

Quando il pecorino è made in Bergamo

Nonostante non sia tra le produzioni casearie tipiche e locali, anche a Bergamo c'è qualcuno che ha creduto in questo prodotto e ha provato ad allevare pecore da latte nella nostra provincia, scegliendo razze sicuramente non locali, ma di assoluto pregio. Negli alpeggi bergamaschi era uso avere anche le pecore, ma nonostante ne venisse utilizzato il latte, queste erano prevalentemente atte alla produzione di carne, come la Pecora Gigante Bergamasca, comunemente allevata in provincia. Sono ancora pochi gli allevatori che hanno scelto la pecora da latte, anche perché il clima umido e spesso piovoso soprattutto delle zone alpine non è l'habitat ideale per questi animali, abituati a un clima molto secco e caldo. Ma si può fare e lo testimoniano gli autentici gioielli caseari prodotti da Luigi Bianchessi di Gromo, dall'azienda agricola Bianchessi e dal caseificio Via Lattea, che utilizza sempre il latte prodotto da Davide Bianchessi e dalla moglie Simona nella loro azienda agricola.



Luigi Pietrogalli photo©
Gourmarte.it

Luigi Pietrogalli, le sarde e La Fiaschetteria

Luigi Pietrogalli, 45 anni, ha fatto una scelta di coraggio. A Gromo, zona storicamente dedita alla produzione di formagelle

e stracchini, decide di iniziare con l'allevamento di pecore Sarde. "Non avrei mai pensato di intraprendere questa professione – racconta Luigi – io facevo il panettiere e avevo un panificio di famiglia con i miei fratelli. Ma la pecora mi è sempre piaciuta, un animale che mi ha appassionato fin da bambino, ma che per molto tempo è stata solo una passione avendo alcuni capi di pecora Gigante Bergamasca. A queste poi avevo aggiunto alcuni bovini, ma continuavo per professione a fare il pane". Luigi è una persona con molta voglia di fare e inventiva "fare il formaggio – racconta ancora – era una cosa che mi mancava, che sentivo mia, mi è sempre piaciuto produrre il formaggio. Grazie ad alcuni amici in Toscana, ho venduto le mie vacche pezzate rosse e le pecore da carne per acquistare una quarantina di pecore Sarde". Ecco che circa 8 anni fa Luigi inizia a caseificare e produrre il suo formaggio, una rarità. In estate le porta in alpeggio, "anche se non è semplicissimo, non è una pecora gestibile facilmente come quelle che avevo, anche per le piogge e il clima molto umido e fresco" racconta ancora Luigi. Il suo formaggio è uno solo, prodotto con una cagliata semi-cotta rotta fino alla dimensione di chicchi di riso; dopo la formatura viene salata a secco e stagionata per almeno un mese e mezzo. La stagionatura può anche proseguire, secondo la disponibilità di formaggio. Una pasta morbida, dal sapore dolce predominante, con gli aromi burrosi e che ricordano il fieno. Un dolce ricordo di montagna. E poi c'è la ricotta, sia fresca che stagionata. Il formaggio in città è possibile assaggiarlo a La Fiaschetteria in Borgo Santa Caterina abbinato nel piatto al prosciutto crudo Cà del Botto, per un inusuale punto di vista della valle Seriana gastronomica.

Azienda Agricola Bianchessi a Quintano (Cr)

A pochi chilometri a sud dalla fine della provincia di Bergamo, il sogno di una giovane coppia è diventato realtà. Davide e Simona hanno dato un taglio alle loro "precedenti vite" per dare uno



Azienda Bianchessi
Simona Bianchessi

sbocco alla loro grande passione per le pecore. “La nostra è una passione che abbiamo condiviso da subito – racconta Simona, classe 1986 e con un passato da impiegata – infatti il nostro viaggio di nozze l’abbiamo passato nel sud della Francia, tra allevamenti ovini e caseifici. Abbiamo sempre avuto le pecore da carne, era il nostro hobby e quando abbiamo avuto la terza bambina, abbiamo deciso di fare qualcosa che fosse nostro e che ci permettesse di seguire la nostra passione con tutta la famiglia”. Ecco che nel 2018 il sogno diventa realtà e partiti da zero ora hanno una stalla e stanno finendo l’annesso caseificio e il futuro laboratorio dedicato alla lavorazione delle carni. Allevano pecore di razza Lacaune francese che vengono nutrite a fieno e erba di prato stabile, non lavorati o concimati. In lattazione hanno 120 animali, per un gregge che conta circa 300 pecore. “Il nostro latte in parte lo vendiamo e in parte lo lavoriamo utilizzando ricette e lavorazioni che ci identificano, che richiamano al territorio (dove in genere si utilizza latte vaccino), ma riprodotte con il nostro latte di pecora”. Dallo yogurt, che si presenta cremosissimo grazie alla marcata presenza del grasso nel latte, fino a una ricotta spalmabile. E poi lo stracchino e il classico pecorino da stagionare. Infine, producono un formaggio simile al quartirolo, sia nella versione fresca che stagionata, robioline, croste fiorite e l’erborinato. Per quanto riguarda la carne di agnello, propongono preparazioni facili e veloci da cucinare, come le polpette o gli hamburger a partire da carne trita, ma anche le

