

Guida all'etichetta alimentare: Impariamo a leggere cosa mangiamo

Formaggio, passata di pomodoro, burro, pasta, yogurt... la lista della spesa è pronta, ma una volta al supermercato la scelta diventa più complicata di quanto si pensasse. Perché? Quando leggiamo le etichette dei prodotti che intendiamo comprare ci troviamo di fronte a una giungla di informazioni e sigle come DOP, IGP, STG. Quanto sono importanti questi acronimi che al primo colpo d'occhio non significano molto? Per quale motivo alcuni ingredienti vengono scritti prima degli altri? A cosa deve stare attento il consumatore? Tutto ciò e molto di più si è raccontato al convegno di Venerdì 19 ottobre "Come si legge un'etichetta alimentare e come riconoscere i marchi di qualità volontari, DOP e IGP" organizzato dalla Camera di Commercio di Bergamo, in collaborazione con Unioncamere Lombardia e Coldiretti Bergamo, nell'ambito degli eventi programmati per l'iniziativa "Agricoltura e Diritto al Cibo" coordinata dal Comune di Bergamo, in collaborazione con il Bio-Distretto.

"Fare la spesa è un gesto quotidiano ed è molto importante per il nostro stile di vita e la nostra salute. In base a quello che mangiamo facciamo una scelta, quindi tutte le informazioni che vengono riportate sulle etichette sono importanti sia per avere un consumatore informato che per scegliere alimenti di qualità", ha sottolineato la referente di igiene e sicurezza alimenti di Coldiretti Bergamo, dott.ssa Serena Milesi che è stata una delle due relatrici del convegno.

Ma cosa rappresenta l'etichetta alimentare? Secondo la dott.ssa Milesi si tratta di una vera e propria carta d'identità del prodotto dove viene scritta l'origine dell'alimento stesso, ma anche le altre caratteristiche, come i valori nutrizionali, il modo in cui è stato lavorato se, ad

esempio, si tratta di un alimento biologico o un vino eccellente del territorio. Con l'entrata a vigore del regolamento 1169/2011 del Parlamento Europeo l'etichetta è stata resa più trasparente per il consumatore con tutti gli elementi del prodotto obbligatoriamente scritti sulla confezione. Inoltre, vige l'obbligo di evidenziare con carattere distinguibile la presenza di allergeni, in modo tale che a colpo d'occhio il consumatore li vede subito.

Oltre alle sostanze che possono provocare reazioni alle persone allergiche, il consumatore deve prestare attenzione anche a una serie di altre caratteristiche: "Sicuramente, - nota Milesi-, all'origine della materia prima dell'alimento. Dopo, all'elenco degli ingredienti che è scritto in ordine decrescente di quantità. Se, ad esempio, si tratta di un dolce e al primo posto c'è lo zucchero, significa che è di maggiore quantità".

Molto importante, però, è anche la data di scadenza dei prodotti, ma anche il termine minimo di conservazione. Come spiega Milesi, la scritta "da consumarsi entro..." determina la freschezza del prodotto, mentre il termine minimo di conservazione può essere un consiglio che ci garantisce che entro quel termine il prodotto chiuso manterrà le stesse caratteristiche all'origine. Non si tratta quindi di un elemento a livello sanitario, ma definisce le proprietà organolettiche del prodotto, quindi l'odore, il colore e il sapore che possono alterarsi nel tempo.

Contemporaneamente esistono anche i marchi di qualità che, come spiega la seconda relatrice, dott.ssa Raffaella Barbuto, consulente in proprietà industriale con specializzazione sui marchi dello Studio Torta di Milano, si dividono in volontari che sono quelli delle singole imprese e in collettivi che sono registrati da soggetti che garantiscono l'origine, la natura o la qualità di prodotti, come le camere di commercio, i consorzi, le associazioni ecc. I marchi sono dei nomi di fantasia, con dei loro loghi e colori e che possono anche

contenere un nome che evoca l'origine geografica dei prodotti. Esempio di marchio collettivo è Bergamo città dei mille sapori che è di titolarità della Camera di Commercio di Bergamo e che lo concede in licenza alle imprese che rispettano il relativo regolamento.

Diverso è il discorso della distinzione tra le denominazioni geografiche, ossia DOP – Denominazione di Origine Protetta, IGP – Indicazione Geografica Protetta e STG -Specialità Tradizionale Garantita.

“Questi non sono dei marchi volontari, cioè non sono marchi di impresa, ma sono delle certificazioni di qualità europee che vengono rilasciate dopo un esame svolto dai singoli stati membri i quali tutelano determinati nomi di prodotti agricoli o alimentari fatti in un determinato luogo o anche delle particolari ricette”, spiega la dott.ssa Barbuto.

Più specificatamente il marchio DOP, che è il più severo, viene dato a quelle denominazioni di prodotti originari di un dato luogo, che hanno determinati qualità o caratteristiche derivanti essenzialmente da questo particolare ambiente geografico. Un'ulteriore requisito per ottenere una DOP è che tutte le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione si svolgano in una zona geografica ben delimitata. Per il marchio IGP invece è sufficiente che almeno una delle fasi di produzione avvenga in una zona geografica delimitata.

