

UN TESORO STRAORDINARIO

di **Vittorio Dall'Aglia** Presidente di Ascom Parma

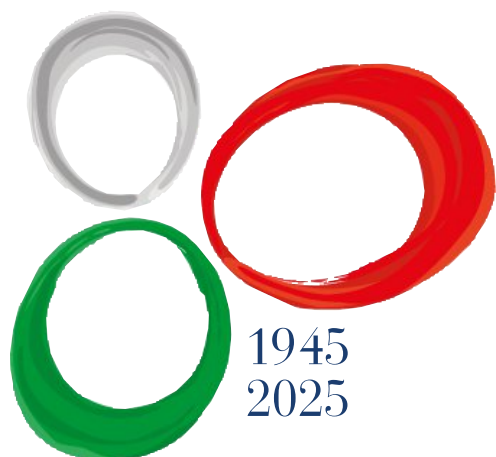
Ottant'anni e non sentirli. Ottant'anni radicati nella storia di questa città, ma anche proiettati verso il futuro. Con la consapevolezza della nostra ricchezza unica e straordinaria, perché è costruita non solo sulle potenzialità imprenditoriali, ma anche quelle "umanissime", cioè sulla capacità dei nostri commercianti di tessere relazioni tra le persone. Un tesoro, questo, che non sarà mai sostituibile in toto dalla tecnologia e dall'intelligenza artificiale. Partiamo con fierezza dal nostro valore aggiunto: l'umanità.

Ottant'anni sulle spalle, portati con la leggerezza di chi ha radici forti e resiste alle tempeste. Innanzitutto un pensiero va a quei Presidenti che mi hanno preceduto e che



sono stati, con le rispettive Giunte e con le diverse Direzioni, i reali artefici della creazione di un'associazione che è oggi un punto di riferimento per tante realtà. Il Gruppo Ascom può vantare una grande squadra, con competenze specifiche e tanta voglia di fare e dedizione: fondamentale, per il prossimo futuro, sarà riuscire ad affiancare alle singole professionalità una reale e concreta disponibilità a lavorare insieme, in maniera trasversale. Fare gruppo è fondamentale, oggi più che mai serve una coesione fattiva e non solo di immagine. Siamo consapevoli di avere sulle nostre spalle tanta responsabilità per il benessere della città e della provincia. Cinque Società che, ciascuna per il proprio ruolo e dimensione,

giocano un ruolo fondamentale all'interno del Gruppo Ascom che è oggi riconosciuto quale punto di riferimento da parte delle istituzioni, consapevoli che il terziario, che noi rappresentiamo, raccoglie più del 60% delle imprese attive. Un sincero ringraziamento a tutti i funzionari, i collaboratori e il personale in generale, ai dirigenti, ai presidenti e ai consiglieri, di gruppo e di delegazione, attori ed interpreti fondamentali e centrali dell'operato dell'Associazione. Infine un pensiero grato a tutti i soggetti che, in rappresentanza delle Istituzioni, hanno lavorato con noi alla crescita del terziario (commercio, turismo, servizi, trasporti e professioni) e della ricchezza di questo territorio.



Tanti auguri, Ascom! 80 anni di sfide

Imprenditoria e umanità: una storia di radici e futuro



CONSIGLIO DI PRESIDENZA (da sinistra) Cristina Mazza, Ugo Bertolotti, Pietro Elio Beltrame, Claudio Franchini, Paolo Corradi, Vittorio Dall'Aglia, Mauro Alinovi, Marco Zilioli, Gianni Castaldini, Filippo Guarnieri.

ASCOM PARMA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA OGNI GIORNO

Primo luglio 1945, Parma: nasce Ascom. La seconda guerra mondiale è finita da poco più di due mesi, si respira un'aria di vita, ricostruzione, voglia di fare. I pionieri furono alcuni commercianti guidati dal ragioniere cavaliere Amedeo Menozzi, fresco di nomina a commissario straordinario per la gestione dell'ex Unione commercianti, figura lungimirante, il vero padre fondatore. La prima sede era posizionata in centro città, in strada Farini 34, e il primo nome fu «Associazione provinciale dei commercianti di Parma». La mission era ben precisa: rappresentare e sostenere le attività commerciali del territorio parmense, città e provincia. Accanto al fondatore, a cui avevano affidato la carica di presidente, vi era un'altra persona fondamentale, Gino Mondelli in qualità di direttore generale, scomparso troppo prematuramente. Ovviamente Amedeo Menozzi e Gino Mondelli erano attorniati da un gruppo molto nutrito di validi collaboratori. Tra questi Arnaldo Zilioli che, a un anno e mezzo dalla fondazione, prenderà il posto di Menozzi nella carica di presidente, guidando l'associazione negli altri due anni a venire. Anni di grandi cambiamenti, progressi e riconoscimenti, non solo a livello provinciale, ma anche a livello regionale e nazionale. Sotto la guida di Antonio Cellie, l'associazione continuò a svilupparsi, radunando attorno a sé i commercianti della zona e collaborando con le istituzioni locali. Fu davvero un periodo molto impegnativo, ricco di attività di intermediazione talvolta veramente complesse e di battaglie sindacali in difesa soprattutto delle piccole aziende. Fin da subito, inoltre, si decise una rigorosa organizzazione in gruppi di categoria in base agli specifici settori merceologici e alle diverse professionalità, in modo da rappresentare e tutelare al meglio tutti gli affiliati, come ad esempio i panificatori, i macellai, i ristoratori, gli albergatori, gli agenti di commercio, ecc... Ogni gruppo in tutti questi anni ha dato veramente il meglio di sé, con tantissime iniziative davvero lodevoli e innovative.

ANNI '50 E '60: LA GALOPPATA

Nel 1954, ci fu il trasloco in via Mazzini 2, sempre in centro a Parma. La nuova sede è stata fin da subito fucina di nuove idee e iniziative, come ad esempio la costituzione nel 1957 dell'E.M.A.C. - Ente mutuo di assistenza fra commercianti, una delle prime forme assistenziali e previdenziali di categoria a livello nazionale che rimase attiva fino al giugno 1962, per poi essere riassorbita definitivamente all'interno dell'Inps nel 1978. Arrivammo così agli indimenticabili anni '60, quelli del boom economico: le speranze di ricostruzione e di affermazione del tessuto commerciale ed economico italiano si erano finalmente concretizzate. Le novità portate dall'euforia di quegli anni furono tante, a iniziare da un nuovo presidente, Giulio Bersellini, che contribuì in prima persona a una lunga serie di conquiste sociali per l'intero settore, come l'approvazione della Legge sul riconoscimento giuridico dell'avvicendamento commerciale del giugno 1963, il diritto alla pensione di invalidità e vecchiaia (Legge 22/07/66 n. 613) e la costituzione dell'Enasco - Ente nazionale di assistenza sociale per gli esercenti attività commerciali (D.M. 25/04/1967). Nonostante la crescita economica di quegli anni, non mancarono però di certo i problemi e la situazione congiunturale del Paese si fece sempre più pesante, ripercuotendosi in modo negativo sui soci, soprattutto a livello fiscale e creditizio. Nel frattempo, dopo la fondazione, con alcuni fedelissimi, della società immobiliare «Mercurio», nel 1959 ci fu il trasferimento nella sede di via Mazzini 43, all'interno di una moderna palazzina. Proprio all'interno dei nuovi locali, vennero i primi corsi di formazione riservati ai soci: fu subito un grande successo, che continua tuttora. Da quella fortunata esperienza, infatti, non abbiamo infatti mai smesso di formare e informare tutti coloro che affidavano la loro azienda e la loro avventura professionale alla nostra competenza e preparazione.