classiche costolette o gli arrostiticini di pecora. I loro prodotti si trovano in azienda oppure ai diversi mercatini a cui partecipano. Sempre meglio prenotare la propria spesa.

Caseificio La Via Lattea e Paganì Antichi Sapori



Bombolone pecora bergamasco

A Brignano Gera d'Adda esiste ormai da molti anni un caseificio artigianale che lavora latte di capra per la produzione di golosità casearie uniche. Da un po' di tempo, grazie alla collaborazione con l'Azienda Agricola Bianchessi nella fornitura del latte, produce due perle casearie di pecora: il Quintano e il Bombolone di pecora. Entrambi si possono acquistare Da Paganì, sia online che in negozio a Serina, un progetto di Daniele Cavagna che si propone di valorizzare e commercializzare prodotti caseari unici e locali, ma anche alcuni prodotti tipici selezionati. Il Bombolone di pecora è un formaggio prodotto a partire da latte crudo di pecora, a pasta semi-cotta. Dopo la sua produzione e formatura, viene semi-stagionato o stagionato. Un formaggio che all'assaggio regala un grande equilibrio gustativo, che parte dal dolce e arriva al salato e poi acido. Cilindrico, con la pasta compatta e poca occhiatura ben distribuita. Il Quintano è invece un formaggio a crosta lavata, come il Taleggio, prodotto a partire da latte crudo intero di pecora.

La pasta è cruda ed è molto simile allo stracchino: forma parallelepipedica e una crosta di colore arancio simile al mattone. Una pasta morbida da godere, soprattutto grazie alla proteolisi che rende cremosa la pasta sotto crosta. Aromi lattici, accompagnati dal sottobosco e da note vegetali. La pecora si sente, ma regala sentori piacevoli e mai fastidiosi. Questo formaggio è arrivato sesto su oltre 1000 formaggi al World Cheese Award di Bergamo a ottobre 2019.

Safe working, novità dal bando per contrastare la diffusione del virus

Il bando avviato lo scorso maggio, si è riproposto con nuovi criteri per l'assegnazione del contributo lo scorso mese di luglio riscontrando sempre più successo tra le imprese.

L'approssimarsi della stagione invernale e la tendenza all'incremento dei casi di contagio Covid 19 rendono necessario proseguire con le misure di distanziamento sociale al fine di mitigare la diffusione del virus. Sulla base di queste considerazioni Regione Lombardia e Camere di Commercio lombarde hanno ritenuto opportuno e necessario modificare il bando introducendo i seguenti elementi di novità:

- finanziamento interventi di Digital Business: strumenti, software, attrezzature digitali destinati agli spazi di contatto e alle relazioni a distanza con i clienti/utenti, hardware e software per migliorare la gestione del magazzino, hardware e software per la formazione a distanza, hardware e software per la gestione degli ordini; spese per canoni e utenze di software e piattaforme digitali,

servizi di formazione e consulenza legati agli interventi di digital business.

· termine presentazione delle domande: proroga al 30 novembre 2020

Le imprese che hanno già presentato la domanda sul presente bando, nell'ottica della parità di trattamento, possono presentare una ulteriore domanda di contributo ad integrazione della precedente per i nuovi interventi definiti nel bando nei limiti dei massimali già previsti sul totale delle spese e sulle singole voci di spesa.

L'iniziativa è realizzata in accordo con Regione Lombardia, Assessorato Sviluppo economico, nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo e la competitività del sistema economico lombardo.

Le domande di contributo devono essere presentate entro il 30 novembre 2020 in modalità telematica con firma digitale sul sito <http://webtelemaco.infocamere.it>.

Per informazioni e assistenza bandi è a disposizione lo sportello dedicato di Fogalco

Publici esercizi, per i dehors in città arriva la proroga fino almeno al 31 dicembre

Il Comune ha prorogato le concessioni fino a fine anno dei dehors.