Per tutte le DOP, IGP e STG esiste un Disciplinare in cui vengono esattamente descritte le fasi di lavorazione, la provenienza delle materie prime e tutte le caratteristiche che devono avere i prodotti. Il controllo viene effettuato da enti autorizzati dal Ministero delle Politiche Agricole.

Quali sono dunque gli obblighi delle aziende? Secondo Raffaella Barbuto tutte le aziende che descrivono tutte le fasi di produzione e gli ingredienti e che rispettano il Disciplinare, possono utilizzare il bollino della DOP o IGP:

“Questa è la grossa differenza dal marchio collettivo che spesso è un nome di fantasia, con un suo particolare logo e viene registrato da una Camera di commercio oppure da un consorzio di imprese che stabilisce anche un proprio regolamento per cui solo le aziende che rispettano le regole stabilite dal titolare del marchio possono poi utilizzare il marchio. In caso contrario vengono sanzionate e la licenza dell’uso del marchio può anche essere revocata”.

Riguardo la tutela del consumatore, Barbuto aggiunge che se c’è il bollino della DOP o di IGP si definisce che un determinato prodotto proviene da un certo luogo e risponde alle caratteristiche previste dal Disciplinare approvato dal Ministero delle Politiche Agricole e dalla Commissione Europea. Invece il marchio collettivo ha dietro un ente, cioè il Titolare del marchio, che può controllare anche altre caratteristiche del prodotto e, in taluni casi, potrebbe anche dare maggiori garanzie al consumatore”.

Tutto ciò si aggiunge alla tutela contro i prodotti falsi italiani che hanno invaso il commercio estero. “Il problema maggiore sono le contraffazioni, ovvero l’uso indebito di indicazioni geografiche che non sono veritiere, oppure il cosiddetto italian sounding ossia l’utilizzo (da parte di aziende straniere di solito) di denominazioni che hanno un richiamo all’italianità ma che poi italiane non sono. Per contrastare questo grave fenomeno globale è necessario che le imprese, i consorzi, i gruppi di imprese, le camere di commercio, conoscano bene quali sono tutti gli strumenti relativi ai diritti di proprietà intellettuale per poterli utilizzare tutti al meglio. Per ogni tipo di strumento, ciascun diritto ha una sua valenza, un suo uso, un suo scopo. Utilizzarli tutti quanti insieme al momento giusto permette di contrastare le contraffazioni e l’italian sounding che rovina il Made in Italy”.

Molte le testimonianze importanti del convegno, tra cui quelle di Raffaella Castagnini per Marchio Bergamo città dei 1000

sapori, Leyla Ciagà per Bergamo Green, Massimo Bosio per La stracciatella il gelato di Bergamo, Francesca Monaci per DOP Formai de Mut e Francesco Maroni per Forme: Candidatura Unesco.





Immobili, 6 italiani su 10 si affidano agli agenti immobiliari

Il 63% degli italiani che negli ultimi 4-5 anni hanno avuto esigenze di acquisto e/o di vendita di un immobile si è affidato ad un agente immobiliare. Il 51% ha utilizzato anche Internet, che mantiene prevalentemente una funzione informativa: il 28%, infatti, lo ha usato solo nelle fasi iniziali della ricerca o per farsi un'idea generale sul mercato. In molti casi, la Rete rappresenta lo strumento

fondamentale per il primo contatto con l'agenzia (10%).

È quanto emerge dallo studio 'Il ruolo dell'agente immobiliare. Survey Nomisma 2018', commissionato da Fimaa - Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari, aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia

Le attività di compravendita senza mediazione rappresentano una quota residuale, per lo più riconducibile a situazioni di conoscenza diretta del soggetto da cui comprare o a cui vendere (il 29% indica tale fattore decisivo), piuttosto che alla impossibilità di sostenere i costi di mediazione (25%).

La gestione autonoma di una compravendita presenta elementi di criticità: la gestione di pratiche burocratiche (40%) e l'incompletezza delle informazioni per una corretta valutazione dell'immobile (25%), fattori per cui – nella valutazione ex-post – si segnalano la necessità e l'importanza di un supporto da parte di un agente immobiliare.

Che la gestione di una compravendita in autonomia sia complessa e a volte rischiosa emerge anche dall'esperienza di chi ha effettuato una compravendita senza intermediari: l'87% dichiara che in caso di future esigenze farà con buona probabilità affidamento ad un agente immobiliare, segnale che per molti fruitori la gestione autonoma si è rivelata onerosa.