Gli anni passarono velocemente e, nel giugno 1967, Bersellini decise di lasciare il suo incarico ad Afro Ferrarini, essendo stato chiamato a rappresentare il nostro settore nella giunta della Camera di commercio di Parma. Ferrarini si mise fin da subito al nostro ser-

Sempre al fianco dei soci

vizio, prodigandosi per il bene di tutta la grande «famiglia». In particolare, ebbe molto a cuore le sorti del Gruppo panificatori per il quale iniziò a organizzare i primi gruppi d'acquisto, allo scopo di contrastare in qualche modo la concorrenza sempre più agguerrita della grande distribuzione che, proprio in quegli anni, iniziava a far capolino all'interno del nostro mercato. Contemporaneamente si fece anche molto più attivo e deciso l'impegno a livello politico e istituzionale in favore degli associati, con la presentazione di un importante progetto di legge, grazie all'aiuto dell'onorevole Edoardo Origlia. La nostra proposta - una delle prime dell'intero settore e del tutto innovativa per quei tempi - si basava essenzialmente sul possesso di requisiti soggettivi per gli operatori, mediante l'iscrizione in appositi albi e sulla proporzionalità delle aree di vendita in base alle esigenze dei consumi, il tutto secondo appositi piani di contingentamento. La nostra azione fu un successo, tanto è vero che quell'anno si chiuse con l'emanazione di numerosi provvedimenti legislativi, tra cui la nuova disciplina del commercio e la riforma tributaria.

ANNI '70 E '80: GRANDI SVOLTE

Grande vittoria fu inoltre l'approvazione della Legge n. 426 del 1971 che istituiva la programmazione delle aree di vendita e dava vita agli albi dei commercianti, esigendo un'adeguata preparazione professionale. Proprio quello che aveva chiesto l'associazione. A Ferrarini successe poi alla presidenza Gianni Bonetti, una persona di grande sostegno per tutto il settore, soprattutto nelle numerose commissioni e nei numerosi tavo-

li di confronto, in cui non mancava mai di portare le istanze e le richieste di tutta la nostra categoria. A lui, al pari di tanti altri, dobbiamo molto: dalla fondazione e guida della Cassa mutua malattie per gli esercenti attività commerciali, allo sviluppo della C.C.E.P.P. - Cooperativa commissionaria esercizi pubblici pasticcerie, e ancora, dalla promozione della Cooperativa di garanzia fra commercianti alla conduzione per tanti anni del Gruppo pubblici esercizi. Arriviamo così agli anni '80, periodo di grandissimo fermento e contrassegnato da numerosi cambiamenti - per non dire autentiche «rivoluzioni» - all'interno del mondo del commercio. Cambiamenti mai «subiti» ma, al contrario, sempre «gestiti» e spesso anche «cavalcati». Proprio in questo decennio, difatti, cambiarono radicalmente le abitudini di consumo e iniziarono a diffondersi in tutta Italia le grandi superfici di vendita della grande distribuzione organizzata. La guida in questo momento cruciale fu Giorgio Cortesi, che, con la sua presidenza, ha attentamente vigilato sulle possibili speculazioni e abusi che avrebbero potuto mettere a repentaglio la sopravvivenza di numerose imprese. Fu un momento di grande lavoro, con lo sviluppo di numerose attività di assistenza tecnica, aggiornamento e formazione professionale, nonché di agevolazioni creditizie per dare nuova linfa al nostro settore. Proprio a seguito di questo periodo particolarmente impegnativo, nacque infatti prima Iscom, l'Istituto di formazione, e poi Sopicom, la Società di promozione, inizialmente votata alla gestione dei centri commerciali. Ma è nel 1985 che tutti i nostri sforzi indirizzati all'assistenza e



La nostra storia, la storia di Parma Sopra: il cavalier Amedeo Menozzi, che è considerato il fondatore dell'Ascom, nata il primo luglio 1945, l'assemblea generale Ascom del 1958, l'inaugurazione della sede in via Mazzini 2 nel 1954, l'assemblea generale dell'associazione nel 1968; a fianco, la palazzina di via Mazzini 49 dove l'Ascom si trasferì nel 1959 dal civico 2 della stessa strada; sotto, in senso orario: un momento di lavoro negli uffici di Seacom, il convegno del 1980 dal titolo «Disciplina igienica della produzione e vendita di sostanze alimentari e bevande», l'inaugurazione della sede di via Abbeveratoia, la convention del 2019 al Regio e la convention del 2019.





alla fornitura di servizi sempre nuovi per i nostri soci diedero finalmente i loro frutti, nella costituzione della Seacom S.r.l. Costituita e guidata nei suoi primi anni di vita da Enzo Malanca, nominato in quegli anni anche direttore Ascom, la nuova società di servizi, nata come evoluzione dei Servizi contabili e paghe, diventerà ben presto un «fiore all'occhiello», riconosciuta a livello nazionale e, soprattutto, punto di riferimento per migliaia di associati. Il primo centro commerciale qui a Parma - nonché uno dei primi a livello nazionale -, il Centro Torri, aprì proprio in questi anni e, più precisamente, nel settembre del 1988 in via San Leonardo: un progetto del tutto innovativo degli architetti Aldo Rossi e Gianni Braghieri su iniziativa del nostro Gianni Castaldini. A questa iniziativa seguì poi quello dell'Euro Torri del 2004, sempre grazie allo stesso Castaldini.

ANNI '90: TRAGUARDI RAGGIUNTI

Gli anni a venire proseguirono con numerose iniziative e «battaglie» sempre in difesa dell'intera categoria, tra cui quella sull'estensione dello Statuto dei lavoratori (art. 18 legge 300 del 20/5/70) anche alle aziende con meno di 15 dipendenti, che portò poi all'emanazione della Legge n. 108 dell'11/5/90. O ancora, la tanto agognata riforma delle pensioni che adeguò finalmente il calcolo della pensione dei lavoratori autonomi a quello di tutti gli altri lavoratori. Grande soddisfazione, e motivo di grande orgoglio, fu poi il fatto di entrare per la prima volta a far parte del Consiglio nazionale di Confindustria, per mezzo del nostro Andrea Zanlari. Il 29 settembre del 1992 il terzo trasloco, nei nuovi locali di via Abbeveratoia 63/A, all'interno del moderno centro direzionale Fleming. L'attuale casa. Una sede un po' più decentrata rispetto alle due precedenti, ma molto più ampia e funzionale in relazione alla mole di lavoro sempre più elevata. In questa nuova sede prenderanno infatti vita numerose nuove iniziative, tra cui importanti accordi con i sindacati dei lavoratori dipendenti o interessanti seminari in vista del futuro Mercato unico europeo. E sarà proprio qui che nel novembre dello stesso anno nascerà il Consorzio alberghieri che avrà il compito di coordinare e promuovere l'attività turistica di Parma e provincia.

Gli anni '90 sono caratterizzati soprattutto dall'intensità delle iniziative messe in atto. Dalla nascita della società di promozione fieristica Sopicom, ai numerosi incontri nelle scuole medie e superiori del territorio e ai vari protocolli di intesa stipulati, fino ad arrivare all'istituzione dell'appuntamento fisso per presentare il «Rapporto annuale sulla distribuzione commerciale». Ma non finisce qui. Di pari passo continuò senza interruzione anche l'impegno in difesa delle nostre categorie e nel '95 e nel '96 si misero a segno altri due importanti risultati: abbattere gli inasprimenti sulla Tosap (Tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche), che sarebbero potuti derivare dai Decreti legislativi del '93, e la Tax Day contro l'aumento delle tasse e il fisco sempre più opprimente. Il '96 è l'anno in cui rinacque la «vecchia» Mutua commercianti sotto il nome di Emas. Inoltre, vi fu un nuovo avvicendamento alla guida dell'associazione: arrivò così il momento di Fabrizio Bocchialini. Furono anni di certo non facili, a causa della rivoluzione fiscale voluta dal ministro Vincenzo Visco, dell'avvento della moneta unica, l'euro e, soprattutto, dell'entrata in vigore del Decreto legislativo n. 114, meglio noto come Decreto Bersani. Fu una vera e propria rivoluzione che sconvolse letteralmente l'intero settore del commercio, aprendo la strada alla liberalizzazione. In sostanza, il nuovo provvedimento fece sparire le licenze per gli esercizi fino a 250 mq di superficie, nonché le 14 tabelle merceologiche di riferimento, mantenendo solo due settori, l'alimentare e il non alimentare. Ma anche in questo caso, venne messa in campo tutta una serie di nuove iniziative e nuovi servizi al servizio degli associati e della collettività. Nello stesso anno furono lanciati il «Crime Day», indagine approfondita sulla criminalità nel Parmense, e il nuovo portale web «Inparma», luogo virtuale in cui il «sistema Parma» poteva finalmente farsi conoscere sul web. Ma, cosa più importante, nacque il Cat, Centro assistenza tecnica, per fornire in un'unica struttura tutti gli strumenti e i servizi rivolti sia a coloro che già possedevano un'attività o che erano intenzionati ad aprirne una nuova in futuro.