Nell'estate 2020, il Comune aveva valutato e approvato quasi 200 pratiche di ampliamento e nuova installazione di spazi esterni per bar e ristoranti, con il preciso fine di agevolare le attività e facilitare l'osservanza delle norme di distanziamento anti-covid19. Un'iniziativa che si è dimostrata di successo, con la città a beneficiarne in termini di vivibilità e attrattività e buoni risultati – come le notizie che giungono dalle autorità sanitarie locali paiono dimostrare – per quel che riguarda il contenimento dei contagi di covid19.

L'Amministrazione ha quindi deciso di prorogare i dehors autorizzati a favore delle attività di somministrazione di alimenti e bevande sul territorio cittadino almeno fino al 31 dicembre (è allo studio un'ulteriore misura di proroga per il 2021, che terrà conto di ciò che nel frattempo verrà deciso dal Governo con l'atteso Dpcm). Fanno eccezione i dehors collocati sulle corsie preferenziali dedicate agli autobus di linea (in Borgo Santa Caterina sono già stati smontati, rimarranno solo nei fine settimana di ottobre quelli lungo via Broseta) e quelli collocati in piazza della Libertà, per i quali "si riserva l'adozione di separato provvedimento sulla base della compatibilità degli stessi con la collocazione della tradizionale pista di pattinaggio durante il periodo natalizio".

Il tutto ancora a titolo gratuito: la Giunta Gori ha infatti approvato qualche mese fa l'esenzione totale del Canone di Occupazione su Spazi e Aree Pubbliche proprio fino alla fine dell'anno 2020.

#Phygital, il futuro dei negozi fisici. Webinar il 13 ottobre

Il 13 ottobre alle 18, a Palazzo Giureconsulti di Milano per il secondo evento di **l'età Ibrida. Dialoghi per le imprese alla vigilia di una nuova era**, sarà ospite l'economista, consulente strategico e docente universitario Nicolò Andreula autore di #Phygital. *Il nuovo marketing, tra fisico e digitale.*

In un dialogo con **Paolo Iabichino**, Andreula, partendo dal suo saggio, offrirà delle tracce per aiutare i negozi di quartiere a sopravvivere alla polarizzazione tra fisico e digitale in cui sembravano relegati prima del lockdown.

Il Lockdown ha accelerato le vendite online portando l'e-commerce a crescere repentinamente anche in Italia e sempre più brand trasferiscono le loro vendite online. Anche il rapporto diretto con il consumatore, che negozi, marchi e produttori tradizionali hanno faticosamente costruito nel tempo, sembra diventare appannaggio dei e-marketplace che erodono i margini di profitto del retail. Se questa accelerazione può sembrare il tramonto dei negozi fisici, i comportamenti sul mondo retail offrono un'altra chiave di lettura.

"MasterCardsvela che nei mesi del lockdown il 70% dei consumatori italiani ha fatto acquisti nei negozi dei propri quartieri, e che il 63% è convinto di poter continuare a farlo anche in futuro. Uno studio di Accenture ritiene che l'80% dei millennials preferisce effettuare acquisti nei negozi tradizionali, mentre una ricerca di Retail Dive ha evidenziato che la maggior parte della Generazione Z non percepisce la differenza tra store fisici e online. Cosa significa tutto questo? Che stiamo assistendo a una trasformazione radicale dei processi di vendita e di comunicazione." Afferma **Nicolò**

Andreula, economista, consulente strategico e docente universitario ospite di *L'età ibrida*. *“Per affrontare il cambiamento è necessario essere analogici e digitali, fisici e virtuali, offrire servizi a portata di mano e di mouse sempre conservando l'essenza del contatto umano. Per cavalcare questo tsunami di innovazione sarà indispensabile comprendere i nuovi valori che un brand può e deve trasmettere nel nuovo umanesimo a trazione tecnologica, e ripensare al valore generato durante i processi d'acquisto.”*

Una strada, seguendo come traccia il suo saggio *Phygital*. Il nuovo marketing, tra fisico e digitale, è lavorare su empatia, storytelling ed esperienze, investire in negozi fisici e risorse umane piuttosto che considerarli dei costi da tagliare.

Su questi punti cardine si concentrerà la seconda serata del ciclo di incontri guidato da **Paolo Iabichino**, Direttore Creativo e Fondatore insieme a Ipsos Italia dell'Osservatorio Civic Brands, coadiuvato da **Marisandra Lizzi**, Founder di Mirandola Comunicazione e di iPressLIVE, da sempre attenta ai temi del digitale e dell'innovazione tecnologica.