A riprova dell'importanza del ruolo, dall'indagine emerge la soddisfazione dei clienti-consumatori rispetto all'attività svolta dall'agente immobiliare: il 40% di chi ha avuto esperienze di compravendita tramite agenzia esprime un giudizio molto positivo (superiore a 8 – su una scala da 1 a 10), a cui si aggiunge una ulteriore quota di valutazioni più che soddisfacenti (43% con giudizio pari a 6 e 7). Positive anche le segnalazioni in merito all'adeguatezza delle commissioni richieste dall'agente: il 69% le ritiene commisurate alla qualità del servizio svolto (% di chi esprime un giudizio superiore o uguale a 6 su una scala da 1 a 10),

con una quota di soggetti critici su questo aspetto limitata al 12% dei fruitori.

L'utilità della funzione dell'agente immobiliare è evidente per l'84% di chi ne ha fatto ricorso, con particolare riferimento alla possibilità di gestire in sicurezza la compravendita (48% delle citazioni considerando l'insieme degli aspetti segnalati), per la maggior semplicità di valutare alternative disponibili sul mercato (35%) e di gestire al meglio la fase di negoziazione (32%), nonché di comprimere i tempi di finalizzazione della compravendita (29%).

Tra gli ambiti da rafforzare, indicati da chi ha ritenuto poco utile il ruolo dell'agente, si segnala la richiesta di una maggiore trasparenza e di maggiori competenze.

Se questi sono gli ambiti da rafforzare per consolidare il ruolo dell'agente immobiliare sul mercato, la soddisfazione relativa alle esperienze vissute si riflette nella probabilità di consigliare ad amici e parenti l'agente immobiliare: il 46% è infatti promotore attivo dell'operatore immobiliare che ha seguito l'ultima attività di compravendita (giudizio 8+9+10). Considerando inoltre le intenzioni nel caso di compravendita futura, il 75% degli utilizzatori di servizi di mediazione dichiara che sono elevate le probabilità che si rivolga nuovamente ad una agenzia di mediazione, mentre il 73% cercherà proprio lo stesso agente immobiliare che ha gestito la precedente compravendita.

Quali sono le caratteristiche che gli italiani si aspettano da un agente immobiliare? Cosa pensa l'opinione pubblica della professione? Nella TOP 5 degli attributi si piazzano: innanzitutto la trasparenza (indicato come elemento più importante dal 12% degli italiani), poi la capacità di valutazione dell'immobile (11%) professionalità e disponibilità ad effettuare visite agli immobili (11%), specifiche conoscenze del mercato immobiliare locale (10%) e

conoscenza approfondita dell'immobile proposto (9%).

Per completare la valutazione sul ruolo della professione sono stati valutati gli stessi requisiti rilevanti per comprendere – in logica dicotomica – se il fattore rappresenta oggi un punto di forza (e quindi un ambito già presidiato) o un ambito di miglioramento.

La conoscenza del mercato immobiliare locale è per lo più un punto di forza (nel 70% delle dichiarazioni, contro un 30% che lo ritiene un ambito da migliorare); analoga valutazione sulla professionalità e disponibilità ad effettuare visite agli immobili (69% vs 31%). Seguono “simpatia, cordialità e empatia” (62% vs 38%), nonché competenze per una corretta valutazione dell'immobile (60% vs 40%).

Chiara inoltre la funzione riconosciuta all'agente immobiliare che garantisce in primis la semplificazione delle pratiche burocratiche (22% degli italiani), oltre alla possibilità di gestire in sicurezza la compravendita (19%) e alla riduzione dei tempi di vendita/acquisto (17%).

“L'indagine commissionata da Fimaa-Confcommercio a Nomisma per conoscere la percezione dei consumatori sul 'Ruolo dell'agente immobiliare' conferma sia l'attenzione della Federazione verso i fruitori del servizio sia come le aspettative dei consumatori siano in costante mutamento: la clientela chiede oggi agli operatori immobiliari servizi di elevata qualità con particolare attenzione ai principi di tutela e trasparenza. Gli operatori immobiliari capaci di cogliere ed adattarsi velocemente alle mutazioni del settore saranno protagonisti del futuro del mercato. Inoltre, come già rilevato da Fimaa, l'agente immobiliare sta diventando sempre più un consulente in grado di indirizzare l'investimento più idoneo alle necessità dei consumatori: sa riconoscere ed individuare le aree di sviluppo futuro del tessuto urbano, sa suggerire alle imprese costruttrici le tipologie più richieste dal mercato, sa consigliare dove è più conveniente indirizzare gli

investimenti per la maggior resa, oltre a vantare portafogli clienti per l'acquisto, la locazione o la vendita di un immobile. Nell'oceano d'informazioni che il web rende disponibile, il mediatore rimane il riferimento più autorevole a cui affidarsi, visto che l'eccesso di informazioni, soprattutto quando non si ha cognizione di causa, genera solamente caos decisionale amplificando la possibilità degli errori legati al fai da te" commenta Santino Taverna Presidente Nazionale Fimaa – Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari, aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia.

