

14 Maggio 2014

Commercio e turismo, «fare impresa resta difficile»

All'assemblea dell'Ascom le riflessioni di sei presidenti di categoria, tra veri e propri allarmi, come quello lanciato per i bar, e gli ostacoli che incontra chi guida un'azienda



Quest'anno l'assemblea dell'Ascom ha avuto come sfondo il logo del Sistema Bergamo per Expo che raffigurerà visivamente il nostro territorio nel Padiglione Italia

Il rilancio del centro di Bergamo urgente per gli albergatori, mentre sul fronte dei pubblici esercizi il passaggio in mani straniere di insegne storiche mette a rischio l'unicità della tradizione italiana e il ruolo sociale delle attività. Iniziative e voglia di rimettersi in gioco non mancano, ma le condizioni per fare impresa restano difficili. Ecco le parole dei presidenti di gruppo

Giovanni Zambonelli / Albergatori

«Un gruppo di lavoro per salvare il centro città dal declino»

Ha puntato l'attenzione sulla città, che deve diventare vero e proprio polo di attrazione e volano della nuova economia fondata sul turismo, il presidente degli Albergatori e vicepresidente dell'Ascom Giovanni Zambonelli. «Il rilancio del centro storico di Bergamo deve essere in cima all'agenda politica. In un momento in cui vi è una crescente disaffezione per la politica, bisogna invece raccogliere e creare un gruppo di lavoro per pensare e condividere un progetto per lo sviluppo del nostro centro cittadino, in lento e inesorabile declino. Non è una questione di soldi e investimenti, servono nuove idee per valorizzare le potenzialità inesprese del centro storico». Ora come non mai, secondo Zambonelli, la città richiede maggiore sicurezza e vigilanza, ma anche attenzione al decoro urbano e alla pulizia. «Bergamo merita vie più curate, più sicure, più vive e luminose: luoghi in cui sia piacevole passeggiare, incontrarsi e intrattenersi - ha affermato -. Lo dobbiamo ai nostri imprenditori che investono nell'area, ai cittadini e ai visitatori che non possono trovare le vie del centro desolatamente vuote allo scoccare delle 20». Musei, percorsi turistici ed eventi contribuiscono senza dubbio a rendere attrattivo il cuore della città, ma se bastano a rendere Bergamo una destinazione non sono sufficienti per renderla una meta: «Il processo di "museificazione" deve investire i centri storici e i luoghi di consumo - ha proposto -, chiamati a riappropriarsi di un ruolo di rifondazione della città e rianimazione delle vie e delle piazze».

Giorgio Beltrami / Caffè e bar

«Il bar all'italiana rischia di scomparire, la politica se ne renda conto»

«Un elevatissimo numero di imprese fragili e poco longeve che operano in un mercato sempre più ristretto e che devono fare i conti con un pesante calo dei consumi». È il risultato - secondo il presidente del Gruppo caffè e bar dell'Ascom Giorgio Beltrami - dell'idea «moderna e lungimirante» che ha portato alle lenzuolate di liberalizzazioni. Ma le difficoltà non solo per chi si butta nel settore alla ricerca di opportunità, riguardano anche le imprese storiche. «Locali come Balzer e Nazionale - ha evidenziato -, che hanno fatto la storia dei pubblici esercizi nel cuore della città, sul Sentierone, vengono acquisiti da società che nulla hanno da spartire con la filosofia del bar all'italiana». «Sicuramente, ancora una volta, ci verrà detto che viviamo nell'epoca della globalizzazione, che il futuro non si può fermare - ha commentato -, nel frattempo però le nostre vie, le nostre piazze vanno mestamente perdendo la loro connotazione storica e la pressione dei costi, oramai insostenibile, fa il resto». Da qui l'allarme: «Se non troviamo soluzioni immediate, il bar all'italiana, con il suo servizio, la sua unicità, il suo essere luogo di incontro tra generazioni non esisterà più. Forse la politica potrebbe iniziare a interrogarsi su questi argomenti, decidere che futuro vuole per le comunità e cercare magari di riscattarsi, provando a mettere in campo strategie per dare una mano a chi altro non vuole che riaffermare la dedizione per il proprio lavoro e l'amore per la propria terra».

Loreno Epis / Autosalonisti

«Sull'auto tassazione insostenibile, bene la razionalizzazione degli enti»

La crisi ha dato la scossa agli autosalonisti bergamaschi, che hanno costituito un proprio Gruppo in Ascom e intrapreso un percorso di riqualificazione professionale e di innovazione tecnologica attraverso la creazione della prima piattaforma digitale dedicata al commercio di auto usate della categoria. Ora tocca però alla politica. «Finora non possiamo che salutare con soddisfazione le decisioni annunciate dal Governo Renzi - ha commentato il presidente Loreno Epis -. L'abolizione delle Province e soprattutto l'accorpamento di Aci, Pra e Motorizzazione Civile in un'ottica di razionalizzazione non possono che portare dei benefici ad un settore come il nostro, da sempre oggetto di una tassazione insostenibile».

Con le altre Confcommercio lombarde, il Gruppo bergamasco si è inoltre mosso sul fronte regionale. «Nei giorni scorsi abbiamo incontrato l'assessore all'Ambiente Claudia Maria Terzi - ha ricordato Epis - per chiedere di estendere l'esenzione per tre anni dal pagamento del bollo prevista per chi acquista nuove autovetture a basso impatto ambientale anche a chi compra la stessa tipologia di auto usate. Se la ratio è ridurre le emissioni in Lombardia riteniamo giusta l'equiparazione tra auto usate e nuove, anche come segno di attenzione alle famiglie che destinano un minor budget alla

sostituzione dell'autovettura. L'esenzione è stata richiesta anche per le radiazioni per esportazione, che allo stesso modo tolgono dalle strade lombarde mezzi inquinanti».