“Gli incontri voluti dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi serviranno per costruire ponti verso delle sensibilità nuove, nuove mentalità. A ogni incontro avremo una testimonianza e quella di Nicolò Andreula è una “traccia” lasciata da un “pioniere”.

Quasi sempre le riflessioni partono da una saggistica divulgativa e Nicolò è tra coloro che hanno avuto il coraggio di incamminarsi per un sentiero meno battuto, quello che un giorno, permetterà di essere come il funambolo che abbiamo scelto come logo: dove arriverà la magia di camminare sul filo non la paura di cadere.” afferma **Paolo Iabichino**, ideatore e direttore creativo del ciclo di eventi.

Dopo il secondo appuntamento sarà il turno, martedì 27 ottobre, di **Giulio Xhaet**, autore di **#Contaminati: Connessioni tra discipline, saperi e culture**; il 12 novembre, siccome

l'età ibrida richiede soprattutto una riflessione che è anche linguistica, intervorrà **Vera Gheno** – Sociolinguista e Traduttrice mentre il 26 novembre sarà il turno di **Assunta Corbo**, Fondatrice del Constructive Network – il primo network italiano di professionisti dell'informazione dedicato alla comunicazione costruttiva e al giornalismo delle soluzioni – e autrice di **Empatia digitale – Le parole sono di tutti**. A chiudere il ciclo di eventi, il 10 dicembre, sarà il Filosofo – Professore ordinario di Filosofia ed Etica dell'Informazione all'Università di Oxford **Luciano Floridi** autore di **“Il verde e il blu. Idee ingenuie per migliorare la politica”**.

Gli eventi inizieranno alle 18,00 e dureranno circa un'ora, è possibile partecipare iscrivendosi attraverso la piattaforma GoToWebinar. A distanza di alcuni giorni, il video sarà disponibile sul canale Youtube della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi.

Al seguente link il video riassunto del primo appuntamento, mentre è possibile rivedere le interviste ai relatori cliccando sui rispettivi nomi: Elena Vasco – Segretario Generale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, Roberta Cocco – Assessora a Trasformazione digitale e Servizi civici del Comune di Milano e Paolo Iabichino – Direttore creativo.

Economia circolare, al via i webinar della Camera di Commercio

Al via i webinar di Lombardia Circolare, dedicati alle piccole e medie imprese lombarde, per favorire la transizione da un

modello economico lineare a uno circolare che, in tutte le fasi della produzione di beni e servizi – dalla progettazione al fine vita – sia in grado di limitare il più possibile l'apporto di materia ed energia in ingresso e di minimizzare scarti e perdite, prevenendo le esternalità ambientali negative e contribuendo alla creazione di nuovo valore sociale e territoriale.

Il ciclo di seminari rientra tra le attività di Lombardia Circolare, iniziativa avviata con il bando "Innovazione delle filiere di Economia circolare in Lombardia" promosso dal Sistema camerale lombardo e Regione Lombardia per favorire la transizione delle piccole e medie imprese del territorio verso un modello di economia circolare, il cui obiettivo è la riqualificazione e il riposizionamento competitivo delle imprese e delle filiere.

I webinar sono organizzati da Unioncamere Lombardia e Camere di Commercio lombarde con la collaborazione tecnico-scientifica di Enea nell'ambito del progetto "Politiche ambientali: azioni per la promozione dell'economia circolare" a valere su Fondo di Perequazione di Unioncamere.

Si tratta di un ciclo di nove appuntamenti, tra ottobre e dicembre, che rappresentano la risposta a un bisogno formativo analizzato e raccolto tramite appositi focus group – nei quali sono state coinvolte le Camere di Commercio della Lombardia – che hanno fatto emergere esigenze specifiche, lo stato dell'arte rispetto alla comprensione dell'economia circolare sul territorio e la percezione di quanto il tema sia strategico per competere in mercati sempre più complessi.

Il tema dell'economia circolare come veicolo di innovazione viene affrontato partendo dall'esigenza di trasformare un sistema che produce rifiuti in un sistema in cui i rifiuti diventano risorse.