"In un'epoca ormai improntata alla disintermediazione, nel settore immobiliare si conferma la centralità del ruolo dell'agente. Le competenze necessarie al perfezionamento di una transazione rappresentano, infatti, un ostacolo all'emancipazione di una figura troppo spesso criticata, ma che dalla prova dei fatti esce con riscontri lusinghieri. Pur non mancando ambiti di miglioramento, l'agente immobiliare rappresenta anche nel mercato moderno una figura cruciale nel favorire l'incontro tra domanda e offerta" commenta Luca Dondi dall'Orologio Amministratore Delegato di Nomisma.

Stracciatella, dalle mura venete al grattacielo più alto del Giappone

Dalle mura venete al grattacielo più alto del Giappone: la stracciatella sbarca nel Paese del Sol Levante in occasione di Buonissimo! Italy Exhibition, mostra mercato organizzata in

collaborazione con l'ambasciata italiana in Giappone nel mega store Kintetsu, all'interno dell'Abeno Harukas di Osaka, 60 piani per 300 metri di altezza.

A portare in Giappone il gusto di gelato inventato a Bergamo non poteva che essere La Marianna, storica pasticceria di Città Alta.

“Dopo aver avviato un lavoro importante sul territorio per la valorizzazione della stracciatella – spiega Cosimo Panattoni, nipote di quell'Enrico che nel 1961 ‘stracciò’ per la prima volta del cioccolato fuso in una base gelato di fior di latte creando la stracciatella -, è bello poter promuovere e far conoscere questa nostra eccellenza in un altro continente, e soprattutto godersi l'apprezzamento di chi la gusta dopo averla vista produrre sotto i suoi occhi, con gli ingredienti ed il procedimento originale. In questi giorni sto raccontando dal vivo non solo un prodotto ma anche una storia e un tradizione del territorio di Bergamo”.

L'idea di far conoscere in Giappone la stracciatella di Bergamo è venuta al bergamasco Pietro Bresciani e al suo socio giapponese, Hiroshi Ishiguro, conquistato dalla golosa varietà di gelato.

“Ci eravamo dati appuntamento a La Marianna prima di un incontro di lavoro – ricorda Bresciani, co-founder de La Dispensa dei Sapori, azienda con sede a Bergamo che seleziona, lancia ed esporta prodotti enogastronomici italiani su mercati esteri -. Ho spiegato a Hiroshi come è nata la stracciatella e l'ho invitato ad assaggiarla, perché era quella vera, originale. Il resto è venuto da sé: la famiglia Panattoni è stata subito entusiasta dell'idea e Cosimo si è offerto come ambasciatore della stracciatella in Giappone”.

“Ho pensato subito che avrei voluto far conoscere non solo il gusto del gelato ma anche la sua storia in Giappone – spiega Hiroshi Ishiguro – perché è un elemento della tradizione gastronomica italiana da valorizzare in un Paese

verso il quale l'export agroalimentare italiano conferma i trend positivi e ci sono ancora grandi possibilità di crescita per il Made in Italy".

Fino al 23 ottobre Cosimo Panattoni sarà ad Osaka con i suoi show cooking del gelato nell'area dedicata al food all'interno del megastore Kintetsu; nello stesso padiglione sono presenti anche altre produzioni italiane selezionate da La Dispensa dei Sapori tra le quali Serge, marchio dell'azienda di Sergio Gavazzeni dedicato ai cannoncini farciti al momento che ha un punto vendita nello scalo di Orio al Serio, oltre ad alcune etichette di vino mai commercializzate prima d'ora in Giappone.

Nella fotografia da sinistra: Pietro Bresciani, Cosimo Panattoni e Hiroshi Ishiguro a Osaka

A Vedeseta si passeggia gustando

Una passeggiata nei boschi e nei prati intorno a Vedeseta, alla scoperta di angoli, aneddoti, curiosità, storia e colori dell'autunno. Domenica 28 ottobre a Vedeseta è in programma 'Camminar gustando'.

Il ritrovo è a Vedeseta, in Piazza don Arrigoni a partire dalle 9. La giornata inizia con la colazione a base di latte appena munto e biscotti di Vedeseta, per poi partire (ore 10) con la passeggiata. Lungo il percorso ci sarà la possibilità di degustare alcuni prodotti tipici di Vedeseta, quali il

formaggio Strachitunt DOP, il Taleggio e lo Stracchino all'antica delle Valli Orobiche, presidio slowfood che ha avuto il riconoscimento come formaggio dell'anno 2018 all'Italian Cheese Awards. Ma anche salumi e, perché no, qualche ulteriore sorpresa. Il rientro è previsto per le 13 e, per chi lo desidera, c'è la possibilità di un pranzo a tema presso il Ristorante dell'Angelo (prenotare allo 0345 47073). Sono raccomandate calzature adeguate a percorsi accidentati e misti (acciottolato, terrà, erba, argilla). Il percorso non è adatto a carrozzine e passeggini. In caso di maltempo, la manifestazione sarà annullata.

