

Zogno si “aggrappa” all’ Expo e alle Terme di San Pellegrino

Anche nel capoluogo brembano i negozi soffrono. Non manca chi si sta rinnovando, né le iniziative ma il presidente dell'associazione ammonisce: «Serve più partecipazione, altrimenti è inutile». «Speriamo che l'esposizione e il centro termale portino una ventata di aria fresca»



Dalle panetterie del centro fuoriesce un profumo vanigliato di pasta frolla e la verdura esposta dal fruttivendolo ha l'aria talmente salubre da sembrare appena colta. Anche il salumiere di fiducia si affanna ancora per cercare il taglio di prosciutto migliore da offrire ai suoi clienti e fuori dai bar c'è un via vai di ragazzine che, col cellulare sempre a portata di mano, si danno appuntamento con le amiche per una cioccolata. Zogno, insomma, è una rarità nel panorama commerciale bergamasco. Paese più popoloso della Valle Brembana, con i suoi 9.143 abitanti, vanta infatti un'ampia gamma di attività che ne fanno un supermercato a cielo aperto dove la tradizione regna ancora sovrana. Certo, l'aria di crisi si respira ancora. Eppure il pessimismo che aleggiava fino a qualche anno fa, oggi sembra aver lasciato spazio a una ritrovata fiducia. A rendere speciale il paese c'è infatti il calore umano dei commercianti, sempre attenti a sorprendere e a soddisfare i propri clienti con prodotti genuini. Già perché i negozianti hanno capito che per non soccombere è necessario rimboccarsi le maniche e dar libero sfogo al rinnovamento. È il caso del ristorante albergo Da Gianni. Per promuovere l'attività, i gestori hanno infatti scelto la via telematica, con un sito internet completo (www.albergodagianni.com) e una pagina Facebook costantemente aggiornata con foto e ricette dei piatti serviti nel locale. Stanno inoltre provvedendo al restyling degli spazi per rendere l'ambiente ancora più confortevole e all'insegna del relax, con saune e servizi degni di una Spa di lusso.



Sergio Madaschi, che insieme al fratello Gianbattista, gestisce un

negozietto di frutta e verdura in via Cavour, ha deciso di puntare sulla qualità per vincere la concorrenza: «Io personalmente lavoro bene, anche se noto una certa difficoltà economica nella gente. Ovviamente non siamo più ai livelli di prima della crisi e pensare di far concorrenza ai prezzi dei supermercati è inutile. Per sopravvivere bisogna puntare sulla qualità. I piccoli negozi sono più in difficoltà perché hanno alte spese di gestione e non ce la fanno a ritagliarsi uno stipendio adeguato. Poi è anche vero che i giovani d'oggi non sono più così propensi al sacrificio, vogliono un guadagno immediato e se non trovano riscontro chiudono i battenti. Io e mio fratello ci alziamo alle 4.30 del mattino, lavoriamo sodo fino alle 20.30 e guadagniamo poco più di un operaio».



Qualità è la parola d'ordine anche per Lidia Sondogni, titolare della

Cartoleria Leggi e scrivi: «La crisi c'è, si sente ancora, ma si cerca di andare avanti nonostante tutto. Per fidelizzare la clientela conta riscuotere simpatia tra la gente. Cerco di essere sempre disponibile, col sorriso e offrire un buon servizio. Alla lunga paga. E devo dire che non sento nemmeno più la concorrenza dei centri commerciali. È vero che molti acquistano nelle grandi catene di distribuzione ma quando magari si rendono conto di non aver trovato la stessa qualità, tornano ad acquistare i prodotti nella cartoleria di fiducia che offre più garanzia». Tuttavia, Lidia lamenta un filo di pessimismo per la mancanza di coesione tra i negozianti, nonché tanta nostalgia per i tempi passati: «Siamo aperti da 28 anni, siamo un negozio storico e ne abbiamo visti di cambiamenti in questi anni. In paese cresce il numero di saracinesche abbassate e non è una bella immagine. Una volta eravamo un bellissimo centro commerciale all'aperto, oggi vedi tutto spento, chiuso, tenuto male: è triste. L'associazione Punto amico cerca di tener vivo il centro organizzando iniziative culturali, spettacoli, concerti. Si impegnano tanto ma secondo me non è sufficiente. Non vedo una grande coesione tra i commercianti, forse perché sono io la prima a non crederci molto, infatti non aderisco al Punto amico».

Alessandro Barcella - macelleria



Alessandro Barcella, titolare della macelleria Barcella sente il peso della

crisi, soprattutto nel settore alimentare: «La piccola distribuzione è in calo e chi regge sono i discount. Se hai un posto fisso puoi permetterti di spendere, altrimenti è dura. Qui in valle tanti hanno perso il lavoro e quindi tutti cercano di risparmiare. Vengono organizzati parecchi eventi per tenere vivo il paese come le notti bianche, gli spettacoli in centro, la festa del cioccolato, il Carnevale. Ma non basta. Ci vuole più partecipazione da parte dei commercianti altrimenti è inutile – evidenzia come presidente dell'associazione Punto Amico -. Siamo in 150 negozianti ma solo una trentina partecipa attivamente. L'amministrazione comunale sta facendo il possibile per contribuire nonostante la mancanza di fondi».



da agricola Gioan di Pice

Lavora bene Romina Sonzogni dell'azienda agricola Gioan di Pice, un allevamento di suini

situato sul monte di Zogno, in località Camissinone: «Dal punto di vista economico questa stalla ci ha dato un'opportunità importante in tempi di crisi – racconta -. In montagna è difficile far grosse cose. Tuttavia la nostra azienda è motivo di orgoglio perché siamo contattati e ricercati dai clienti. Chi dedica più tempo è mio fratello Silvano, il titolare, anche se non si mantiene solo con questa attività agricola, ha un altro lavoro, fa i turni in una piccola fabbrica. L'investimento per mettere a norma il laboratorio e i lavori di adeguamento alla stalla hanno richiesto un forte sforzo economico difficile da ammortizzare. In generale in Valle Brembana la crisi è ancora pesante e sono state chiuse parecchie aziende, soprattutto quelle manifatturiere. Speriamo che l'Expo e le terme di San Pellegrino portino una ventata di aria fresca».