I contenuti dei webinar prevedono un focus su:

Ecodesign: la progettazione sostenibile con particolare riferimento al “design circolare” dedicato alla chiusura dei cicli, al recupero materico e alla possibilità di far continuare a vivere risorse e materiali anche quando i prodotti di cui fanno parte sono stati dismessi. Oltre ad allungare il ciclo di vita dei prodotti l’ecodesign consente di creare valore – economico e ambientale – limitando le esternalità negative, attraverso un uso più efficiente delle risorse e rafforzando la relazione con un cliente finale sempre più esigente e attento. Durante i webinar verranno analizzati modelli di business circolare e analizzati i fattori che ne consentano l’implementazione.

Simbiosi industriale: rappresenta una strategia di ottimizzazione dell’uso delle risorse inutilizzate generate dai processi industriali, attraverso il recupero e il riutilizzo da aziende diverse da quelle che le hanno prodotte generando un vantaggio reciproco.

Life Cycle Assessment: la valutazione del ciclo di vita (Life Cycle Assessment) è un metodo che permette di quantificare l’impatto ambientale, di uso delle risorse, di impatto sulla salute umana, considerando l’intero sistema relativo al prodotto. Si tratta di un tema centrale in tutte le politiche europee sulla sostenibilità e sull’economia circolare.

L’impronta di carbonio: la misura dell’ammontare totale delle emissioni di gas a effetto serra causate direttamente o indirettamente da un individuo, un’organizzazione, un evento. Conoscere l’impronta di carbonio permette di attivare percorsi di miglioramento dell’impatto ambientale, riducendo i consumi e le emissioni.

Gestione dei rifiuti: con riferimento alla parte inorganica (riduzione e recupero/riciclo finalizzato alla produzione di materie secondarie) che alla parte organica (servizi per il compostaggio di prossimità)

Alle imprese partecipanti ai webinar verrà messo a disposizione il questionario di autovalutazione 6Circolare? per identificare il percorso più idoneo per una transizione

verso l'economia circolare. I risultati verranno elaborati per individuare future misure a sostegno delle imprese lombarde.

Il primo webinar in tema di Economia circolare vettore di innovazione si svolgerà il 15 ottobre 2020, in collaborazione con la Camera di Commercio di Pavia.

Il percorso formativo si concluderà a dicembre, attraverso un tour virtuale delle Camere di Commercio della Lombardia.

Il calendario degli eventi è disponibile sul Unioncamere Lombardia

Le informazioni sulle iniziative ricomprese in Lombardia Circolare, identificate da un apposito logo di progetto, sono disponibili su www.lombardiacircolare.net.

Malpensata, stop a vendita e consumo bevande alcoliche dalle 18

Giro di vite da parte dell'Amministrazione del Comune di Bergamo per quello che riguarda la vendita e la consumazione di bevande alcoliche nel quartiere della Malpensata: il Comune di Bergamo ha infatti emanato un'ordinanza, in vigore dal 12 ottobre, che sancisce il divieto di vendita e consumazione di bevande sul suolo pubblico in un'ampia area del quartiere (a partire dalle ore 18)

Una decisione importante questa per la zona, spesso oggetto di segnalazioni di abuso di bevande alcoliche: il Comune di Bergamo cerca di contrastare così alcuni dei fenomeni di degrado sollevati dalla cittadinanza e spesso sanzionati dalla

Polizia Locale e dalle Forze dell'Ordine (alcuni dei locali dell'area sono stati soggetti a provvedimenti restrittivi nei mesi scorsi).

Dal 12 ottobre al 12 dicembre 2020 viene quindi disposto "il divieto di vendita per asporto di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione e in qualsivoglia contenitore, a partire dalle ore 18.00 e fino all'orario di chiusura dell'esercizio.

Per la mancata osservanza del divieto di vendita si prevedono multe fino a 500 euro e possibili sospensioni dell'attività fino a una settimana qualora l'infrazione dovesse essere reiterata. Multe fino a mille euro invece per coloro che consumano alcolici nella zona in questione.

"Stiamo cercando di affrontare i problemi della zona – spiega il vicesindaco **Sergio Gandi** – in ogni modo, con provvedimenti coraggiosi e anche innovativi, visto che non mi risulta si siano mai intraprese soluzioni di questo genere per prevenire eventuali fenomeni di degrado in città. Nei mesi scorsi abbiamo individuato un gruppo di persone che hanno iniziato a stazionare nell'area con comportamenti anche molesti acuiti dall'abuso di sostanze alcoliche: in questo modo cerchiamo di migliorare la situazione, anche prestando attenzione alle esigenze degli abitanti del quartiere.

Tale divieto riguarda gli esercizi di vicinato, gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande e le attività artigianali che si trovino nel raggio di 100 mt. dall'intersezione della via Zanica con la Via San Giovanni Bosco/Mozart, e più precisamente:

Via Mozart:

"Pizza Kebab" del sig. Multani Davinder Singh, ubicata al civico, 1/B.