Gli ultimi 25 anni Il modello Parma ieri e oggi all'insegna del lavoro di squadra



Food Valley, trampolino di lancio

Tante le iniziative messe in campo da Ascom per sostenere il territorio. Tra queste, nell'ultimo quarto di secolo, ci sono state Parma-Incoming Srl, un vero e proprio tour operator in grado di favorire e incentivare tutto il settore del nostro territorio, seguito da Parma Restaurant Quality Club. Un'idea originale e di successo, tanto da approdare in Senato, alla Camera e al Parlamento europeo come progetto pilota.

» Gli ultimi 25 anni vedono Ascom sempre più battagliera e protagonista.

A partire dal 2000, che fu un anno molto importante. Insieme agli albergatori, si scommise sul turismo. Nacque così Parmalncoming Srl, un vero e proprio tour operator in grado di favorire e incentivare tutto il settore, seguito da Parma Restaurant Quality Club, con il chiaro intento di garantire ai clienti la tipicità dei prodotti serviti e consigliare gli addetti ai lavori sulle modalità più appropriate per presentarli in tavola. Fu un'idea tanto originale quanto di successo, tanto da approdare persino in Senato, alla Camera e al Parlamento europeo. Al 2002 risale l'Osservatorio prezzi, grazie al prezioso aiuto della Fipe (Federazione dei pubblici esercizi) della provincia, di alcune insegne della distribuzione organizzata e della rappresentanza in Cciaa. Anche quest'ultima iniziativa fu uno dei tanti grandi successi. Ma tutti questi traguardi non fecero perdere di vista la principale mission, ossia quella di tutelare in ogni sede i soci. Nel 2003, al fianco di Confindustria nazionale, ci fu la discesa in campo contro il referendum sui licenziamenti individuali delle piccole imprese con meno di 15 dipendenti.

Gli anni a venire furono poi intensi soprattutto sul fronte della comunicazione e della formazione, in particolare con l'avvento e la diffusione delle tecnologie digitali. La guida di Ascom verso quella che verrà poi battezzata «new economy» fu una delle sfide condotte dal presidente Fabrizio Bocchialini. Tante furono le affermazioni di questo periodo di grande crescita. Così, sotto la guida del nuovo presidente appena eletto, Ugo Margini, fu inaugurata la nuova sede Ascom/Seacom di Salsomaggiore Terme, poi quelle di Borgoraro e Fidenza. In questi ultimi anni non sono mancate le prove, a partire dalla sofferenza dei centri storici legata alle difficoltà del negozio tradizionale e di vicinato dovute all'introduzione della Legge Bersani, che ha portato ad una proliferazione dei grandi centri commerciali nelle periferie. Fino ad arrivare all'abusivismo, all'avvento delle grandi catene multinazionali e al commercio elettronico. Senza contare la crisi globale del 2008 con la conseguente recessione dei mercati e i cambiamenti degli acquisti del consumatore finale, sempre più preparato e esigente. Svolte epocali che Ascom ha saputo affrontare. Per mezzo di eventi formativi, sportelli dedicati e battaglie a livello sindacale e istituzionale, si è riusciti a tener vivo e reattivo il mondo del commercio del territorio, favorendo nel contempo l'entrata di giovani leve. E infatti, nel 2021, è nato il progetto «Ascom & Academy - Study & Work» in collaborazione con l'Università di Parma, un progetto che offre agli studenti l'opportunità di svolgere tirocini curriculari presso l'associazione. Non solo. Nello stesso anno, l'Ufficio Studi di Ascom ha anche realizzato il «Rapporto sul Terziario a Parma», un'accurata analisi quantitativa e qualitativa della realtà del commercio/turismo/servizi, con confronti a livello regionale e nazionale. In questi anni si comincia a lavorare ai centri commerciali naturali sia in provincia che a Parma con la costituzione del Consorzio Parma Centro.

MASSIMO COINVOLGIMENTO DEI SOCI

Nell'aprile del 2017, ecco un ulteriore avvicendamento alla guida dell'Associazione con il nuovo incarico di presidente affidato a Vittorio Dall'Aglio. In questi anni Ascom inizia una politica di massimo coinvolgimento dei soci attraverso la realizzazione di eventi con cadenza annuale, «le Convention», che a partire dal 2017 diventano un momento irrinunciabile. Il Labirinto, Ape Museum, il Teatro Regio di Parma e la Scuola europea sono le location che hanno ospitato questi eventi, con grande partecipazione di pubblico. Anche il confronto politico ha visto Ascom Parma come soggetto al centro di interessanti appuntamenti, con dibattiti avvincenti nelle elezioni comunali di Parma, Fidenza e Salsomaggiore. Inizia anche una stagione di costituzione di nuovi Gruppi, a partire dal Terziario Donna, nato proprio per rappresentare gli interessi e valorizzare le imprese femminili associate, e il Gruppo Giovani Imprenditori, che guarda al futuro ricambio generazionale. Nel 2017 nasce la Fondazione Ascom, ente preposto allo sviluppo di attività socialmente utili e di supporto al territorio e il nuovo Parma Quality Restaurants che vede Ascom, quale socio promotore e che in questi anni ha promosso la nostra ristorazione in tutto il mondo. Nel 2020, la pandemia di Covid-19 che, oltre alla tragedia a livello sociale e sanitario, ha provocato non pochi danni all'intero mondo del commercio e al Sistema Paese. E-commerce, concentrazione del commercio, crisi economica, conflitti armati, tematiche green e innovazione digital rappresentano oggi stimoli per continuare a crescere. Riduci dalla brutta esperienza del Covid, nel 2022 l'Associazione ha dato vita al Gruppo Ascom Salute, incentivando la collaborazione tra pubblico e privato, in termini di formazione, informazione e networking. Sempre nel 2022, inoltre, è stato creato il nuovo Gruppo Professioni, con il principale scopo di tutelare il lavoro autonomo professionale. Nel 2023 nasce Laborsalute, società che fornisce il servizio di medicina del lavoro alle aziende associate. Insomma, sono stati 80 anni davvero intensi, ricchi di gioie e conquiste, ma anche di grandi battaglie. E per non dimenticare di premiare la lealtà e l'amicizia - quella vera - di tanti imprenditori, nel 2008 è stato istituito un apposito riconoscimento, il premio «Soci Storici Ascom», per onorare tutte quelle aziende di Parma e provincia che sono rimaste nostre associate per oltre 50 anni. Seacom, S.T.S. CAT, Parmalncoming, LaborSalute, Confidi, 50&Più Enasco: siamo davvero una grande famiglia unita che si allarga sempre più. La storia continua. Il futuro, del resto, inizia ogni giorno.