Affari di gola, è on line il nuovo numero

Affari di Gola, rivista del buon cibo e del bere bene torna il edicola. Nel nuovo numero di ottobre parliamo di funghi, delle proprietà "magiche" della spirulina, dei birrifici artigiani orobici. E poi lo scrittore Andrea Vitali racconta le sue abitudini a tavola, Paolo Riva ci accompagna nella sua pasticceria. Troverete anche i nuovi corsi dell'Accademia del Gusto e, come sempre, tante notizie e indicazioni per mangiare bene

Prodotti tipici e eventi per il primo Festival delle Pro Loco

Prende il via sabato 20 ottobre alle ore 9.30 il primo grande evento dedicato alle Pro Loco e alla ricchezza del territorio bergamasco. Un weekend organizzato da UNPLI Lombardia e Provincia di Bergamo con l'intento di dare vita a una manifestazione pensata per celebrare le bellezze ambientali, paesaggistiche, culturali e rurali della nostra terra. Presentazioni di piatti tipici, degustazioni, dimostrazioni di artigianato, esibizioni folkloristiche e tanto altro animeranno il fine settimana grazie alla vivacità delle Pro Loco bergamasche.

Una realtà quella delle Pro Loco che, a livello nazionale, conta oltre 6.300 mila realtà aderenti all'UNPLI, Unione Nazionale delle Pro Loco d'Italia. In particolare, all'UNPLI LOMBARDIA aderiscono 620 Pro Loco che, con i loro circa 60 mila soci, operano in modo capillare in tutta la regione. Tra queste, 75 sono della bergamasca. *“Il Festival delle Pro Loco della provincia di Bergamo”* dichiara il Presidente del Comitato Regionale UNPLI Pro Loco LOMBARDIA Pietro Segalini *“rappresenta un'occasione unica per mostrare al pubblico le grandi bellezze del nostro territorio, anche quelle più inattese e sconosciute, come accade per esempio per piccoli borghi di montagna o luoghi sconfinati e lontani dai grandi centri, dove la storia e le tradizioni hanno lasciato un'impronta indelebile che oggi le Pro Loco fanno rivivere con la loro attività”*.

Durante le due giornate saranno oltre 20 le Pro Loco della bergamasca presenti che ricreeranno nel prestigioso Palazzo della Provincia alcune delle eccellenze culturali del nostro territorio, dalla pianura alla montagna, dalla collina ai laghi.

“Il Palazzo della Provincia apre le porte alle bellezze e alle tipicità del suo territorio, così variegato e pieno di vitalità – spiega il presidente della Provincia Matteo Rossi –. Sarà una grande vetrina per chi ci vede dall'esterno ma anche un'occasione per noi bergamaschi di

riscoprire noi stessi, le nostre radici, le nostre potenzialità: per questo ho tenuto ad organizzare la mattina del 20 ottobre qui in via Tasso anche l'ultima Assemblea dei Sindaci del mio mandato, in modo che tutti i primi cittadini abbiano l'opportunità di visitare questo grande evento".

Uno dei protagonisti della grande festa sarà il CIBO che, attraverso le sue svariate rappresentazioni, manifesterà la ricca tradizione rurale ed enogastronomica della bergamasca, con le sue produzioni agricole di qualità e le tante tradizioni popolari e culturali connesse con la vita di ieri e di oggi.

Durante l'evento saranno quindi tanti i prodotti tipici locali che il pubblico potrà conoscere e degustare nelle diverse occasioni di presentazione da parte delle Pro Loco: dai formaggi tipici di montagna a quelli di pianura, dalle ricchezze di lago ai piatti caratteristici delle cucine locali. *"Non mancheranno i grandi protagonisti della nostra cultura, ovvero le eccellenze dell'enogastronomia locale che con i loro sapori inconfondibili, sono in grado di raccontare tanto della nostra storia e delle nostre tradizioni"*, annuncia Lorenzo Bellini, Consigliere Regionale UNPLI Lombardia delegato della Provincia di Bergamo.

E a questi si aggiungeranno assaggi di prodotti provenienti da altre province lombarde che hanno partecipato al progetto *EAST LOMBARDY European Region of Gastronomy*, che valorizza i migliori territori della gastronomia della Lombardia Orientale e di cui troviamo descrizione nel volume di recente pubblicazione dal titolo *"L'alta cucina popolare. Pro Loco e cultura gastronomica della Lombardia orientale"* realizzato da UNPLI Lombardia con il contributo della Provincia di Bergamo (ed. Franco Angeli). Tra le varie degustazioni e showcooking, saranno presenti, oltre al Casoncello e ai formaggi tipici della nostra tradizione, altri piatti da degustare e scoprire come il Pestom alla Vigolese preparato dalla Pro Loco di Vigolo e la Polenta con Sardine proposta dalla Pro Loco di Tavernola Bergamasca. Non mancheranno alcuni assaggi e presentazioni di alcuni piatti preparati dalle Pro Loco delle province lombarde coinvolte con Bergamo nel sopracitato progetto. Tra questi il Malfatto di Carpenedolo, il Tortello Amaro di Mantova e il Risotto alla Villimpentese.