Via Zanica:

“Sole e Luna” della società VY.ME. di Merisio Angela e Viki snc, ubicata al civico nr. 1.

“Asian Market” del sig. Multani Davinder Singh, ubicata al civico, 2.

“Ain Allah” senza insegna d’esercizio del sig. Ait Ouba Mimoune, ubicata al civico 2.

Attività alimentare senza insegna d’esercizio del sig. Chach Muhammad Ijaz, ubicata al civico 2.

Via San Giovanni Bosco:

“Classico Cafè” della signora Vain Ljubov, ubicata al civico 24/B.

“ Afr’eat – Cucina Afro Italiana” della signora Lo Aminata Sire, ubicata al civico 25 A.

“ Snack Drinks Cafè” di Wang Aien, ubicata al civico 25 D.

Via Furietti:

“ Shi Xiang Ge – Ristorante cinese”” della società L&W SAS di Li Yuying & C. SAS, ubicata al civico 1.

“Despar” della società l’ALCO spa, ubicata al civico 6.

Sempre nel provvedimento di Palazzo Frizzoni viene previsto “il divieto di consumazione di qualsiasi bevanda alcolica di qualsiasi gradazione e in qualsiasi contenitore, su area pubblica o privata ad uso pubblico nella zona oggetto della presente ordinanza.”

Creattiva, prima trasferta bresciana positiva



Fo
rt
em
en
te
vo
lu
ta



dagli organizzatori e dalle imprese più caparbie del settore, Brescia Creattiva ha retto bene l'urto del Covid. La manifestazione nazionale di Promoberg dedicata alla filiera delle arti manuali, come ha sottolineato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, Alessandro Mattinzoli, ha avuto il coraggio di affrontare il mercato in un periodo a dir poco complicato per il settore fieristico, stretto tra le normative anti virus e la prudenza delle persone. Ciò ha portato a posticipare al prossimo anno una percentuale molto elevata di manifestazioni, mentre per altre è arrivato l'annullamento. Brescia Creattiva, al contrario, è una delle poche fiere "in presenza" allestite nel post lockdown. Letti in tale contesto, i dati registrati dalla prima edizione allestita al Brixia Forum sono senz'altro positivi. Alle circa 150 imprese in rappresentanza di tredici regioni italiane e sette paesi stranieri presenti sui 12mila metri quadrati del polo fieristico di Brescia, si aggiungono infatti le circa 15mila appassionate che hanno visitato nei quattro giorni la manifestazione, molte delle quali giunte da fuori regione. Un dato, quello del pubblico, che non può essere confrontato con quelli delle scorse edizioni di Creattiva perché, come sappiamo bene tutti, la pandemia ha

stravolto le vite di tutti e nulla può essere (almeno nel breve periodo) più come prima. Volendo tutelare la salute di espositori e pubblico, nel progettare la manifestazione Promoberg ha ampliato gli spazi delle corsie e degli stand (ciò ha influito sulla riduzione del numero delle imprese), e, nel contempo, ha introdotto l'ingresso contingentato (non oltre le 4.500 persone) per garantire il distanziamento tra le persone e consentire alle stesse una visita in tranquillità.

“Sappiamo bene che organizzare fiere nelle condizioni attuali è tremendamente complicato – commentano Fabio Sannino e Carlo Conte, rispettivamente presidente di Promoberg e Project manager della manifestazione -. Sapevamo anche che molte imprese della filiera erano agli sgoccioli e che se non avessimo dato loro l'opportunità di poter ricominciare a vendere i frutti delle loro attività, per molte di esse il rischio concreto era chiudere o ridurre il personale. Gli espositori hanno apprezzato lo sforzo messo in atto da Promoberg così come il pubblico quello delle imprese in merito all'area espositiva (il meglio del settore, con molte novità) e al calendario degli eventi collaterali (centinaia, tra laboratori, corsi e dimostrazioni); non ultime, le misure adottate a tutela della salute. Siamo soddisfatti della risposta di entrambi, imprese e pubblico. Ora ripartiamo da questo primo ma fondamentale passo – conclude Sannino -, consapevoli che sarà una ripartenza da gestire con la massima attenzione e responsabilità. Le imprese, pur all'interno dei paletti delle normative, hanno bisogno di tornare in attività. Il nostro ruolo è quello di sostenerle per aiutarle a promuovere al meglio i loro prodotti e servizi, in particolare nei momenti difficili”.