ASCOM PARMA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA OGNI GIORNO

Calendario eventi

Il programma

La celebrazione, una parata di grandi eventi

» 80 anni sono un traguardo importante che vogliamo onorare con un programma di eventi pensato per valorizzare la nostra storia e le persone che ne hanno fatto parte. Il primo appuntamento si è tenuto lo scorso 19 maggio, per una serata a tema «Il futuro delle relazioni» (si veda articolo qui a fianco). Il secondo momento di celebrazione si è tenuto il 15 giugno scorso nella suggestiva Rocca di Soragna: un'occasione conviviale che ha riunito dirigenti associativi e dipendenti, durante la quale è stato presentato il libro degli 80 anni, una preziosa raccolta di testimonianze, immagini e storie che raccontano l'identità e l'evoluzione della nostra associazione e delle sue società. Per ottobre è in programma il convegno «Il futuro delle imprese»: uno sguardo ai prossimi anni e l'occasione per premiare aziende storiche Seacom e nuove attività che hanno sviluppato business innovativi. A dicembre, presenteremo un nuovo libro, pensato per raccogliere le ambizioni, i sogni e le prospettive che guideranno il nostro impegno nei prossimi anni e a seguire, il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Ascom.

12 Tv Parma

Rigenerazione urbana e stop ai locali sfitti

» Gli 80 anni di Ascom sono stati al centro di un dibattito sul commercio durante una puntata di «Parma Europa» su 12 Tv Parma. Il presidente di Ascom Parma Vittorio Dall'Aglio, l'assessore alle Attività economiche e pianificazione per il commercio Chiara Vernizzi e professore dell'Università di Modena e Reggio Roberto Ravazzoni hanno sottolineato che «bisogna lavorare in maniera coordinata». Fondamentali le questioni della rigenerazione urbana, centri storici in crisi e dei negozi sfitti. Non è mancato il collegamento esterno da Colonne 28 con il giornalista Alberto Rugolotto, che ha raccolto le testimonianze di tanti negozianti e di Cristina Mazza, vicedirettrice di Ascom Parma.



Negozi con il cuore Crepet: «Città viva con le botteghe»

Lo psichiatra a Teatro Due: «Mettere un freno agli affitti brevi»

Cuore delle relazioni. Porto sicuro dove trovarsi per quattro chiacchiere e fare acquisti. Questo, secondo lo psichiatra Paolo Crepet, sono i negozi storici di vicinato, le «botteghe». «I supermercati stanno attraversando un momento di crisi perché creano l'anonimato: - ha aggiunto Crepet - Una persona vuole che il salumiere la saluti, la consigli, la conosca. Bisogna mettere un freno agli affitti brevi per non creare delle città dormitorio».

IL NEGOZIO È RELAZIONE

È stato questo il focus dell'intervento di Crepet a Teatro Due, il 19 maggio, durante l'evento organizzato da Ascom per celebrare i suoi 80 anni di storia. «Dobbiamo tornare a pensare dove viviamo, dove ci geolocalizziamo - ha detto Crepet -. La città deve avere una visione perché quando la perde diventa un ammasso di case, persone e smog». Le edicole rappresentano un esempio lampante: «Erano 35mila, oggi sono 11mila - ha sottolineato -. Si tratta di un problema enorme anche sotto il profilo delle relazioni. Ogni lunedì

la gente comune si fermava in edicola per parlare di calcio e stare in compagnia. Se non ci sono relazioni diventa tutto complicato». Crepet è profondamente legato alla nostra città e ai suoi negozi. «Amo questa città - ha confessato -. Sono andato per anni da Filippo Alpi a comprare i foulard, a mangiare dalle Sorelle Picche e al Leon d'Oro, e amo ancora andare a comprare i bottoni in un negozio dell'Oltretorrente. Il negozio è relazione, è parte della realizzazione dei nostri sogni». Gianpaolo Rossi, founder e ceo di Fabbrica di Lampadine, ha quindi intervistato Dall'Aglio e Guerra in un «salotto» allestito da Bertoli salotti e Roberta Cavalca, ringraziando il main sponsor Bnl-Bnp Paribas per aver reso possibile la serata. «Festeggiamo un traguardo importante - ha esordito Dall'Aglio - che riflette il nostro impegno nel promuovere lo sviluppo economico e sociale del territorio. Fondata il 1° luglio 1945, Ascom Parma ha posto al centro della sua missione la crescita delle imprese del terziario, il sostegno all'occupazione e la valorizzazione della competitività. In questa occasione festeggiamo anche i 40 anni di Seacom, i 30 di

Sts (Centro di assistenza tecnica) società di servizi Ascom e i 25 di Parma Incoming, tour operator per Parma». Quanto al tema delle relazioni «il dialogo con i cittadini è il tema dei temi - ha dichiarato il sindaco -. Anche il confronto con i corpi intermedi, come Ascom, è costante, franco e costruttivo».

COMMERCIO DI VICINATO

Al centro della serata, il costante confronto di Ascom con la base e con le amministrazioni del territorio. Quanto al futuro, «senza negozi non c'è città - ha affermato Dall'Aglio -. Se vogliamo tenere in vita una città servono mercati e commercio di vicinato. Come Ascom cerchiamo di fare al meglio il nostro lavoro lavorando assieme per mettere a terra nuovi progetti che coinvolgano pubblico e privato». Per il sindaco, le priorità per Parma sono «rafforzare i rapporti tra le persone, migliorare la qualità dell'ambiente, ringiovanire la città e connetterla meglio ai grandi centri». «Pubblico e privato hanno prerogative diverse - ha concluso - ma unendo le forze possono portare grandi benefici alla nostra città».

Gas Sales Energia, una storia di qualità

Territorio, sviluppo e innovazione: un progetto per imprese e famiglie

Gas Sales Energia negli anni ha visto consolidare la propria presenza locale - come fornitore di riferimento per famiglie ed imprese - arrivando a servire oltre 110.000 utenti, forti di un'eccellente solidità finanziaria, con un rating Cerved ben al di sopra della media nazionale.

Il territorio di Parma rappresenta un'area strategica per lo sviluppo di Gas Sales Energia. L'apertura di uno sportello dedicato, nella città ducale, è il segno tangibile della volontà dell'azienda di consolidare la propria presenza, rispondendo alla grande richiesta da parte di famiglie e partite iva locali nei confronti

del nostro modello di impresa di territorio: vicinanza, reattività sulle richieste, attenzione per il risparmio e la diversificazione energetica nel rispetto delle dinamiche dell'economia circolare e dell'indotto a km zero.

A dimostrazione di questo senso di appartenenza all'economia circolare, da oltre 15 anni prosegue la partnership con Ascom Parma, l'associazione che rappresenta il mondo del commercio, del turismo e dei servizi. Questa storica

collaborazione mira a fornire agli associati soluzioni energetiche vantaggiose, contribuendo alla sostenibilità e alla competitività delle imprese parmensi. Un'iniziativa che conferma la volontà concreta di Gas Sales Energia nello sviluppo del tessuto economico locale, attraverso sinergie utili e orientate al futuro: Gas Sales Energia è stata infatti tra i primi fornitori a proporre esclusivamente gas metano ad emissioni di CO2 compensate ed energia elettrica proveniente da

fonti 100% rinnovabili.

La vera innovazione è riscoprire tematiche fondamentali per la clientela, mantenendo soluzioni che la concorrenza ha abbandonato: semplicità accompagnata alla trasparenza, fatturazione sull'effettivo consumo, presenza costante e diretta in tutte le componenti della filiera.

In definitiva il progetto di Gas Sales Energia è quello di rappresentare - ogni giorno - per famiglie ed imprese un porto sicuro al quale affidare le proprie utenze, con tutta la tranquillità di aver scelto un partner del territorio serio ed affidabile che porti il risparmio vero alla portata di tutti.

