

7 Marzo 2017

Gastronomi e salumieri, tocca a Bonicelli. «Un piano per salvare i negozi di periferia»

L'imprenditore di Villa d'Ogna succede a Mauro Rocchi alla presidenza del Gruppo Ascom. «Per le classiche botteghe non c'è futuro, in campo con analisi e formazione per rilanciarle. Un'opportunità? Il multiservizio»



[Il passaggio di testimone tra Bonicelli \(a sinistra\) e Rocchi](#)

Il passaggio di testimone tra
Bonicelli (a sinistra) e Rocchi

Luca Bonicelli, titolare dell'omonima salumeria di Villa d'Ogna, è il nuovo presidente del Gruppo gastronomi e salumieri Ascom. Succede alla guida dell'associazione a Mauro Rocchi, che rimane come componente del Consiglio direttivo. Le votazioni si sono svolte ieri sera all'Ascom di Bergamo: accanto a Bonicelli, sono stati nominati vicepresidenti **Pierantonio Chiari** (Chiari Formaggi, Bergamo) e **Gianluca Pellegrini** (Pellegrini e Pezzotta, Berbenno), come consiglieri **Nunzio Carrara** (Carrara Fratelli, Bergamo), **Alessandro Marchesi** (Macelleria Marchesi, Seriate) e **Mauro Rocchi** (Bonate Sotto).

Bonicelli, 43 anni, è conosciuto nel commercio bergamasco per essere anche il presidente (uscente) del Gruppo Giovani Ascom, sodalizio che si impegna per fare crescere gli imprenditori under 40 e in diverse iniziative di solidarietà rivolte in particolare ai bambini.

Nel corso della seduta elettiva del Cda, il neopresidente ha tracciato il programma per i prossimi anni e individuato come obiettivi prioritari la salvaguardia dei negozi di alimentari dei comuni più periferici e la formazione.

«I numeri parlano chiaro, il saldo dell'ultimo anno è critico - ha detto il neopresidente Bonicelli - le attività alimentari in dodici mesi sono scese da 934 a 911 e le chiusure sono state quasi tutte in provincia, in particolare nelle località più periferiche. Si tratta di capire quali sono le motivazioni, se il cambio generazionale, la troppa tassazione, la concorrenza o tutti questi fattori insieme». «La cosa certa - ha rimarcato - è che non si può più pensare di gestire il negozio come trent'anni fa. Le abitudini e gli stili di vita sono cambiati, la gente preferisce andare ai centri commerciali e non è possibile tornare indietro. Molte attività che hanno chiuso non si sono mai rinnovate. Invece, soprattutto i negozi che si trovano più lontani dal centro e nelle periferie devono farlo, devono diventare altro o comunque cambiare per trovare una loro nuova dimensione, più adatta a questi tempi».



La prima iniziativa che il gruppo si propone di fare è un'analisi del comparto: capire meglio le criticità, l'età media dei salumieri-gastronomi e trovare le strategie «per difendere e promuovere gli alimentari, in particolare delle aree periferiche della provincia, che sono l'ultimo presidio del commercio di vicinato e un presidio sociale nei piccoli paesi».

«La soluzione a mio avviso è puntare sul multiservizio, ma per fare questo occorre fare formazione - ha continuato Bonicelli -. Si può decidere di puntare sulle selezioni gourmet, sul biologico, sui servizi di gastronomia del piatto pronto, sulla spesa a domicilio: sono tutte possibilità, la certezza è che per il negozio di alimentari così come lo abbiamo conosciuto negli anni non c'è grande futuro».

La crisi dei negozi alimentari in provincia si è manifestata nell'ultimo anno: dopo una fase di crescita (dal 2012 al 2015 sono aumentati da 872 a 934), nell'ultimo anno il saldo parla di -23 negozi alimentari in provincia. Si è stabilizzata invece la situazione in città dove le attività sono passate da 82 nel 2012 a 110 nel 2015, a 111 nel 2016.