Alberghi, credito d'imposta per affitti fino a fine anno

“Apprezziamo il segnale di attenzione che Governo e Parlamento hanno rivolto al settore. Dopo sette mesi di blocco del mercato, durante i quali il contatore dei costi ha continuato a girare vorticosamente, mentre il cassetto dei ricavi è rimasto vuoto, la gran parte delle imprese ricettive e termali è allo stremo delle forze e, tra queste, particolarmente grave è la situazione delle strutture in affitto”. Con queste parole il presidente di Federalberghi Bernabò Bocca commenta favorevolmente l'emendamento approvato dalla Commissione Bilancio del Senato, che prolunga sino a fine anno il credito d'imposta per i canoni di locazione e di affitto d'azienda per terme ed alberghi e introduce alcuni correttivi volti a tener meglio conto delle specificità del settore turismo. “La traversata del deserto si preannuncia lunga, prosegue Bocca, e questa misura – seppur non risolutiva di tutte le difficoltà – aiuta a ridurre il rischio che le imprese siano costrette ad arrendersi, schiacciate sotto il peso di canoni non più sostenibili.” Tre sono i capisaldi dell'emendamento: la validità del credito d'imposta è estesa sino al 31 dicembre 2020 (in luogo della previsione attuale che riconosce il credito per i mesi di marzo, aprile, maggio e giugno oppure, per le strutture turistico ricettive con attività solo stagionale, per i mesi di aprile, maggio, giugno e luglio); il credito d'imposta relativo all'affitto d'azienda è determinato nella misura del 50% (in luogo del vigente 30%); qualora in relazione alla medesima struttura siano stipulati due contratti distinti, uno relativo alla locazione dell'immobile ed uno relativo all'affitto dell'azienda, il credito d'imposta spetta per entrambi i contratti. “Non possiamo che salutare con favore l'emendamento che tiene conto delle grandi difficoltà che il settore sta attraversando - commenta Alessandro Capozzi, vicepresidente del Gruppo

Albergatori Ascom Confcommercio Bergamo. L'innalzamento del credito d'imposta dal 30 al 50% rappresenta un importante aiuto per tutte le attività che si trovano in affitto. In questa fase per le nostre imprese far fronte al pagamento di stipendi, tasse e fornitori sta diventando un impegno, perchè i conti troppo spesso non tornano".

Una montagna di botteghe, salvaguardia e attrattore per piccoli borghi e frazioni

Le botteghe di montagna rappresentano spesso l'unico servizio presente e, per questo motivo, sono fondamentali per il permanere delle comunità in tali aree. Il progetto di cooperazione interterritoriale "Una montagna di botteghe" nasce con l'obiettivo di valorizzare l'insostituibile ruolo degli esercizi di vicinato nelle piccole frazioni e borghi montani. Questo progetto della durata biennale intende porre al centro dei processi di sviluppo territoriali le botteghe quali attività commerciali ma anche punti di accoglienza fondati sul valore umano e sul lavoro.

Le attività di progetto intendono quindi rilanciare il sistema botteghe favorendone la connessione tramite la creazione di reti locali interconnesse proiettate sia verso l'interno che verso l'esterno. Azioni di marketing, promozione e comunicazione rafforzeranno la consapevolezza delle comunità locali sull'importanza del sistema botteghe fornendone

un'immagine rinnovata.

Mantenere in piedi i negozi di vicinato nelle realtà più periferiche è insieme una sfida e una necessità; perché è complesso far tornare i conti e perché ogni chiusura dà un colpo basso in più accelerando lo spopolamento. Ma le operazioni in questa direzione fortunatamente non mancano. L'ultima in ordine di tempo vede in scena il Gal Garda e Valsabbia, ed è intitolata «Una Montagna di botteghe». Tutto parte dalla Regione, che col Piano di sviluppo rurale mette sul tavolo 312mila euro per il triennio 2020/22. Il Gal è capofila di un gruppo che comprende realtà della Valsabbia ma anche i Gal Valseriana dei Laghi Bergamaschi e Val Brembana e altre realtà bresciane e bergamasche. Il progetto vuole rilanciare il piccolo commercio (alimentari, bar, panifici, trattorie, edicole e tabacchi) dei paesi montani bresciani e bergamaschi, un microsystema economico in grave difficoltà anche per un regime fiscale, giuridico e normativo che non considera i piccoli comuni montani. Questa iniziativa sostiene il commercio cercando soluzioni, e agisce a favore delle aree rurali e montane che soffrono di marginalità economica e sociale. Se i negozi muoiono lo stesso succede alla montagna. Il problema è che tenere aperto un negozio in aree difficili, bilanciando spese e ricavi, richiede fatica e ingegno. Solo l'amore per il proprio lavoro e le radici territoriali fanno sì che non si chiuda. Il percorso previsto da una Montagna di botteghe prevede mappatura dei negozi, valutazione dei dati conosciuti (esercizi, abitanti, visitatori, indici di natalità e mortalità, l'età del gestore) sul territorio per scoprire punti di forza e debolezza, bisogni e aspettative.