Claudia Marrone / Terziario Donna

«Ancora troppi ostacoli per le imprese in rosa»

L'apporto femminile all'economia italiana è considerato una forte leva di sviluppo dall'Ocse, le aziende aperte da donne sono in crescita anche come forma di autoimpiego, ma fare impresa è ancora per molte un percorso ad ostacoli. Questa la contraddizione evidenziata da Claudia Marrone, presidente del gruppo Terziario Donna dell'Ascom, attivo dallo scorso anno. «Le imprese femminili sono più solvibili, hanno dato prova di una capacità di gestione intelligente e determinata ed hanno maggior fiducia nel futuro, eppure le difficoltà di accesso al credito mettono il freno ad energia e progettualità», ha rilevato, ricordando come per le imprese femminili del terziario, sulla base del recente Osservatorio nazionale Confcommercio, siano peggiorati l'accesso al credito e tutte le condizioni generali. E se su questo punto le imprese femminili bergamasche hanno ricevuto conferma di supporto da parte della Fogalco, attraverso le parole del presidente Riccardo Martinelli, un'altra criticità è la scarsa rappresentatività a tutti i livelli per le donne: «Il primo segno è arrivato dal Governo, con metà dei Ministri al femminile, ora anche il Comune si tingerà di rosa. Le quote non ci piacciono ma ci fanno spazio in un mondo da sempre troppo azzurro». Lascia ben sperare il dato relativo ad Expo, tema già al centro del primo convegno organizzato dal Gruppo Terziario Donna lo scorso novembre: «La crisi è tosta ma non ci deve spezzare. L'Esposizione porterà alla nascita di 2.600 nuove imprese in settori in cui da sempre le donne danno un insostituibile contributo, dalla comunicazione all'organizzazione di eventi, all'ospitalità», ha concluso Claudia Marrone.

Mauro Dolci / Ambulanti

«Maggiore supporto per chi investe, così possiamo superare la crisi»

Per affrontare la crisi servono nuove idee ed energie. Ne è convinto il presidente della Fiva, la federazione dei venditori ambulanti, Mauro Dolci che ha sottolineato come a nulla serve lamentarsi, ancor meno sognare che tutto torni come prima: «La crisi dei consumi è profonda - ha notato -. Bisogna smettere di sognare una ripresa che non arriva mai, ma soprattutto bisogna finirla col dare la colpa sempre agli altri, spesso davvero lontani da noi e dalle nostre imprese. Mi fa sempre tristezza vedere colleghi che continuano a ripetere con nostalgia che un tempo tutto era diverso. "Una volta" non esiste e non esisterà più, bisogna affrontare l'oggi, il presente, che piaccia oppure no. Dobbiamo adattarci alla situazione che la crisi ci consegna: le famiglie stanno attente ad ogni spesa, anche la più piccola, cercano il prodotto migliore al prezzo più basso, si muovono con offerte ed altre forme di incentivi agli acquisti. Bisogna investire nella fidelizzazione: dobbiamo valorizzare la nostra conoscenza dei clienti e supportare le loro esigenze in un momento di grande difficoltà per tutti». È questo il momento di rivedere anche la situazione aziendale e di organizzarsi al meglio per superare la crisi: «Ascom aiuta da sempre a districarsi tra norme e burocrazia e supporta attraverso la Cooperativa Fogalco ogni impresa, dalla consulenza finanziaria al supporto a finanziamenti, ristrutturazioni e investimenti - ha continuato Dolci -. Alla politica chiediamo un contributo per abbattere i costi dei finanziamenti legati ad investimenti che portano innovazione e migliorano le nostre imprese. Con questo piccolo supporto e con tanta buona volontà ce la faremo a superare anche le difficoltà che la situazione attuale ci chiama ad affrontare».

Luca Bonicelli / Gruppo Giovani

«Più facciamo rete, più cresciamo»

Pur rappresentando l'esigenza di dare opportunità ai giovani, il presidente degli imprenditori under 40 Luca Bonicelli tiene a precisare che non per questo auspica la rottamazione della generazione precedente. «Io credo nella forza dei giovani e nella loro voglia di fare - ha rimarcato - e mi sembra giusto portare avanti l'idea di un continuo confronto con chi ci ha preceduto nelle attività, chiamiamoli i "diversamente vecchi". Perché noi abbiamo ancora bisogno dell'esperienza di chi

ha già affrontato anni di “battaglie”, ma credo che anche che loro abbiano bisogno della nostra freschezza, incoscienza e della nostra energia nell’approcciarci alle cose».

«La sinergia tra generazioni è lo spirito che guida il tavolo di lavoro dei gruppi Giovani delle Associazioni bergamasche, nato lo scorso anno - ha ricordato -. Sinergia non significa solo lavorare insieme per trovare soluzioni ai vari problemi ma deve essere un concetto sempre presente all’interno delle nostre aziende e delle associazioni cui apparteniamo per poter costruire insieme un futuro, ovviamente migliore. Solo facendo rete, collaborando, “mischciandoci”, potremmo migliorarci. Il tavolo di coordinamento ha fatto molto finora: ci siamo conosciuti, confrontati, anche scontrati, ma tutto questo ci ha aiutato a crescere ed i risultati ci sono. Tocca però sempre a noi dimostrare quello che valiamo, e dimostrare chi siamo e cosa sappiamo fare significa essere propositivi».