GAS SALES ENERGIA

CLAUDIO FRANCHINI, DIRETTORE

«La strategia della partnership pubblico-privato»

CRISTINA MAZZA, VICEDIRETTRICE

«Dati, formazione e comunicazione: la spinta al futuro»



La rappresentanza e la vicinanza al socio sono da sempre il filo conduttore dell'attività di Ascom Parma, fin dalla sua fondazione. Un'associazione che in 80 anni ha accompagnato la crescita e l'evoluzione di intere categorie economiche, adattandosi a trasformazioni profonde ma rimanendo fedele alla sua missione originaria: tutelare gli interessi delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti del nostro territorio.

Il contesto economico, sociale e tecnologico è cambiato radicalmente dagli anni Cinquanta a oggi. Se un tempo bastava una lettera per convocare centinaia di soci in una sala, oggi l'associazione non può più limitarsi a essere un punto di riferimento statico. È l'associazione che deve muoversi, essere presente direttamente nelle sedi delle imprese, intercettarne i bisogni quotidiani, ascoltare le richieste, offrire risposte tempestive e mirate. Cambia la forma della vicinanza, ma resta intatto il valore della relazione e il ruolo di rappresentanza.

In questi decenni, Ascom ha affrontato numerose sfide, e lo ha fatto

rafforzando il proprio impegno in termini di competenza e professionalità. Le imprese oggi chiedono molto di più: chiedono supporto concreto, consulenza di alto livello, orientamento tra normative sempre più complesse, strumenti per affrontare la digitalizzazione e i cambiamenti nei modelli di consumo. Il nostro compito è evolverci costantemente, per essere all'altezza di queste aspettative.

La pandemia da Covid-19 ha rappresentato un banco di prova straordinario. In quel periodo drammatico, Ascom Parma è rimasta sempre operativa, assicurando supporto continuo alle imprese, aiutandole a interpretare i decreti, ad accedere ai ristori, a riorganizzarsi in un momento in cui tutto sembrava incerto. È stato un esempio concreto di cosa significa «essere vicini» nei momenti più difficili.

Oggi la grande sfida si gioca su più fronti. Da un lato, è fondamentale accompagnare le imprese nei processi di innovazione e digitalizzazione, offrendo strumenti e formazione per affrontare con consapevolezza i nuovi modelli di relazione con la clientela, sia in presenza che online. Dall'altro, è sempre più centrale l'attività di rappresentanza, che non può limitarsi a tutelare interessi di categoria, ma deve assumere un ruolo strategico nello sviluppo del territorio.

In quest'ottica, Ascom

Parma da tempo lavora per costruire un rapporto solido e collaborativo con le amministrazioni comunali, le istituzioni locali e gli enti territoriali. La partnership pubblico-privato è oggi uno strumento essenziale per generare valore condiviso: significa lavorare insieme per costruire politiche che valorizzino il commercio di vicinato, che incentivino il turismo sostenibile, che sostengano le imprese nei percorsi di rigenerazione urbana, sicurezza, vivibilità degli spazi e animazione dei centri storici.

Collaborare con le amministrazioni significa anche condividere progettualità a lungo termine, pianificare investimenti che migliorino la qualità della vita delle nostre città, e rendano più attrattivo e competitivo l'intero tessuto economico locale. In un'epoca in cui le sfide sono sempre più complesse e interconnesse, nessuno può farcela da solo. Serve un dialogo continuo e costruttivo tra pubblico e privato, una visione comune che metta al centro le persone, le imprese e il territorio.

È su questa strada che Ascom Parma intende proseguire, forte della sua storia, ma con lo sguardo rivolto al futuro.

La funzione di rappresentanza di Ascom è cambiata nel corso del tempo, in risposta alla crescente terziarizzazione dell'economia, che ha visto da una parte una forte diminuzione dei negozi al dettaglio e dall'altra una notevole crescita del turismo, dei servizi alle imprese e alle persone e di nuove professioni.

È stato necessario, dunque, nel corso degli ultimi anni cambiare i modi di fare rappresentanza, di comunicazione e di marketing territoriale più in generale. Abbiamo acquisito nuove competenze, abbiamo investito sia in mezzi che formazione per ampliare la struttura dell'Area marketing. Servizi di comunicazione e organizzazione eventi costituita da un team di 17 persone.

Sono stati costituiti nuovi Gruppi sindacali, si sono sviluppate nuove competenze, nuovi strumenti di marketing e comunicazione, tra cui un Centro studi che ha l'obiettivo di tenere monitorato attraverso dati oggettivi il mercato di riferimento, a partire dal commercio al turismo, ai servizi, alle professioni e ai trasporti per arrivare a temi più trasversali, quali il digitale, la sostenibilità, i consumi culturali e molto altro.

Possiamo dire che oggi Ascom può offrire il proprio contributo di conoscenza sia alle imprese che ai poteri pubblici attraverso le proprie competenze e soft skills, cercando di proporsi come interlocutore

qualificato e professionale nell'ambito dell'informazione e formazione. Questo perché crediamo che via sia un forte bisogno, in un quadro complesso e articolato caratterizzato da una disintermediazione comunicativa dell'on line e dei social, di diffondere e promuovere un'informazione certificata, supportata da fonti ufficiali e mediata da professionisti che studiano e si formano continuamente.

I dati sono da sempre stati la base della comunicazione Ascom, che ha visto cambiare nel tempo le sue modalità di espressione, attraverso strumenti sempre più innovativi. Dal «vecchio» house organ «Il Commercio Parmense» si è passati a «Parma Terziaria News», in formato tabloid, per arrivare ad una comunicazione sempre più multimediale e integrata, cercando di rispettare sempre e comunque un equilibrio tra fisico e digitale.

Accanto ai tradizionali strumenti off line sono stati implementati on line il sito web e i canali social media, testimoniando il passaggio ad un modello di comunicazione che ponesse e ponga al centro sia le imprese associate, ma anche la comunità e la condivisione.

Oggi, più che mai, infatti, gli aspetti sociali entrano in maniera decisiva nelle politiche aziendali sia delle imprese che delle Associazioni di categoria e i temi collegati alla responsabilità sociale devono investire sempre più le relative policies.

L'Associazione è diventata nel corso del tempo un attore sociale in grado di sintetizzare diversi e svariati interessi e di gestire con equilibrio le tensioni tra piccole, medie e grandi imprese, tra fisicità e digitalizzazione, tra globale e locale ma anche di «produrre» cultura a 360 gradi.

Per questo ha una forte responsabilità sociale nel senso di influire attraverso le sue azioni e la sua comunicazione direttamente e/o indirettamente sul territorio di appartenenza, creando un indotto sociale e un beneficio per l'intera collettività.

Mi riferisco ad esempio al progetto negozi sfitti, sul quale la nostra organizzazione ha investito per riaprire punti vendita chiusi attraverso la costituzione di laboratori creativi e salotti di incontri, di idee e confronto, in quanto crediamo che le politiche di rigenerazione urbana debbano passare attraverso interventi di rigenerazione culturale, anche per mezzo del negozio che rappresenta un importante presidio sociale, motore di connessione e strumento di sviluppo locale.

Questi temi hanno assunto ulteriore rilevanza considerando che il ruolo dell'Associazione e del commercio in generale è stato valorizzato nella recente crisi pandemica, la quale ha determinato un grande sviluppo di un maggiore senso di solidarietà nella comunità civile e di servizio da parte della nostra struttura.

