7% è, di contro, migliorata.

Aumento dei crimini

L'usura è il fenomeno criminale percepito in maggior aumento rispetto al 2022 dagli imprenditori del terziario di Bergamo (22,2%) seguito da racket ed estorsioni (19,2%) e furti (17%), rapine (13,5%), atti di vandalismo (13,1%), aggressioni e violenze non a scopo predatorio (13%).

Tentativi di usura e racket

Quasi un imprenditore del terziario di Bergamo su cinque (19,3%) ha avuto notizia di fenomeni di usura o estorsione nella propria zona. Ne ha sentito parlare in particolare dai social network (10,3%), da altri imprenditori (9,2%) e dalla stampa (7,2%).

Preoccupazione degli imprenditori

Oltre sei imprenditori del terziario di Bergamo su dieci si dichiarano preoccupati per il rischio di esposizione a usura e racket. Il 24,2% si dichiara molto preoccupato. Il 39,9% non nasconde la sua preoccupazione in generale, anche senza rischi visibili. Relativamente tranquilli il 26% degli imprenditori, per nulla turbati il 9,9%.

La possibile reazione

Di fronte a fenomeni di usura la maggior parte delle imprese del terziario di Bergamo ritiene che si dovrebbe denunciare alle forze dell'ordine. Una buona parte dichiara però che non saprebbe cosa fare, pochi addirittura si dichiarano scoraggiati. Di fronte a fenomeni di usura il 55,5% ritiene che si dovrebbe denunciare, il 53,8% di segnalare

informalmente la situazione alle forze dell'ordine, il 12,3% di rivolgersi alla propria associazione di categoria, il 23,5% di rivolgersi alle associazioni antiusura. Il 17,5% dichiara di non sapere cosa fare, l'1,5 sostiene che sarebbe inutile .

Soggetti vicini nell'assistenza alla criminalità

Le forze dell'ordine (35,7%), le associazioni di categoria (34,1%) e le organizzazioni antiusura (34,1%) sono in soggetti percepiti come più vicini agli imprenditori minacciati. Seguono, a distanza, Stato e amministrazioni locali. Ma il 19,2% si sente solo.

Effetto tredicesima: prevista una spesa di 681 milioni di euro in regali

Cresce la spesa media pro capite rispetto al 2022, ma per effetto dell'inflazione

Le tredicesime in Bergamasca, secondo le stime di Ascom Confcommercio Bergamo, valgono 681 milioni di euro. La crescita è del 4,7% rispetto allo scorso anno per effetto della crescita del numero degli occupati e dell'aumento dei salari. La media rispetto ai lavoratori dipendenti pubblici e privati e pensionati (650 mila circa) è di circa 1.048 euro a percipiente. Rispetto al totale della popolazione è di circa 617 euro pro capite. Il 15,77% pari a 107,4 milioni sarà assorbita dalle spese incompressibili per la casa, di energia e

gas. Anche a Bergamo, in linea con il quadro nazionale, la fiducia è in recupero e questo potrebbe favorire il Natale anche se si preannuncia una festività in cui si accentueranno le differenze tra chi potrà spendere molto e chi poco o nulla.

La stima è che solo il 45% dei bergamaschi potrà e vorrà fare regali (il dato è al 40,1% a livello nazionale). La stima di spesa si attesta a 174 euro, contro i 153 euro dello scorso anno, un budget più alto per effetto del rientro dei rincari energetici ma soprattutto per l'effetto inflazione, che ha portato a inevitabili aumenti di prezzo e quindi di spesa.