Manifestazioni culturali e riscoperta di antichi mestieri e tradizioni sono le parole d'ordine del ricco programma di intrattenimento delle due giornate, dedicato a celebrare il patrimonio immateriale della bergamasca attraverso le usanze e i rituali di un tempo che ancora oggi rivivono grazie alle Pro Loco. Tante saranno le occasioni per ammirare la bellezza delle tradizioni folcloristiche bergamasche grazie alla presenza di gruppi di danze popolari, musicisti, compagnie teatrali dialettali, cantastorie, rievocazioni storiche e molto altro ancora pensato per far rivivere le emozioni di un tempo e continuare a conservarle nel presente. In particolare, saranno ben 3 le sfilate di gruppi storici e folkloristici che, partendo da Piazza Pontida, raggiungeranno il cortile del Palazzo della Provincia dove pulsa il cuore della grande festa.

Non mancherà poi un'importante sezione dedicata agli antichi mestieri e all'artigianato locale, che sarà ampiamente mostrata nei tanti spazi espositivi aperti al pubblico.

Nello specifico, si parte il sabato mattina con le splendide creazioni dei Madonnari, che si esibiranno per l'intera giornata accompagnati dalle danze folk del gruppo Arlecchino Bergamasco.

Nelle due giornate di manifestazione anche i bambini saranno protagonisti grazie a un fitto programma di attività pensate per intrattenere i più piccoli con le loro famiglie e mostrare loro allo stesso tempo, la bellezza dei luoghi in cui vivono e la cultura che li abbraccia: laboratori didattici, attività ludiche, percorsi a tema, spettacoli di teatro e burattini e molto altro ancora.

Ed è così che il Festival delle Pro Loco della Provincia di Bergamo festeggia la bellezza della terra bergamasca e lo fa con un evento che per la prima volta si volge in uno dei più peculiari luoghi della sua città, il bellissimo cortile della sede della Provincia. L'evento vuole essere una vetrina del territorio bergamasco, la cui ricchezza ambientale, culturale ed enogastronomica rivive in queste due giornate all'insegna della ri-scoperta autentica ed emozionante e dove il clima di convivialità accompagnerà tutta la manifestazione.

Info: lombardia.prolocoitalia.org, provincia.bergamo.it

Cin-cin orobico: Golosaria brinda al vino bergamasco

La conferenza stampa di presentazione della manifestazione ideata da Paolo Massobrio e Marco Gatti si è conclusa con un cin-cin orobico con il Terre del Colleoni Manzoni Bianco 2016 prodotto da Villa Domizia-Quattroerre Group. Il vino è stato inserito tra i top 100, i migliori cento vini d'Italia selezionati da Massobrio e Gatti. Una grande soddisfazione e motivo d'orgoglio per il Consorzio di Tutela Valcalepio e tutto il territorio bergamasco.

Punto Uno è ottenuto con uve Incrocio Manzoni, un matrimonio fra Pinot Bianco e Riesling Renano, frutto di lunghi studi ad inizio 900 ad opera del professor Manzoni dell'Istituto agrario di Conegliano veneto. Un vino dal colore giallo paglierino, che al profumo presenta interessanti note aromatiche che ricordano i frutti tropicali e l'albicocca. Al gusto è fresco, morbido, con una persistenza molto lunga. Piacevole ed invitante, si degusta volentieri fuori pasto. Denominazione di origine controllata Terre del Colleoni, viene degustato a 8-10 gradi.

Il Buono che fa Bene. E' questo il tema della tredicesima edizione di Golosaria Milano, in programma da sabato 27 a lunedì 29 ottobre negli spazi del Mi.Co – fieramilanocity. Un tema nato per raccontare l'evoluzione del gusto nei primi 25 anni de il Golosario: un bene che deriva dal piacere ma anche un bene del corpo, con la riscoperta dei superfood. Ci sono poi le nuove comunità di produttori e di botteghe che cambiano volto contribuendo a tenere vive le città. Sarà il tema portante del talk show d'apertura, condotto da Paolo Massobrio e Tessa Gelisio, che vedrà la partecipazione del ministro

delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali Gian Marco Centinaio. Un tema, quello del benessere e della sostenibilità, portato a Golosaria da alcuni grandi marchi come Life, specialista della frutta secca, essiccata e disidratata, e Lauretana, partner storico di Golosaria con l'acqua più leggera d'Europa che porterà il vessillo dell'importanza di una giusta idratazione. Oltre che di benessere si parlerà anche di sostenibilità con Comieco (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) che continua il suo progetto per la diffusione della doggy bag nei ristoranti ed Evolvere con il tema dell'energia sostenibile in ambito domestico.