ASCOM PARMA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA OGNI GIORNO

Fotografo freelance Francesco Bocchi: «Commercio, rigenerazione urbana»

«Fotografo l'anima di questa città Porto arte e cultura nei negozi sfitti»

C'è stato un tempo in cui Francesco Bocchi lavorava come stampatore. Giornate tutte uguali, tra macchine e inchiostro, fino a quando ha deciso che la fotografia – quella vera, quella vissuta – doveva tornare al centro. «Avevo già avuto una partita Iva negli anni Novanta, facevo il fotografo di scena al Teatro Due. Ma poi la vita ha preso altre strade. Tre anni fa ho deciso di rimettermi in proprio: volevo ricominciare da ciò che amo davvero». A riportarlo nel cuore pulsante della città è stato il progetto del suo libro «Parma in posa», pubblicato nel 2023. «Ho iniziato fotografando il sindaco, poi il vescovo, il rettore... ma anche commercianti, artisti, persone comuni. Volevo raccontare l'anima di Parma. Così ho conosciuto Ascom, che

ha subito capito il valore culturale di questo lavoro». Da lì, è nata una collaborazione concreta: «Ascom mi ha coinvolto in un progetto meraviglioso, quello sui negozi sfitti. L'idea era semplice, ma potente: riaprire temporaneamente locali chiusi nei quartieri più fragili di Parma, per ospitare mostre, incontri, performance. Io proposi di trasformare uno di questi spazi in sala posa. Offrivo ritratti gratuiti a chiunque volesse: residenti, commercianti, passanti. Il risultato è stato un continuo viai, un quartiere che ha ripreso vita attorno a un obiettivo fotografico». E da «Oltretorrente in posa» a San Leonardo, il progetto continua: «Ora stiamo creando gallerie d'arte pop-up, spazi per conferenze, mostre. C'è voglia di cultura di prossimità. E



Ascom ci crede: non è solo un'associazione di categoria, è anche un motore di rigenerazione urbana». Francesco, poi, è tra i promotori del nascente gruppo cultura di Ascom: «Vogliamo portare l'arte dove prima c'era una bottega o un parrucchiere. Un modo per fare impresa attraverso la cultura. È difficile, certo, ma necessario. Riaccendere una vetrina - conclude - è anche riaccendere una comunità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Camarket Luciano Camisa: «Il cuore dell'azienda: lavorare coi familiari»

«Orgogliosi di valorizzare le eccellenze della montagna. E vogliamo stare qui»

La montagna ha un cuore che batte ancora forte grazie a chi, come Luciano Camisa e la sua famiglia, ha fatto del commercio locale una vera missione di vita. L'attività nasce nel lontano 1929, quando i genitori di Luciano aprono il primo negozio in uno dei piccoli borghi della Val di Taro. «Si lavorava tutti insieme – ricorda –. Io e i miei fratelli aiutavamo in bottega fin da ragazzi. Era un punto di riferimento per il paese». È negli anni Ottanta, poi, che prende forma la struttura oggi conosciuta come Camarket. «Nel 1984 ci siamo trasferiti su una strada più di passaggio – spiega –. Il mondo stava cambiando anche da un punto di vista commerciale. Dovevamo adattarci». Negli anni successivi arrivano nuovi punti vendita: nel 2002 a Borgo Val di Taro e

nel 2012 un altro negozio nel comune di Gotra di Albareto. Ma il cuore dell'azienda resta lo stesso: una famiglia che lavora insieme, con i nipoti e le cognate oggi attivamente coinvolti nell'attività. «Non abbiamo mai pensato di uscire dal nostro territorio – afferma Luciano –. Siamo nati qui e vogliamo continuare a servire questa terra. La nostra offerta si basa sui prodotti tipici locali: funghi, carne, formaggi. Sono le nostre eccellenze, e siamo fieri di valorizzarle ogni giorno». La montagna, però, non è un terreno facile per fare impresa: «Le difficoltà ci sono sempre state e ci saranno sempre. Nei paesi piccoli la popolazione cala, le famiglie giovani sono sempre meno e i consumi ne risentono. Ma cerchiamo di resistere puntando sulla gastronomia di qualità e sull'identità.



La clientela ligure, per esempio, viene spesso da noi proprio perché conosce i nostri prodotti e la nostra passione». Ascom è stata, fin dagli inizi, un riferimento fondamentale. «Eravamo associati già prima dell'84 – racconta –. Ci hanno sempre aiutato». Oggi, Luciano Camisa guarda avanti con speranza: «Certo, non è facile, ma i miei nipoti ci mettono gioia ed entusiasmo. Al di là di tutto, ci vuole passione per resistere. E noi, questa passione, l'abbiamo nel sangue».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Profumerie Chiastra Andrea e Stefano Chiastra: «Chi entra, trova ascolto e competenza»

«I profumi sono esperienze personali Le botteghe, scrigni del tempo»

Ci sono negozi che, più che esercizi commerciali, sembrano scrigni del tempo. Come le profumerie Chiastra, quattro punti vendita tra cui la storica capofila «La Mammola» in via Repubblica, da cui è partita l'inossidabile «mission» familiare di Giorgio Chiastra, il «signore dei profumi», affiancato dai figli Andrea e Stefano, entrambi ancora oggi alla guida dell'attività, dopo la scomparsa del padre. Fondata nel 1923, conserva ancora oggi l'insegna originale, la vetrina color azzurro pastello e l'eleganza austera dei luoghi che hanno attraversato i decenni restando sé stessi. «È una delle pochissime vetrine superstiti così com'erano un tempo – racconta Andrea Chiastra – e forse per questo incuriosisce così tanto: è unica». Un'unicità fatta di

arredi d'epoca, scaffali che raccontano storie di generazioni di clienti, flaconi di profumo dal fascino senza tempo e quell'atmosfera gentile che oggi pare così difficile da ritrovare. Nel cuore della città, la bottega ha saputo resistere alle sfide della grande distribuzione e dell'online. «Abbiamo clienti storici, ma anche giovani – spiega Andrea – perché quello che offriamo non è solo un prodotto, ma un'esperienza. Il profumo è un fatto personale. E da noi, chi entra, trova attenzione, ascolto, competenza». Nel corso del tempo, il legame con Ascom si è fatto sempre più forte: «Ascom è un partner d'eccezione. Ci ha sempre affiancati, sia come famiglia che come categoria. Il supporto dell'associazione è concreto: in caso di bisogno ci sono, ti ascoltano, ti tutelano



e ti aiutano a capire in che direzione sta andando il mondo del commercio». Un rapporto fondamentale, soprattutto oggi: «Il centro storico ha bisogno di attenzione, di visione e di strumenti per non spegnersi. E le botteghe sono una risorsa. Ascom, con la sua presenza capillare e la capacità di rappresentare ogni categoria, è indispensabile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Panifici e pasticcerie Giacomazzi Ilaria Giacomazzi: «Rispettare l'ambiente»

«Il pane resta sempre il nostro cuore E con l'invenduto, facciamo la birra»

Nel 1968 Giuseppe Giacomazzi accese il primo forno. Era un piccolo panificio di quartiere, fatto di mani in pasta, alzatacce mattutine e clienti con la sporta. Oggi, più di 50 anni dopo, quel panificio è diventato un sistema familiare e diffuso, con 20 punti vendita tra Parma e provincia, e una missione che mescola radici e visione: «Portare avanti la tradizione, ma con lo sguardo aperto su ciò che il mondo chiede». Parola di Ilaria Giacomazzi, terza generazione del forno di famiglia, che guida l'attività insieme al fratello Enrico, alla cugina Manuela e al padre. La trasformazione è continua, ma non snatura le origini. Il pane, infatti, resta il cuore: «Il nostro legame con Parma è fortissimo: il profumo della nostra focaccia accompagna la giornata di tanti clienti affe-

zionati. Però, oggi, non basta più fare solo pane: bisogna saper raccontare un progetto». «Abbiamo voluto mettere nero su bianco l'impegno a generare valore per la società – comincia a spiegare Ilaria –. Uno dei progetti che ci sta più a cuore è quello del recupero del pane invenduto: con un birrificio artigianale abbiamo ideato una birra fatta con le eccedenze. È un modo per dare una seconda vita al nostro prodotto e per rispettare l'ambiente. Da qui – anticipa – nasceranno altri percorsi». Da sempre associati ad Ascom, i Giacomazzi hanno trovato nell'associazione un supporto costante: «Ci accompagnano in ogni fase: normative, formazione, idee. Con 20 negozi, non è facile restare aggiornati. Loro ci sono. E nel mio ruolo in Ascom – sia nel gruppo Panificatori sia in quello Ter-



ziario Donna – porto avanti la visione dell'imprenditoria femminile e sostenibile». Ilaria lo sa: il futuro della panificazione passa anche dal cambiamento. «La sola panetteria non basta più. Lo abbiamo provato sulla nostra pelle, sappiamo che le sfide vanno diversificate. Oggi il pane deve accompagnare qualcosa: una colazione, una pausa. E per questo, anche con Ascom al nostro fianco, noi ci sentiamo pronti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Interviste di Ginevra Maria Bianchi