“Un numero sempre più alto di nuclei familiari bergamaschi sono in difficoltà: l'inflazione sta togliendo possibilità di spesa per tutto ciò che non è necessario- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. La spesa prevista nominale sarà maggiore dello scorso anno per l'effetto della maggiore occupazione, del cuneo fiscale, dell'aumento degli stipendi, ma in termini reali sarà anche inferiore, considerando l'effetto dell'inflazione. Il timore è che si andrà ad inasprire la differenza tra chi potrà spendere senza troppi pensieri e chi dovrà tagliare ogni spesa superflua. Una situazione di emergenza e difficoltà che preoccupa il commercio che ha sempre lavorato con tutti i segmenti sociali. Allarmante anche la crescita del commercio elettronico (+9,5% a dicembre), che sottrarrà inevitabilmente vendite ai negozi tradizionali. La crescita del 3,8% delle vendite dei negozi tradizionali non permette nemmeno agli imprenditori di recuperare l'inflazione”. Non mancano note positive: “In generale, oltre le difficoltà, nei bergamaschi c'è ancora voglia di normalità, di feste e di regali- continua Fusini-. Il turismo, la neve attesa in montagna stanno contribuendo a tenere più alta la fiducia e questo non è solo positivo ma potrebbe fare la differenza sul prossimo Natale”.

Il dato nazionale

La consueta ricerca dell'Ufficio Studi di Confcommercio su consumi di Natale e tredicesime è all'insegna di un rinnovato

ottimismo: il totale delle tredicesime (dipendenti e pensionati) supererà a livello nazionale i 50 miliardi, la spesa per i regali sarà di 8 miliardi di euro contro i 7,2 miliardi del 2022 (+ 5,7%). La spesa media pro capite nazionale è di 186 euro.

Un lungo ponte dell'Immacolata positivo per il turismo bergamasco

Battesimo degli sci a Sant'Ambrogio con il sole. Bene il segmento wellness

Il Ponte dell'Immacolata- che si allunga ulteriormente con la festività milanese di Sant'Ambrogio di oggi, baciata dal sole- si preannuncia buono per la ricettività bergamasca. C'è molta attesa per l'avvio della stagione sciistica, in particolare a Colere, con i nuovi impianti che si preparano alle prime corse. Bene anche la Val Seriana; si confida nel bel tempo e nella tenuta delle piste anche in alta Val Brembana. In generale, con le previsioni meteo buone, le prime nevicate di stagione e il calendario favorevole, si preannuncia un lungo week-end di lavoro per gli hotel. Sul lago calano le prenotazioni rispetto al pienone degli scorsi anni e si torna alla normalità, con dati pre-pandemia, anche se gli hotel con spa mantengono forte il loro appeal. Sono infatti sempre più gettonate le terme e il turismo wellness legato a hotel con spa, pronti a offrire pacchetti rigeneranti per una pausa in vista delle festività. In quota si lavora per l'innevamento delle piste, anche se le previsioni del tempo evidenziano buone possibilità di ulteriori nevicate nei prossimi giorni.

Tra mercatini di Natale, eventi e piatti tipici, i turisti si sono in gran parte già organizzati per un lungo week-end sui monti, tra sci, bob, pattinaggio o passeggiate nella natura. All'ombra della Presolana, da Bratto a Castione, le richieste sono alte e le prenotazioni continuano ad arrivare, in particolare da Milano e dintorni, a partire da questa sera, 7 dicembre, e si allungano fino al 10, in molti casi fino anche al 12 dicembre. Ottime presenze anche a Selvino, che si conferma tra le località preferite per il turismo di prossimità. Discrete le presenze anche in alta Val Brembana: a Foppolo non si rinuncia al tradizionale battesimo degli sci per Sant'Ambrogio e Immacolata, anche se le prenotazioni restano fortemente appese al meteo, dall'innevamento adeguato al cielo stabile. San Pellegrino continua ad essere attrattiva grazie alle terme e agli eventi: ci si ferma 1 o 2 notti (la meta è particolarmente gettonata per un break di coppia). In città le prenotazioni sono buone e le richieste continuano ad arrivare, confermando in questo ultimo scampolo di anno il bilancio positivo per il turismo di questo 2023. "Il ponte dell'Immacolata, aiutato dal calendario che concede un week-end lungo, tiene alte le prenotazioni- commenta Alessandro Capozzi, presidente del Gruppo Albergatori Ascom Confcommercio Bergamo-. Un bellissimo segnale in un periodo economico difficile per le famiglie, che mostra una immutata voglia di viaggiare nonostante tutto, dopo mesi estremamente positivi per il turismo. Abbiamo appena chiuso un mese di novembre particolarmente positivo per il segmento business, che si conferma il mercato strategico per la Grande Bergamo. Si entra poi nella seconda metà di dicembre che fino all'Epifania rappresenta un momento storicamente tranquillo per la città. Nelle Valli Capodanno sta andando particolarmente bene, con richieste e prenotazioni elevate".