Poi la valutazione della connettività del sistema botteghe prima di «lanciare un capillare lavoro d'animazione e supporto agli operatori con una visione progettuale verso la crescita .

Bisogna anche migliorare il collegamento tra botteghe e filiere produttive locali, prodotti tipici, turismo rurale; ma anche con istituzioni e associazioni di categoria. L'obiettivo

è far diventare i negozianti ambasciatori del territorio. Insomma, un tentativo di ridare vita alle botteghe rafforzando l'intero «sistema montagna» che coinvolge tante realtà locali bresciane e bergamasche e molti borghi e frazioni.

Questo progetto deve prevedere anche un salto di qualità da parte delle pubbliche amministrazioni. Riconoscendo il valore dei negozi di montagna le amministrazioni comunali devono, e non solo dovrebbero, attuare scelte amministrative consone all'obiettivo che si vuol raggiungere. Dalle parole bisogna passare ai fatti con atti amministrativi ben precisi; uno su tutti, la salvaguardia del territorio e delle sue bellezze in un'ottica di attrattività verso i potenziali clienti; inoltre anche i residenti devono essere loro stessi ambasciatori delle bellezze locali vedendo il turista non come un impiccio ma come un portatore di benessere economico.

La cucina abbatte le barriere, Abf forma cinque aspiranti chef con disabilità psichiche

L'indipendenza e l'autonomia si conquistano anche ai fornelli. Lo testimoniano i cinque ragazzi, affetti da disabilità psichica, che sabato 2 ottobre hanno ritirato gli attestati di partecipazione al corso "Cucino come te", promosso dalla onlus "Ci sono anch'io", in collaborazione con l'Abf di Treviglio. A mettersi alla prova sono stati Stefani Schibuola di Morengo, Sara Omacini di Fornovo, Tazio Fratus di Ghisalba, Debora Magli di Misano Gera d'Adda e Nicolas Filipponi di Lurano. A seguirli, frequentando il corso con loro, i volontari della

onlus Marilena Tognoli e Nicoletta Colleoni. I laboratori sono iniziati a ottobre 2019 per un totale di 30 ore. A febbraio l'emergenza Covid -19 non ha fermato le lezioni, che sono proseguite on line. E, ora, i cinque ragazzi andranno avanti, insieme ad altri compagni che si sono iscritti al nuovo corso annuale, più avanzato di cucina, sotto la guida dello chef Pierfrancesco Sabadini, affiancato da Silvia Duzioni per sala bar. "L'iniziativa rientra nelle attività pensate per rendere il più autonomi possibile i nostri ragazzi che si impegnano nel comprare gli ingredienti, prepararli, cucinare piatti semplici come risotti, primi, arrostiti, torte, oltre che nell'apparecchiare e ripulire. Impiegano il loro tempo, sentendosi utili, a lungo termine ci piacerebbe che possano inserirsi nel mondo del lavoro, a dispetto della disabilità", afferma Elizabeth Escobar, mamma di Stefani. La signora, originaria del Perù, che da 30 anni vive in Italia, è la fondatrice dell'associazione che ha sede a Morengo. Lo scopo della onlus è racchiuso nel motto "Abilità diverse, stessa voglia di vivere". "Ho voluto creare un gruppo dove i ragazzi potessero condividere esperienze, stringere amicizie, dove tutti sono liberi di essere se stessi – afferma Elizabeth -. In questo scambio di doni, c'è interazione e integrazione, il dare è reciproco". L'atmosfera e il calore che si trovano nell'associazione sono tali che tutti si sentono a casa e richiama volontari anche da Treviglio, Misano, Ghisalba, Verdellino e perfino Milano. Molte le attività della onlus, dai corsi di ginnastica rieducativa a quelli di fotografia, dal teatro alla danza, alle serate in compagnia. Info su www.cisonoanchio.com.

Per diventare volontari o accompagnare un diversamente abile, scrivere a cisonoanchio.morengo@gmail.com o chiamare al 342 0543348.