Autotrasporti Manganelli Stefania Manganelli: «L'azienda nata con il nonno»

«Logistica come qualità e efficienza Con i clienti un rapporto di fiducia»

Fondata nel 1985 dal «nonno, Autotrasporti Manganelli è una di quelle realtà che raccontano, nel silenzio della quotidianità operativa, la resistenza e la trasformazione di un mestiere antico ma oggi più che mai essenziale. A parlarne è Stefania Manganelli, oggi alla guida dell'azienda in quanto socia di terza generazione. Dietro le sue spalle, una storia familiare che attraversa decenni di cambiamenti. «L'azienda è nata con mio nonno - spiega - e da allora è sempre stata gestita in famiglia. Oggi tocca a me portarla avanti, ed è una responsabilità che sento profondamente. Non è solo un lavoro: è un'eredità che parla di impegno, continuità e servizio».

Nel corso del tempo questo mestiere è cambiato in modo

sostanziale: «Un tempo c'erano ritmi e richieste diverse. Oggi il mercato chiede tempi rapidissimi, disponibilità immediata e una prontezza operativa costante. Bisogna garantire efficienza e qualità, ogni giorno». Ma nonostante le sfide, Stefania è convinta che la chiave del successo stia nella relazione con i clienti, molti dei quali seguono l'azienda da anni. «Abbiamo clienti storici che ci scelgono da generazioni. Con loro abbiamo costruito un rapporto basato sulla fiducia. Questo ci ha garantito continuità, anche nei momenti più difficili. È una grande soddisfazione per noi». Anche il rapporto con Ascom ha avuto un ruolo centrale: «Siamo soci da sempre. Per noi è una base fondamentale. Ci hanno sempre dato supporto, in particolare nella gestione amministrativa e nella consulenza sul personale». Lo sguardo al futuro? È lucido e realistico: «Bisogna essere pronti ad adattarsi, ma senza mai perdere la propria identità. La nostra missione è mantenere alto il livello del servizio. Solo così possiamo continuare a fare la differenza». «Lavorare in un'azienda come questa significa far parte di una storia viva - conclude - . Ogni giorno è un pezzo in più di un racconto che vogliamo portare avanti con serietà, passione e coerenza».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ottica Reggiani Simone Fagnani: «Nel nostro mestiere, l'assistenza è tutto»

«La gente si fida perché ci conosce L'occhiale? Un'estensione di sé»

Tutto è cominciato con una bancarella nel 1945 che vendeva occhiali sotto a un portico. Un gesto semplice, nato da una necessità concreta, che però diede inizio a una storia lunga quattro generazioni. Chi lo avrebbe mai detto. Oggi, infatti, Ottica Reggiani è un punto di riferimento a Parma, radicato nel tessuto urbano e familiare, ancora attivo nel locale aperto ufficialmente nel 1976, a due passi da dove tutto ebbe inizio. «Abbiamo attraversato epoche diverse, ma l'identità è rimasta. La gente si fida perché ci conosce. Abbiamo clienti che vengono da generazioni. I nonni, i genitori, ora i figli: è una relazione che va oltre il prodotto», racconta Simone Fagnani, che da più di dodici anni lavora nel negozio insieme a sua mam-

ma con orgoglio. Il mestiere dell'ottico, però, è cambiato: «Oggi c'è chi guarda solo al prezzo, ma io noto anche un ritorno all'attenzione umana. Il cliente vuole essere seguito, capito. L'occhiale non è solo un oggetto, è un'estensione di sé. Chi entra qui cerca una consulenza, una coccola, una rassicurazione. L'assistenza è tutto in questo mestiere, a oggi». E in quel negozio, ogni montatura racconta una storia, e in ogni scelta c'è un rapporto personale. Una visione che Simone ha sempre condiviso con Ascom: «Siamo tra i soci più storici, se non i più storici, e proprio per questo ci hanno premiati nel 2010. Per noi Ascom è un presidio fondamentale: ci offre strumenti, consigli, aggiornamenti. È un'associazione che vive il territorio, non è di-



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ristorante Romani Fabio Romani: «Cucina parmigiana come quella delle nonne»

«Sapori buoni e tanta accoglienza: per noi il ristorante è una famiglia»

C'è chi eredita un mestiere e chi invece ci inizia a farlo per amore. Fabio Romani ha fatto entrambe le cose, e oggi è l'anima del ristorante Romani, fondato nel 1991 dai suoi genitori. Anche se la loro storia, comincia ancora prima. Riavvolgiamo un attimo il nastro: «I miei avevano già una macelleria, mio papà è sempre stato uomo del mestiere. Io studiavo ragioneria, poi dopo il diploma ho iniziato a dare una mano in sala... e non me ne sono più andato». Dalla sala ai fornelli, il passo è stato naturale: «Oggi seguo tutto quello che riguarda le nostre produzioni: pasta fresca ripiena, torta frita, grigliate. La nostra è una cucina parmigiana di casa, quella delle nonne».

Perché in un'epoca dove il cibo è spesso spettacolo, Romani resta un ristorante di sostanza. «Il valore aggiunto? Qui mangi come mangeresti a casa mia. Ricette vere, sapori sinceri. La nostra professionalità sta nella scelta dei fornitori: lavoriamo con gli stessi da oltre 60 anni». Nel Dna della famiglia c'è anche Ascom: «Mio padre è sempre stato un associato attivo. Ha ricoperto ruoli importanti - spiega Fabio -. Ascom è sempre stato un punto di riferimento, un polmone per chi, come noi, è piccolo ma vuole lavorare bene». La forza dell'associazione, secondo Fabio, sta proprio nel sostegno quotidiano, concreto: «Dalla consulenza alle informazioni, ti fanno sentire parte di qualcosa. Ti aiutano a



© RIPRODUZIONE RISERVATA

resistere, ad aggiornarti, a non sentirti solo». E il futuro? Al ristorante Romani vogliono vedere il bicchiere mezzo pieno: «Siamo ottimisti. Chi viene qui trova casa, accoglienza, calore. I nostri collaboratori sono con noi da una vita. Per noi il ristorante non è solo lavoro, è famiglia».

Hotel Torino Andrea Zecchino: «Oggi si cercano contenuti ed esperienze»

«Noi, albergatori da generazioni Il turismo a Parma? È in crescita»

A Parma e provincia, il cognome Zecchino è da decenni sinonimo di ospitalità. Alberghi storici, gestione familiare e una visione del turismo che ha saputo cambiare pelle senza perdere mai la propria anima. Andrea Zecchino, oggi alla guida dell'hotel Torino di Parma, è l'ultima generazione di una famiglia che con gli hotel ci è cresciuta. «La nostra storia parte da lontano - racconta -. L'hotel Torino, nel cuore di Parma, fu costruito negli anni '50 dalla vecchia proprietaria, e noi lo acquistammo quando ancora gestivamo delle strutture a Salsomaggiore. Nella nostra famiglia abbiamo sempre fatto gli albergatori». Con il tempo, lo scenario è cambiato. E anche l'approccio. «Negli anni, abbiamo dovuto cambiare il nostro modo di fare turismo. Oggi

Parma è diventata una città di forte interesse culturale, con un turismo che si è evoluto molto - spiega -. Qui il cliente si ferma poco, spesso due o tre notti, ma c'è un grande afflusso, soprattutto anglosassoni e americani. È un tipo di turismo dinamico, che cerca contenuti, cultura, esperienze». In questo cammino, Ascom è stata una presenza costante: «Siamo soci da sempre - sottolinea Zecchino -. Fin da quando abbiamo cominciato a lavorare con strutture in città, il rapporto con Ascom è stato centrale. Un legame storico, ma anche personale: conosco Claudio Franchini (il direttore generale, ndr) da quando eravamo ragazzi, è una relazione di stima e fiducia costruita negli anni». Un'associazione che, per gli albergatori, rappresenta non solo un supporto tecnico, ma an-



© RIPRODUZIONE RISERVATA

che una voce e una guida nel panorama cittadino: «Essere soci Ascom significa avere un punto fermo. Ascom ci ha aiutati a orientare le scelte strategiche». Per Zecchino, il futuro dell'ospitalità parmigiana «passerà dalla capacità di coniugare le radici con l'innovazione». «Parma ha tutte le carte in regola per crescere come destinazione di valore. E se c'è una cosa che abbiamo imparato, è che da soli si fa poco. Serve una rete. E Ascom è essenziale».