Il brindisi a un 2023 pieno di impegni dei Gelatieri Bergamaschi

La cena del 4 dicembre un'occasione per tirare le somme dell'anno e guardare al 2024



I
Ge
la
ti
er
i
Be



rgamaschi Ascom Confcommercio Bergamo si sono dati appuntamento il 4 dicembre allo Chapeau Bistrot di Bergamo, nella nuova piazza don Sergio Colombo di Redona, per lo scambio di auguri di fine anno. L'occasione conviviale di un apericena ha offerto anche quest'anno lo spunto per un bilancio delle attività annuali del Gruppo, dalla formazione all'ideazione del gusto Polenta e latte per la capitale della cultura, alle iniziative solidali che da sempre accompagnano la campagna della categoria. Nel corso dell'incontro è stata presentata la relazione della presidente del Gruppo Giorgia Mogni e del direttore Ascom Confcommercio Oscar Fusini. "E' stato un anno molto impegnativo, che ha visto il Gruppo partecipe e motivato nella valorizzazione della categoria, attraverso il nostro lavoro, a partire dalla formazione, fondamentale per innalzare le competenze e allargare gli orizzonti d'impresa- commenta Giorgia Mogni-. Dell'anno della capitale della cultura conserveremo sempre una ricetta apprezzata del nostro gusto Polenta e latte, iconico per la

città e per le tradizioni di Bergamo e Brescia. Sapori che riportano all'infanzia e che impiegano in un abbinamento goloso due prodotti semplici come il latte – a km zero- e la polenta". Il gruppo è già al lavoro nella programmazione del 2024: " Per l'anno prossimo abbiamo già fissato alcuni appuntamenti, dai corsi di formazione alle visite educational alla scoperta dei migliori prodotti del nostro Paese, pronti a entrare nei nostri laboratori e ad essere interpretati con creatività al meglio" anticipa la presidente dei Gelatieri Bergamaschi.

Negozi, affitti più cari per il 59%. Cresce il rischio desertificazione

Per il 46,1% il fenomeno dei negozi sfitti si è aggravato nell'ultimo anno. La fotografia dell'indagine Ascom-Format Research Aumentano le spese per l'affitto dei locali commerciali e si spengono più vetrine. È questo il quadro amaro tracciato dal recente focus sul tema affidato a Format Research da Ascom Confcommercio Bergamo. Il canone di locazione è una voce di spesa particolarmente sensibile per le imprese del terziario bergamasco e per i loro bilanci: il 61,1% delle imprese è in affitto. Considerando anche i servizi alla persona, si tratta di circa 26.700 imprese in Bergamasca. Nell'attuale situazione economica, tra inflazione e contrazione dei consumi, si fa fatica a sostenere canoni crescenti. Quasi 6 imprese su 10 (il 59%) hanno registrato nell'ultimo anno un aumento del canone. La conseguenza è che 1 impresa su 2 dichiara di faticare a sostenere le spese di affitto e 1 impresa su 3 dichiara di valutare il

trasferimento, in caso di ulteriori aumenti. Gli ultimi due anni, il 2022 e 2023, sono stati negativi per il numero di cessazioni di attività. Quasi la metà degli imprenditori rileva un peggioramento: oltre 6 su 10 hanno la percezione del peggioramento nel dopo pandemia. di queste quasi una su quattro ha la percezione di grande peggioramento. Il fenomeno dei locali sfitti non impatta solo sul decoro dei centri urbani e sulle tasche dei proprietari immobiliari, ma anche sulle imprese: più di un'impresa su cinque registra un danno economico, un'altra su cinque almeno un danno di immagine. I nuovi contratti con canoni diminuiti sono pochi rispetto alle decine di migliaia di affitti in corso che invece continuano a crescere per effetto dell'adeguamento Istat. L'attuale sistema dei tassi di interesse impedisce l'investimento per l'acquisto dell'immobile alla maggior parte delle imprese del terziario. L'inflazione colpisce queste imprese sia dal lato del calo delle vendite sia nell'aumento dei canoni. Rientrano tra le categorie più colpite le merceologie tradizionali (abbigliamento calzature e accessori) che costituiscono la spina dorsale del commercio dei centri urbani; oggi però il problema si sta estendendo anche ai negozi del commercio alimentare, che vedono la spesa delle famiglie contrarsi. Le categorie più colpite dal calo delle vendite chiedono un credito di imposta sulle locazioni dell'immobile, essendo cresciuto di una mensilità in due anni. L'aumento ISTAT è stato infatti del 13,4% tra ottobre 2021 e ottobre 2023 e addirittura del 16,9% nel triennio ottobre 2020 e 2023.

Il peso dei canoni di affitto: in aumento per il 59%

Il 61,1% delle imprese del terziario bergamasco è in affitto, percentuale nettamente superiore a chi ha investito nell'immobile (il 38,9%). Tra queste imprese, il 59% ha registrato l'aumento del canone. Il 48% ha subito un aumento tra il 5 e il 15%, l'11% ha subito un aumento oltre il 15%. Il 48,6% di coloro che sono in affitto ha avuto difficoltà nel sostenere il canone (il 21,6% molto, il 27,0% abbastanza, il

32,6% poco); solo il 18,8% non ha avuto impatto negativo dagli incrementi. Nel caso di ulteriori aumenti del canone, il 28,6% delle imprese valuta l'ipotesi di trasferire la propria sede.

Aggravamento del fenomeno dei locali sfitti

Il 46,1% delle imprese ritiene che il fenomeno dei locali sfitti si sia aggravato nell'ultimo anno (per il 42,4% poco, per il 38,5% abbastanza, per il 7,6% molto); solo l'11,5% non rileva alcun peggioramento. Rispetto al periodo pre Covid il 63,1% delle imprese ritiene che il fenomeno si sia aggravato (il 39,6% abbastanza, il 26,5% poco, il 23,5% molto); nessun peggioramento o variazione per il 10,4% .

Il fenomeno dei locali sfitti ha effetto anche sulle imprese esistenti

I negozi sfitti non rappresentano un danno solo per i proprietari e per i commercianti della zona, ma anche per tutti i cittadini perché la desertificazione incide negativamente sull'attrattività complessiva dell'area. Il 22,2% dichiara un peggioramento dell'immagine dell'impresa e una riduzione dei ricavi; il 17,3% dichiara un peggioramento della sola immagine dell'impresa

Il lavoro nel turismo: opportunità e prospettive

Mercoledì 6 dicembre in Ascom convegno e tavola rotonda sul tema, con presentazione dei dati provinciali

L'Ente Bilaterale del Turismo di Bergamo presenta il primo Osservatorio sul lavoro nel settore alberghiero e dei pubblici esercizi nel territorio bergamasco, affidato a Fondazione Adapt, punto di riferimento autorevole nelle ricerche sul tema occupazionale, nell'ambito del convegno "Il lavoro nel turismo: opportunità e prospettive". L'appuntamento è in Ascom Confcommercio Bergamo in via Borgo Palazzo 137 a Bergamo (Sala Conferenze) mercoledì 6 dicembre alle ore 15. Il convegno fornisce alle aziende bergamasche attive nel settore turistico una fotografia fedele e aggiornata sulla domanda e l'offerta di lavoro nei comparti della ospitalità e dei pubblici esercizi del territorio, fondamentale per pianificare strategie di business e risolvere il problema, particolarmente sentito, della difficoltà nel reclutare nuove risorse e del mancato allineamento delle competenze richieste. Si apre poi al dibattito con riflessioni e spunti, con esperti del settore e rappresentanti delle istituzioni locali, pronti a condividere le loro esperienze e visioni per creare una mappa completa del panorama lavorativo nel turismo a Bergamo. "Questa nuova ricerca, la prima per il nostro settore, offre una panoramica dettagliata delle dinamiche occupazionali e demografiche nella provincia di Bergamo, concentrandosi in particolare sul settore turistico- commenta Enrico Betti, presidente dell'Ente Bilaterale del Turismo- . Fornisce una base informativa fondamentale che non solo disegna il ritratto attuale della provincia, ma può essere la base per essere un aiuto nel decidere strategie e politiche mirate a potenziare il settore occupazionale e formativo".

Il programma

Il convegno si apre alle 15 con i saluti di Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo e di Enrico Betti, presidente Ente Bilaterale del Turismo. Margherita Roiatti, ricercatrice Fondazione Adapt, presenta i dati dell'Osservatorio turismo e pubblici esercizi nel territorio bergamasco. Alle 16 si apre la tavola rotonda con Elisabetta

Donati, dirigente Mercato del lavoro Provincia di Bergamo, Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo, Nicholas Pezzè, vicepresidente Ente Bilaterale Turismo Bergamo e Francesco Seghezzi, presidente Fondazione Adapt. Modera Sergio Cotti, giornalista.

Iscrizioni e informazioni: 035.4120140, info@entebilturbg.it

Natale, solidarietà a Gaza, Mozambico e Brasile. Manotesa anche a Siria e Marocco

Al via la nuova campagna che da vent'anni vede l'impegno di Ascom, Centro Missionario Diocesano e Websolidale Onlus

Si colloca in questo tempo particolare, e si inserisce nel contesto del cammino ecclesiale italiano, la nuova campagna per un Natale di solidarietà, promossa da Centro Missionario Diocesano, Ascom Confcommercio Bergamo e Websolidale onlus. Quest'anno si raggiunge la ventesima edizione.

L'attenzione verso il mondo della fragilità e della povertà sono al cuore di questa campagna finalizzata in special modo al sostegno di tre progetti missionari: uno a Gaza, in Terra Santa, a favore delle famiglie, dei bambini e della popolazione più fragile che, nella striscia di Gaza sono le vittime della guerra; uno in Brasile a favore delle Suore



Figlie del Divino Amore che a Gamaleira hanno costituito un dopo scuola per i figli delle famiglie più povere; uno in Mozambico. Con la Sacra Famiglia” per sostenere la conclusione della costruzione di un asilo per i bambini delle famiglie meno abbienti. A questi tre progetti se ne affianca un

quarto: un aiuto concreto per esprimere la nostra vicinanza alle popolazioni di Siria e Marocco duramente colpite dai devastanti terremoti dei mesi scorsi. Numerose le iniziative volte al sostegno di questi progetti: in primis il testimonial dell’iniziativa, il kit con 4 tovagliette realizzate in tessuto aguayo da un Club de Madres di Potosì, in Bolivia: condividere il pasto è certamente uno dei momenti più significativi dell’esperienza umana; per i cristiani richiama il banchetto Eucaristico, al quale tutta l’umanità è invitata.

Nel cuore della Campagna è collocato il concerto di Natale, occasione preziosa per far giungere a tutti i missionari gli auguri natalizi. Il concerto sarà il 14 dicembre alle ore 20.45 presso l’Auditorium del Seminario Vescovile di Bergamo e sarà affidato ai giovani della band del The Sun, un gruppo rock cristiano italiano. Nel contesto del Concerto il riconoscimento del Premio Papa Giovanni a tre missionari bergamaschi. L’acquisto del biglietto



per la partecipazione al concerto è possibile attraverso il seguente link:

<https://ticket.midaticket.it/DiocesiBergamo/Events>.

Molto partecipato, grazie alla collaborazione dell’Ufficio scolastico provinciale, dell’Ufficio Diocesano della Pastorale Scolastica e dell’Ufficio Pastorale dell’Età Evolutiva, il concorso artistico per le scuole di ogni ordine e grado e per

oratori e parrocchie. Gli elaborati dei ragazzi che diventano cartoline solidali sono disponibili alla spedizione attraverso il sito www.websolidale.org. Per ogni cartolina spedita, 1 euro ai progetti. Anche la festa di Santa Lucia diventerà per i bambini che vanno a portare la letterina alla Santa, occasione di solidarietà per il progetto della Terra Santa: una cartolina dedicata sarà lo strumento per far giungere ai bambini della Terra Santa una letterina per Natale.

Ecco altre iniziative che costelleranno la campagna arricchendola di significato: giovedì 7 dicembre alle 20.45 presso la Chiesa di Monterosso in città presentazione del progetto del Brasile nell'ambito del concerto dell'orchestra d'archi "La nota in più". Sabato 9 dicembre alle 20.45 presso il Tempio Votivo della pace in Santa Lucia (via Statuto) elevazione musicale e preghiera per la pace in Terra Santa; accompagneranno la preghiera il coro "Gli Harmonici" e il coro "San Giovanni Battista" di Stezzano.

Domenica 17 dicembre alle 17.00 nella Chiesa dell'Incoronata di Martinengo, nell'ambito dell'Elevazione musicale proposta dal coro "Nuove armonie" della scuola della Sacra famiglia, presentazione del progetto del Mozambico.

Forum Impresa Cultura Italia. Imprese alla prova di innovazione e svolta AI

Il rapporto tra cultura e intelligenza artificiale, reale e virtuale, al centro della terza edizione del dibattito Confcommercio

Si è svolta a Bergamo la terza edizione del Forum Impresa

Cultura Italia – Confcommercio, il coordinamento che dà voce unitaria alle imprese culturali e creative all'interno di Confcommercio-Imprese per l'Italia. Tema di questa edizione è il rapporto tra Innovazione e impresa culturale. Guido Di Fraia, Prorettore all'Innovazione e intelligenza artificiale università IULM: "Viviamo il tempo dell'intelligenza artificiale generativa. Si tratta di un cambiamento forte, di quelli che sono successi pochi nella storia dell'umanità, perché l'AI ci sta dando la possibilità di modificare i modi in cui l'umanità reagisce e ottiene le informazioni. È una tecnologia che è destinata ad evolversi infinitamente. Lo sviluppo delle AI ci costringe ad interrogare sulle nostre capacità tipiche: infatti, alcune macchine presentano delle proprietà emergenti, cioè fanno delle cose per cui non erano programmate inizialmente. Ciò vuol dire che siamo alle soglie di una rivoluzione straordinaria che offre infinite possibilità: ma tale cambiamento va colto subito e con consapevolezza, altrimenti rischiamo di essere residui sulla spiaggia". Ilde Forgione, esperta di comunicazione in ambito culturale ha aggiunto: "Sappiamo che reale e virtuale sono sempre più connessi, non ci sono più esperienze nel reale che poi non abbiano delle ripercussioni anche nel digitale. Sempre meno giovani si avvicinano alla cultura 'alta', per cui è necessario intercettare i giovani fruitori in un altro modo, e i social ci possono aiutare. L'innovazione che stanno portando avanti i musei è quello di avere un approccio non solo educativo ma che comunichi a più livelli. Tutti i luoghi della cultura possono parlare linguaggi diversi: lo strumento tecnologico veicola il messaggio in più modi. Questa forma è definibile con il termine 'edutainment'." Carlotta Sanzogni, Digital Advisor, Responsabile Social Media e Pubbliche Relazione di Gruppo Libraccio: "Parto da un dato: il 61% della popolazione italiana non legge. Ho deciso di trasferire questo dato nella comunicazione di Libraccio. Abbiamo deciso di trovare i modi per prenderci cura dei nostri lettori e convincere nuovi fruitori ad entrare nella nostra community utilizzando i nuovi strumenti. Abbiamo cominciato a lavorare

sui social, dando contenuti che intrattengano il pubblico, oltre ad elaborare tante iniziative dedicate ai nostri target specifici.” Francesca Bazoli, Presidente di Fondazione Brescia Musei: “La nostra realtà pubblico-privata gestisce tutti i musei civici di Brescia. Chi gestisce i musei sta seguendo un mandato per conto della comunità. Nel corso del tempo siamo passati dall’idea di conservazione a quella di fruizione, mentre oggi si sta facendo sempre più forte l’idea della partecipazione. Il museo è un luogo in cui si può attuare una partecipazione attiva. Così il museo deve diventare un luogo di welfare, e dobbiamo capire in che modo farlo. Cerchiamo di ampliare il più possibile i luoghi in modo da creare l’affezione e rendere così il museo un luogo familiare.” Fabio Viola, Gamification Designer e Presidente Tuo Museo: “I luoghi culturali dovrebbero considerare Minecraft, Spotify e Netflix sia dei competitor che delle piattaforme a cui ispirarsi, non più un museo ma un museo con delle piattaforme. I luoghi culturali stanno soccombendo sulla capacità di raggiungere e intrattenere pubblici. Fatichiamo a vederli come luoghi memorabili e coinvolgenti e la maggior parte delle persone investe il proprio tempo libero sulle piattaforme. Alcuni reputano che la risposta sia nella digitalizzazione, cioè inserire un contenitore in un altro contenitore. Ma i risultati non sono efficaci. È necessario lavorare sull’intersezione tra gamification e i luoghi culturali: non più un’esperienza digitale rinchiusa all’interno del museo, bensì portare il museo fuori dal museo. La possibilità di godere un museo da remoto e solo entrando nel museo avere la possibilità di sbloccare contenuti aggiuntivi. Cosicché il digitale servirà a preparare la visita. Un’altra tematica è quella di incentivare il turismo videoludico: ad esempio Mario Kart ha deciso di ambientare uno dei suoi tracciati proprio a Roma. Tutti questi progetti hanno come filo comune quello di spostare l’asset da spettatore a spett-attore: il fruitore deve essere sfidato durante la visita perché solo impegnandosi, diventando partecipativo, riesce ed essere maggiormente coinvolto.” Cristina Paciello, head of STEP

FuturAbility District di Fastweb: “Fastweb ha deciso di fare qualcosa per la comunità, partendo anche dal digital divide. Abbiamo voluto creare un luogo aperto alla città per parlare di futuro, così è nato STEP. Il visitatore diviene un attore consapevole che fa delle scoperte attraverso degli strumenti digitali. STEP non è né museo né una fondazione: è uno spazio di connessione con il futuro. Per un’ora sei assorbito da un percorso interattivo che ha come obiettivo quello di darti spunti sul domani. Sono delle tecnologie che supportano la visita e coinvolgono il visitatore alla scoperta del mondo.”

Il Forum di Impresa Cultura Italia – Confcommercio ha dedicato la seconda e ultima giornata di incontri e discussioni sulla relazione tra impresa culturale e innovazione digitale. Ad aprire la giornata Laurence M.C. Aliquot, Responsabile promozione, marketing e partnership culturali, Direzione centrale Arte, Cultura e Beni Storici di Intesa Sanpaolo, che ha raccontato dell’ “impegno e dell’importanza che Intesa Sanpaolo pone riguardo all’arte, alla cultura con una particolare attenzione alle tematiche ESG. Le Gallerie d’Italia sono sedi museali che il gruppo ha deciso di aprire offrendo al pubblico il proprio patrimonio di opere d’arte composto da oltre 35 mila pezzi, promuovendo mostre internazionali che prendo avvio da progetti scientifici originali”. Si entra poi nel pieno degli interventi con Rudy Zanchi, Innovation manager bergamasco e ideatore del progetto culturale “Di famiglia in famiglia”: “L’idea è nata per fare qualcosa per il territorio bergamasco partendo dalla famiglia come nucleo fondante sia a livello territoriale che culturale. Abbiamo coinvolto 26 comuni e abbiamo provato a risolvere il problema delle dimore storiche inaccessibili. Abbiamo proposto delle visite virtuali, creando anche dei veri e propri itinerari fruibili attraverso lo smartphone. In questo modo abbiamo potuto portare ad un pubblico più ampia realtà nascoste anche nei piccoli comuni.”

Massimo Berdondini, libraio titolare di Alfabeta, libreria di Lugo, Ravenna, ha raccontato l’importanza dei social a seguito dell’alluvione che ha distrutto la sua libreria: “A causa dell’allagamento,

molti libri erano illeggibili, e abbiamo deciso di aprire un mercatino dei libri rovinati per poter autofinanziarci per ripartire. La storia ha avuto un successo fortissimo sui social, abbiamo venduto talmente tanto e ci ha dato la possibilità di credere di una rinascita. Questa è stata l'occasione di ricominciare con idee nuove. Il crowdfunding è stato importante perché ha raccontato una realtà che non conoscevamo". Successivamente, Michela Arnaboldi, Responsabile Scientifico Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano e Samanta Isaia, Direttore gestionale del Museo Egizio di Torino, hanno analizzato il tema delle Luci e ombre nella nuova era digitale. Arnaboldi: "Parliamo del 2022. L'offerta culturale digitale dei musei è bassa: il 49% delle istituzioni culturali investe grandissime somme sul digitale, contro un alto 14% che non investe assolutamente. Dall'altro lato, il 68% dei visitatori apprezza un supporto nella visita; nello specifico, il 27% apprezza l'audioguida, il 29% la guida fisica, il 13% il touch screen. Si evidenzia che chi usa gli audiovisivi è più soddisfatto. Il 71% dei musei ha un sistema di ticketing; il 46% offre ticketing online, il 57% offre la possibilità di saltare la coda. Il 77% dei biglietti vengono venduti in loco, nei teatri invece il 77% è venduto online. L'84% delle istituzioni culturali effettua una raccolta dei dati digitali dei propri visitatori, anche per indirizzare la strategia. Tali dati, però, non sono gestiti internamente (il 47% non ha personale interno con competenze digitali): ci si avvale di professionisti esterni. Per quanto riguarda i visitatori, lo strumento più utilizzato per cercare ispirazione per la visita è il motore di ricerca, scelto dal 40% degli intervistati. Solo il 9% va sul sito della destinazione. Per quanto riguarda l'offerta di servizi/contenuti online, il 28% offre tour e visite guidate, il 22% laboratori di didattica online, il 21% workshop divulgativi. Ma bisogna tenere ben presente che l'85% degli internet user non utilizza assolutamente strumenti culturali online. Quindi bisogna fare attenzione su cosa investire nel momento della digitalizzazione." Isaia:

“Attraverso l’esistenza di un nuovo strumento di gestione, il museo è stato in grado di raccontarsi attraverso strumenti nuovi. Una delle nostre iniziative più interessanti è stata l’Archeologia invisibile, una mostra virtuale che ha permesso ai visitatori di conoscere dati nascosti. Una collezione invisibile agli occhi, ma visibile attraverso lo strumento digitale, e abbiamo creato uno storytelling che vanno ad impattare un nuovo pubblico, coloro che possono essere interessati ad un nuovo strumento di visita. Se nel 1824 tutta la collezione era catalogata a mano, solo nel 2021 si è capito che era necessario passare al digitale efficace: sistema informatico museo egizio (SIME). I nostri informatici sono delle aziende esterne, quindi spesso è difficile parlare quotidianamente linguaggi diversi. Abbiamo, quindi, capito che è necessario creare un dipartimento IT interno, così da inserire queste professionalità all’interno dell’organigramma.”