Buono e Bene, dunque, come specchio dello "stile italiano" e del modello mediterraneo che saranno declinati a Golosaria secondo alcune suggestioni. A partire dai supercibi quotidiani, ovvero ingredienti del nostro artigianato e dell'agricoltura che, inseriti regolarmente nell'alimentazione, possono cambiare la vita (dai cereali trasformati in farina ai formaggi a latte crudo fino a verdura e frutta, dalla Mela Rossa Cuneo, diventata anche simbolo dell'ortofrutta italiana al Macfrut, al baby frutto Nergi, alleati del benessere. Saranno il tema dell'area showcooking, dove si racconterà come il cibo sta cambiando e come noi cambiamo il nostro modo di avvicinarci alla tavola, con particolari declinazioni anche nell'Atelier dell'Arte Bianca a cura di Petra® e nello spazio dedicato alle eccellenze dei Maestri del Gusto di Torino. Nell'Agorà, il grande palco di Golosaria lunedì 29 si aprirà uno spaccato sulla ristorazione contemporanea con la premiazione dei Faccini e delle Corone Radiose del GattiMassobrio, il taccuino dei ristoranti d'Italia.

Quindi lo spazio dedicato ai 25 anni del Golosario; un sistema di comunicazione partito nel 1994 con poco più di 100 produttori che oggi racconta in mille pagine il gusto in modo trasversale, dalla carta al web. A Golosaria saranno riuniti

più di 300 espositori di tutta Italia, fra cui alcuni storici protagonisti che in questi 25 anni, hanno cambiato il modo di fare impresa. A raccontarlo alcuni marchi simbolo del made in Italy a tavola come Prosciuttificio Marco d'Oggiono, con i suoi crudi distribuiti nelle migliori boutique del gusto italiane, pasticceria Fiasconaro che con il suo panettone alla manna ha conquistato anche l'Oriente e Inalpi, che porta la miglior materia prima in pasticcerie e gelaterie di altissimo livello. Golosaria però guarda anche alla nascita dei nuovi modelli, come i dispenser per il vino a bicchiere Wineemotion, protagonisti di una nuova idea di enoteca, le soluzioni di design per il bere conviviale targate Vinstrip o quello delle Ciberie®, il format di negozi che hanno esteso la propria offerta alla somministrazione che Francesco Donadini porterà per il terzo anno a fieramilanocity. Quest'anno un focus speciale sarà dedicato anche alla bottega italiana e alla sua capacità di adattarsi allo spirito del tempo, per sopravvivere e continuare ad essere una risorsa. Per questo domenica (ore 14) saliranno sul palco di Golosaria storici bottegai e giovani fondatori delle boutique del gusto per firmare, tutti insieme, il Manifesto della Bottega Italiana.

Uno spazio speciale sarà poi dedicato al formaggio, esempio di un'evoluzione che non ha mai lasciato le sue radici, ma anche di un alimento che, a sua volta, cambia in base alla materia prima. A Golosaria per la prima volta approderà FormaggItalia, il Salone Italiano dei Formaggi Artigianali che porterà, oltre a una rappresentanza unica di produttori, circa 60, il tema del latte come fattore distintivo per il formaggio. Lo stesso tema salirà al centro del concorso "Formaggi di Classe", basato sugli studi del professor Rubino circa la distinzione del latte, che al MiCo vedrà confrontarsi i massimi esperti del settore. E speciale sarà anche la partecipazione del Consorzio per la Tutela dei Formaggi Valtellina Casera e Bitto e del Consorzio Tutela Formaggio Montasio, presenti con show cooking e aperitivi a tema.

Ma da sempre, Golosaria è l'occasione per celebrare anche il vino. Con le 100 cantine italiane che presidieranno l'area Wine, i Top Hundred premiati (domenica 28 ottobre) da Paolo Massobrio e Marco Gatti e il debutto di "Vino. Assaggi memorabili di quel giorno e di quell'ora", il libro scritto a quattro mani da Massobrio e Gatti (Cairo-Comunica editori). Quindi un programma di wine tasting che farà scoprire il potenziale enoico tricolore: dai grandi rossi portati dal Consorzio della Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ai bianchi aromatici del Consorzio per la Tutela dell'Asti Docg. Passando per i vini del Valcalepio e i friulani di Tenuta Stella. Un viaggio da Nord a Sud tra le etichette più rappresentative che non risparmierà anche alcune clamorose novità: dai tre terroir (Chianti, Maremma e Sardegna) riuniti in anfora nel progetto DCasadei al Bellone laziale valorizzato da Sanvitis, passando per i vini profumati della costa di Amalfi, gli autoctoni di Puglia e Calabria, fino a rarissimo Baratuciat che ha preso dimora nel Monferrato.

Ma non è tutto, perché quest'anno più che mai Golosaria punterà sull'arte della mixology, con una speciale isola dedicata dove i professionisti del settore declineranno le ultime tendenze della miscelazione con una significativa rappresentanza del patrimonio liquoristico e delle firme degli spirits nostrani: dalle Distillerie Berta al mitico Toccasana di Teodoro Negro presentato e la gamma Gamondi; dalla distilleria Saint Roch che presenterà le ultime novità fra cui il gin di montagna alla grappa friulana di Domenis 1898, fino agli avveniristici NIO Cocktails. Un fenomeno in continua crescita che sarà celebrato anche con la presentazione del libro di Alessandro Ricci "Bartender a casa tua" (Cairo - Comunica), ovvero come trasformare l'arte del cocktail in un'esperienza da trasferire anche all'interno delle mura domestiche.

Golosaria guarda tuttavia in prospettiva, cercando di porsi ogni anno come luogo di innovazione per i consumatori e per

gli operatori. Per questo, a caratterizzare l'edizione di quest'anno saranno anche quattro nuove aree: dal digital food, con le tecnologie 3D dell'Università Cattolica e l'e-commerce di Artimondo, al food design, che sarà rappresentato dal brand simbolo del design italiano nel mondo Alessi, protagonista sul palco dello showcooking e con un premio, alla prima edizione, destinato ai 40 pranzi dell'anno del GattiMassobrio.

Golosaria, che è da sempre una vetrina per i territori, quest'anno strizzerà l'occhio anche a una serie di curiosità della vicina Liguria: dalle erbe officinali e specialità dell'areale di Diano Marina portate da Aromatica all'olio evo che l'Oleoteca Regionale, sotto l'egida di Promo Riviera Ligure farà conoscere attraverso un programma di assaggi e incontri ad hoc. Quindi la rinnovata partecipazione di Regione Lombardia, presente in un'area dedicata con il suo paniere di eccellenze lombarde: dai prodotti di montagna, alla biodiversità fino alle avicole.

Per maggiori informazioni visitare il sito www.golosaria.it



Bonus del 50%: Proroga di un anno per lo sconto su

ristrutturazione, arredi ed elettrodomestici

Buone notizie per chi vuole ristrutturare casa: il bonus del 50% slitta a fine 2019 e riguarda la detrazione fiscale per ristrutturazione edilizia, ecobonus, bonus mobili e bonus verde.

La Val di Scalve porta in tavola le Creste Scalvine

Domenica 21 ottobre alle ore 12.30, presso la Sede degli Alpini a Vilminore di Scalve, in occasione del pranzo sociale all'interno della Giornata Zonale del Ringraziamento, verranno servite in tavola le *Creste Scalvine*. Il piatto, che consiste in un particolare raviolo ripieno di fonduta di formaggella, è il risultato di una ricetta ideata e messa a punto tra gli altri dallo chef *Dario Soldo* e *Mea Tagliaferri* dei ristoranti *Cesira* e *San Marco*, che già hanno servito le Creste durante la stagione estiva ai propri clienti.

Il 26 settembre scorso i cuochi dei ristoranti della valle si erano riuniti per condividere la ricetta e sperimentarla; in quell'occasione hanno deciso insieme, con l'assaggio di diverse preparazioni, la proporzione ottimale tra alcuni ingredienti. L'incontro, avvenuto al *Ristorante Da Cesira* al Passo della Presolana, era terminato con l'appuntamento in un'altra cucina, quella del ristorante *Peccati di Gola*, che mercoledì 17 ottobre ha ospitato i cuochi per preparare 120 porzioni di *Creste Scalvine*: tante sono infatti le persone che gusteranno la specialità domenica 21.

Le *Creste Scalvine* sono il risultato sinergico di una collaborazione importante quanto inedita, che vede i ristoratori della valle e la *Latteria Sociale Montana di Scalve*, che ha curato la produzione di un particolare tipo di formaggella per il ripieno, impegnati nel creare insieme un piatto che entrerà a far parte dei menù tipici della *Val di Scalve*.

Il prodotto, che viene preparato secondo un disciplinare specifico, lascerà poi alla fantasia di ogni cuoco la scelta del condimento, che nell'intenzione di chi ha concepito in origine l'idea delle *Creste Scalvine*, dovrebbe essere ispirato alla stagione in cui il piatto arriva in tavola: in autunno funghi oppure zucca, in primavera fiori ed erbe spontanee e così via. Questo consentirà ai ristoratori di distinguersi e di offrire il piatto tipico aggiungendo la propria "firma" con originalità.

Guida del percorso creativo, a partire dall'invenzione del nome "Creste" mutuato dalla forma del raviolo ed evocativo delle cime delle montagne che circondano la valle, è il gruppo per la promozione del turismo *VisitScalve*, che ha creato le occasioni di incontro per la nascita della collaborazione tra operatori del territorio nella convinzione che anche a tavola la tipicità e la coralità dell'offerta possano promuovere al meglio il territorio.

[Il programma](#)

Corso sui funghi epigei

All'Accademia del Gusto di Osio Sotto è in programma un incontro di aggiornamento per negozianti e ristoratori sui funghi e le norme per la loro commercializzazione. Il corso si terrà il 29 ottobre dalle 15 alle 17.

Per informazioni: 035 41.85.706-707; info@ascomformazione.it