ASCOM PARMA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA OGNI GIORNO

Oltre 4000 attività «E tutte importanti»

«Grande responsabilità verso i nostri iscritti»
«Azioni sugli affitti brevi e sui centri storici»



di **Vittorio Dall'Aglio**
Presidente Ascom

Gli ottant'anni di Ascom Concommercio Parma si devono all'impegno, alla dedizione, alla volontà di dipendenti e collaboratori ma soprattutto di tanti imprenditori delle piccole, medie e grandi imprese del terziario di mercato che hanno scritto questa bellissima pagina della storia parmense.

A partire dal commercio di vicinato che ha un ruolo fondamentale nella società anche in termini sociali, al turismo come importante leva per lo sviluppo economico, ai servizi che stanno sempre più crescendo nel mercato e ai trasporti con il loro significato anche metaforico di connessione e collegamento. Mi viene spontaneo il riferimento ad una similitudine che il nostro presidente nazionale Carlo Sangalli utilizza relativamente al nostro mondo associativo e all'economia. Mi riferisco agli alberi ed al bosco. Tutti noi assomigliamo ad un albero, differente l'uno dall'altro, ma tutti indispensabili per dar vita ad un bosco che sia vigoroso e lussureggiante e che sia a sua volta indispensabile per il bene del pianeta. Così anche noi, ciascuno per il proprio

Giunta direttiva Da sinistra: Ilaria Bertinelli, Valentina Orlando, Leonardo Lanzi, Ugo Bertolotti, Patrizia Punghellini, Filippo Guarnieri, Marco Zilioli, Vittorio Dall'Aglio, Claudio Franchini, Mauro Alinovi, Paolo Corradi, Gianni Castaldini, Pietro Beltrame, Tommaso Tomasi, Cristina Mazza.

ruolo, ha un compito fondamentale: fare il possibile perché la nostra Associazione possa risultare forte e vigorosa per il bene del territorio su cui noi operiamo. Abbiamo dunque una grande responsabilità, innanzitutto nei confronti dei circa 4.000 punti vendita che iscrivendosi all'Ascom si aspettano servizi, sostegni, aiuti, tutela ed a cui dobbiamo dare risposte adeguate, ma anche nei confronti delle Istituzioni, che si aspettano da noi collaborazione, preparazione, sostegno, e risposte ai problemi.

Responsabilità che non può esistere senza quel forte senso di appartenenza al Gruppo che ci contraddistingue da sempre e che abbiamo il dovere di mantenere. Abbiamo oggi una struttura complessa, caratterizzata da diverse Società del Gruppo Ascom, che hanno una potenzialità molto rilevante e che abbiamo la necessità di esprimere al meglio anche in un'ottica futura.

Abbiamo Seacom, che oggi compie 40 anni, STS Cat che ne compie 30 e anche Parmaincoming 25, dunque società con una grande esperienza che stanno riconvertendosi alle nuove esigenze del mercato.



Seacom 40 anni di competenza e affidabilità

Da 40 anni Seacom affianca le imprese con competenza e affidabilità offrendo servizi contabili e fiscali, amministrazione del personale e gestione libri paga, politiche del lavoro, compliance e welfare aziendale. Un traguardo che testimonia l'evoluzione continua e il ruolo centrale nel supporto alle attività.



Sts Cat 30 anni di vicinanza alle imprese

Sts Cat da 30 anni punto di riferimento delle imprese per la sicurezza sul lavoro, l'igiene degli alimenti, l'accesso al credito e da oggi anche nella comunicazione. Un percorso costruito su competenza, responsabilità e vicinanza alle imprese.



Parma Incoming 25 anni al servizio del territorio

Parma Incoming da 25 anni promuove il territorio con l'esperienza di un tour operator specializzato. Nata in seno ad Ascom, valorizza la cultura, il turismo enogastronomico e l'accoglienza, portando Parma e le sue eccellenze sui mercati internazionali.



MAURO ALINOVÌ



PIETRO ELIO BELTRAME



UGO BERTOLOTTI



GIANNI CASTALDINI



PAOLO CORRADI



FILIPPO GUARNIERI



MARCO ZILIOI

La squadra dei vice: «Avanti, pensando ai giovani»

Una storia vissuta fianco a fianco, sempre con spirito di collaborazione, e oggi aperta più che mai a nuove sfide e cambiamenti. Ecco le riflessioni dei sette vicepresidenti di Ascom.

MAURO ALINOVÌ, vice presidente di Ascom, presidente Sts Cat e presidente onorario del Gruppo panificatori Ascom Parma: «Da 30 anni Sts Cat è un punto di riferimento per le aziende, offrendo servizi fondamentali come l'avvio all'impresa, la sicurezza sul lavoro e l'igiene degli alimenti, ma anche il credito e i

finanziamenti. Guarda al futuro investendo nel supporto alle aziende per la transizione digitale».

UGO BERTOLOTTI, vice presidente di Ascom, presidente Fipe Parma, presidente Parma Incoming: «Da 25 anni Parma Incoming rinnova ogni giorno il proprio impegno nel valorizzare il territorio parmense, contribuendo alla crescita e allo sviluppo del turismo locale».

PAOLO CORRADI, presidente Seacom, vice presidente di Ascom e presidente Federcarni Parma: «Seacom celebra quarant'anni di attività in un contesto

professionale profondamente trasformato. L'adozione di soluzioni digitali e l'integrazione intergenerazionale rappresentano oggi leve fondamentali per interpretare le nuove esigenze dei professionisti e delle imprese».

PIETRO BELTRAME, vice presidente di Ascom, Presidente di Finaarc Parma e presidente di Confidi Parma: «L'80° anniversario di Ascom non deve essere considerato un traguardo, ma un punto di partenza verso qualcosa di realmente nuovo. Un nuovo slancio verso un futuro positivo e

ottimista, capace di valorizzare i negozi di prossimità e la tradizione commerciale, cogliendo al contempo tutte le opportunità offerte dalla tecnologia».

GIANNI CASTALDINI, vice presidente di Ascom Parma, responsabile dei Centri commerciali: «Bisogna continuare così e rendersi sempre eccellenti in tutti i servizi che si danno agli associati. La cosa più importante è la qualità del servizio e continuare a mantenere questo tipo di organizzazione che si è sempre dimostrata efficiente e all'altezza della situazione».

FILIPPO GUARNIERI, vice presidente di Ascom Parma e presidente Consorzio Parma Centro: «Ascom ha 80 anni anagrafici, ma come spirito ne dimostra 35. È un'Ascom che punta a un futuro radioso, composta da persone valide che collaborano in modo sinergico e propositivo».

MARCO ZILIOI, vice presidente di Ascom Parma: «Ascom è una bella signora che porta molto bene i suoi anni e che deve continuare sul suo percorso di futuro, cercando di lasciare un messaggio forte e duraturo per i giovani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA