I giovani e la loro socialità sono le vittime trascurate della pandemia

Da mesi è al centro del dibattito l'analisi di chi abbia subito le conseguenze economiche della pandemia, mentre è quasi assente la discussione su chi stia subendo l'impatto sociale delle restrizioni. Se nel primo caso sono le imprese del terziario (turismo, commercio servizi) con i loro titolari, collaboratori e dipendenti quelle che più hanno pagato economicamente nell'ultimo anno e mezzo, le persone più colpite dai lockdown sono i giovani. Non è casuale. C'è, infatti, un legame forte tra le attività del commercio e le giovani generazioni come conferma lo studio "Le giovani generazioni in Italia dopo la pandemia" edito dall'ufficio studi di Confcommercio a luglio 2021 e che tra i diversi paragrafi che descrivono il dramma della situazione demografica e lavorativa dei giovani in Italia aggiunge "La socialità negata (per nobili ragioni) durante la pandemia".

Anche a prescindere dal "disastro" scuola, la già difficile condizione giovanile in Italia è peggiorata sensibilmente dal 2020. I giovani sono stati i più colpiti nella loro vita sociale. In occasione dell'indagine Censis-Confcommercio "Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane", realizzata durante la scorsa primavera, sono state rivolte, nella seconda parte di aprile, ai responsabili degli acquisti delle famiglie (1.000) alcune domande su comportamenti e attese delle famiglie durante la pandemia. Esaminando le risposte del totale degli intervistati emergono alcune indicazioni interessanti su cosa è mancato di più durante il periodo della pandemia.

L’indagine Censis-Confcommercio “Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane”

Le diverse fasi di confinamento domestico o di limitazione agli spostamenti e all’utilizzo di determinati servizi, oltre a determinare impatti di varia natura e intensità sull’economia delle famiglie, hanno comportato rinunce e modifiche comportamentali. Come era facilmente prevedibile, quello di cui si è maggiormente sentita la mancanza è stata la libertà di incontrare amici e parenti (punteggio medio di 8,2 in un range da 1, minimo disagio, a 10, massimo disagio), seguita dalla possibilità di viaggiare (punteggio medio 7,3) e dalle gite fuori-porta nei fine settimana (6,9). Sostanzialmente tutto ciò che è riconducibile alla libertà di impiegare il proprio tempo libero nel modo preferito.

Tra le tipologie di esercizi/servizi la cui chiusura è pesata di più per la popolazione, si segnalano bar e ristoranti (6,3) seguiti da musei e altri luoghi di cultura (6,2) e cinema, teatri, eventi concertistici (6,0). La rinuncia all’attività sportiva è stata “dolorosa” più o meno come l’impossibilità di praticare lo shopping e accedere ai servizi di cura della persona come estetisti, parrucchieri e barbieri (dal 5,3 al 5,6). Voti decisamente più bassi per l’impossibilità di recarsi sul luogo di lavoro (3,2) e di frequentare locali notturni e sale da ballo (2,7).

Un ulteriore elemento di interesse sono le differenze generazionali nella percezione delle difficoltà. Il voto su quanto si è sentita la mancanza di diverse occasioni di socializzazione è stato, infatti, applicato agli intervistati suddivisi in tre classi di età. Dalla ricerca emerge che l’impedimento a poter vivere momenti di socializzazione è stato molto più gravoso per i giovani che per gli anziani con scarti molto significativi. Questo risultato, forse scontato al punto da essere completamente trascurato dal dibattito

pubblico, fa apprezzare ancora di più lo sforzo eccezionale che hanno fatto i giovani durante la pandemia a rispettare tutte le misure di contenimento alla diffusione del coronavirus.
Se l'impossibilità di incontrare amici e parenti è stata vissuta dalle fasce di età più giovani in linea con il dato medio, alcune voci mostrano invece scarti significativi. Ad esempio, la mancata frequenza di locali notturni e discoteche, pur essendo all'ultimo posto nella graduatoria, è stata vissuta dai giovani con maggior sacrificio rispetto alle fasce di età più adulte (quasi il doppio 4,2 contro 2,7). Analoga considerazione vale per le passeggiate, le cene e gli aperitivi fuori casa e la partecipazione a eventi sportivi.

La solidarietà genitori-figli

Al di là delle tante rinunce che in diversa misura hanno colpito tutta la popolazione e i giovani in particolare, è

interessante quello che emerge dall'indagine riguardo alle opinioni su quali siano state le fasce d'età maggiormente penalizzate dalla pandemia. Secondo gli intervistati la situazione emergenziale che si è venuta a determinare da un anno a questa parte ha visto tra gli "sconfitti" prima di tutto i più giovani, categoria indicata da circa il 46% delle risposte. Esaminando i giudizi espressi sulla base della classe di età emerge una sorta di solidarietà genitori-figli. Per i più giovani, l'attenzione è verso la classe di età nel pieno dell'attività lavorativa, cioè 45-64 (48,1%); per l'età pienamente lavorativa, l'attenzione non è affatto su di sé, anzi, ma è verso i giovani (54,4%); probabilmente madri e padri, figlie e figli, soffrono più delle sofferenze dei congiunti che direttamente delle proprie.

È verosimile che questo dato sia riconducibile al fatto che le famiglie hanno "toccato con mano" le difficoltà e lo spaesamento dei loro figli nel doversi adattare alla didattica a distanza e all'intermittente ritorno in aula, nell'impossibilità di socializzare con i coetanei, nelle limitazioni alla pratica sportiva. Pochi si concentrano sulle difficoltà degli anziani e a ben guardare neppure gli anziani stessi (il 12,8% del campione li ritiene i più penalizzati).
Si tratta di un risultato molto forte, considerando che gli anziani sono stati le principali vittime – in senso proprio – della pandemia e hanno dovuto subire un fortissimo confinamento domestico, avendo tra l'altro più difficoltà nell'organizzarsi una "vita in digitale" là dove era l'unica possibilità in essere. Ma i giovani che con il digitale hanno comunque affrontato le restrizioni, sono coloro che hanno rinunciato più di tutti al loro stile di vita nella lotta alla pandemia.

A Pisogne sul Lago d’Iseo l’aperitivo è dedicato a Woodstock

A Pisogne sulla sponda bresciana del Lago d’Iseo il Barbai è un locale ‘museo’. Qui l’offerta di cocktail, drink realizzati con mestiere si unisce alla proposta di mostre, per lo più di artisti locali. La convinzione del patron Maurizio Domestici è che anche i baristi possono fare cultura, non solo gastronomica, e che la passione per il bello può raggiungere con facilità i giovani, in un ambiente informale e conosciuto.
Domani, 25 maggio 2019, a partire dalle 19 è in programma una mostra-concerto dedicata a Woodstock, in occasione del 50° anniversario del leggendario festival di Bethel. La mostra si intitola “WOODSTOCK 1969-2019”.
Sulle pareti del locale ‘sfilano’ 25 opere – per lo più acrilici su tela formato 50×50 – in cui altrettanti studenti del Liceo artistico “Tartaglia-Olivieri” di Brescia interpretano e raccontano, con lo sguardo post millennial, i tre giorni di musica, peace and love sessantottini. Nel corso della serata il gruppo musicale Gillet Fusione & Lalla proporrà cover di alcune canzoni del concerto di Woodstock.
La partecipazione alla serata è libera, è gradito abbigliamento in stile anni ’60/’70. La mostra è visitabile fino al 24 luglio negli orari di apertura del locale ed è ideata e curata da Bruno Zoppetti, apprezzato artista e professore del Liceo Tartaglia-Oliviero di Brescia,. L’iniziativa è legata a Nistoc il festival di Sulzano che quest’anno sarà dedicato appunto a Woodstock. Sulle tele sono ritratti giovani spettatori e i musicisti icona dell’evento, da Janis Joplin a Grace Slick, Richie Havens, Alvin Lee. Con loro riprende vita un’epoca lontanissima dalla realtà dei

ragazzi di oggi, in cui i ragazzi erano mossi dalla appassionata fiducia di poter cambiare il mondo.
Dal 25 al 28 luglio la mostra si trasferirà a Nistisino di Sulzano all’interno del festival Nistock.
Barbai Piazza Vescovo Pellegrini Pisogne, Lago d’Iseo – Bs

SETTIMANA
Renzi al Colle: rimpasto che noia

[La locandina]

Torna l’appuntamento tecnologico con il Gruppo Giovani Imprenditori di Ascom Confcommercio

Dopo il corso “Google My Business: come comparire ai primi posti nei motori di ricerca” che è stato accolto con entusiasmo dai partecipanti, il Gruppo Giovani Imprenditori di Ascom Confcommercio Bergamo propone il secondo incontro tecnologico.

Dal titolo “Come sviluppare professionalmente la presenza online aziendale”, l’appuntamento di lunedì 15 ottobre, presenterà tutti i modi per utilizzare al meglio gli strumenti digitali che portano alla conquista e allo sviluppo della presenza online della propria azienda.

Il corso tenuto da Gianluca Sigiani, Digital & marcom consultant e CEO di ShareNow! Srl, si focalizza sul marketing, sull’importanza della SEO (Search Engine Optimization) per posizionarsi al meglio sui motori di ricerca e allestire una vera e propria rete editoriale digitale, sulle tecnologie e le regole di comunicazione, sull’utilizzo in modo professionale dei social network che oggi sono fondamentali e sul come, quando e perché dell’e-commerce.

La partecipazione al corso è gratuita previa iscrizione.

ASCOM BERGAMO
CONFCOMMERCIO
GIOVANI IMPRENDITORI

COME SVILUPPARE PROFESSIONALMENTE LA PRESENZA ON-LINE AZIENDALE

Lunedì 15 ottobre 2018
Ore 15.30

Aula corsi
Ascom Confcommercio Bergamo
via Borgo Palazzo, 137 - Bergamo

Il gruppo ***Giovani Imprenditori di Ascom Confcommercio Bergamo***, dopo l'incontro del 4 ottobre "Google my Business: come comparire ai primi posti nei motori di ricerca", organizza il secondo corso dal titolo "Come sviluppare professionalmente la presenza on-line aziendale".

L'obiettivo dell'incontro, della durata di circa 3 ore, è quello di fornire agli imprenditori una panoramica sistematica sulle modalità migliori per impostare le diverse attività digitali e aiutarli a conquistare e sviluppare la presenza della propria azienda sui siti on-line.

I TEMI TRATTATI

- il **marketing** prima di tutto
- l'importanza della **SEO** (Searc Engine Optimization) per posizionarsi al meglio sui motori di ricerca e allestire una vera e propria rete editoriale digitale
- le tecnologie e le **regole di comunicazione** per realizzare e gestire un buon web
- come utilizzare i **social network**, in particolare facebook e Youtube, in modo professionale e strategico
- fare **e-commerce**: come, quando e perché

Il corso sarà tenuto da *Gianluca Sigiani, Digital & marcom consultant e CEO di ShareNow! Srl* società di consulenza e servizi digitali.

La partecipazione al corso è gratuita previa iscrizione cliccando qui

Per info:
Ascom Confcommercio Bergamo - tel. 035.4120135 - alessandro.rota@ascombg.it

Vinitaly, le cantine bergamasche conquistano gli operatori stranieri

L’edizione 2018 di Vinitaly chiude con il segno positivo per le aziende bergamasche. Durante i quattro giorni la kermesse ha mostrato particolare interesse per i vini del nostro territorio. La dimostrazione più lampante è arrivata proprio dai visitatori della fiera che riconoscevano i vini del Consorzio caratterizzati dall’effige del Colleoni e chiedevano di degustarli. La novità e la tendenza dell’ultima edizione ha riguardato l’attenzione ai vini biologici, presenti in molti stand.
Anche il Consorzio del Moscato di Scanzo ha raccolto sensazioni positive dal Vinitaly, così come il padiglione delle birre dove il birrificio artigianale Otus, in partenza per la fiera di Singapore, ha fatto il pieno di pubblico, sia italiano che straniero.
“Vinitaly si conferma un evento che genera interesse da parte del pubblico straniero – ha commentato il Presidente del Consorzio Valcalepio, Emanuele Medolago Albani -. Numerose delegazioni estere hanno chiesto di visitare i nostri stand, ciò implica che il Valcalepio inizia ad essere apprezzato, gira il nome anche tra il pubblico e i mercati stanno rispondendo”.
“Tantissima gente interessata e meno curiosi – è il bilancio di Sergio Cantoni direttore Cantina Sociale Bergamasca -. Abbiamo ricevuto visite anche da importatori stranieri provenienti da Singapore, Usa, Germania, Svizzera, Messico, Brasile, Cile, Taiwan e Giappone, sia in forma di Delegazioni ma anche importatori singoli. Un grande successo la degustazione emozionale. E dopo tanti anni abbiamo ricevuto ordini”
“Il bilancio è sicuramente positivo – afferma Enrico Rota della Villa Domizia 4R di Torre de’ Roveri -. La gente

interessata e la formula della piazza è risultata premiante per tutto il Valcalepio.
Il consumatore ha dimostrato un'attenzione legata al territorio e il vino si è confermato un ambasciatore naturale".
Esperienza positiva anche per Sereno Magri, produttore di Valcalepio e Moscato di Scanzo e per Marco Locatelli dell'azienda agricola Tosca che dice: "I contatti sono risultati molto buoni e abbiamo ricevuto visitatori da tutta Italia per assaggiare Moscato Scanzo. Molta curiosità anche da parte degli stranieri e in generale tantissima gente qualificata".
"Ottimo bilancio considerato il grande numero di espositori – afferma Marco Locatelli dell'azienda agricola Tosca -. Fare squadra con iniziative comuni è la carta vincente per generare movimento e trattative commerciali".
Franco Plebani del Calepino parla di un'affluenza più che buona: "Abbiamo avuto contatti positivi anche per la vendita, e visite di più operatori che privati. Abbiamo fatto squadra e oggi la nostra DOC è visibile e riconosciuta, con un Valcalepio richiesto e ricercato".

Passando al mondo della birra, le produzioni artigianali hanno mostrato di non avere confini e non essere così legate al territorio. Otus ha presentato ufficialmente a Vinitaly gli ultimi due prodotti, *ambra nera* e *australe*. "Abbiamo avuto relazioni da tutta Italia – oltre alla Lombardia il Lazio la Toscana e il Veneto – con un'attenzione particolare agli operatori internazionali con un grande successo per la birra italiana che rientra nel concetto del Made in Italy – racconta Giampietro Rota del birrificio Otus -. Se poi il prodotto è buono e con un packaging accattivante aiuta molto ad attirare operatore straniero. L'esperienza 2018 è molto positiva per il secondo anno consecutivo e questo dimostra l'attenzione verso il mondo artigianale della birra con un aumento delle quote di mercato".

I bambini bergamaschi e internet, primo accesso a 7 anni e mezzo

Solo lo scorso anno la media era 9 anni. Fotografia dell'Ats sul grado di connessione e i rischi per adolescenti e giovanissimi. L'iperconnessione può dare problemi di vista, sonno, di relazione e dipendenza

---

Giovani Ascom, le immagini della serata tra arte e solidarietà

La galleria fotografica della serata di beneficenza organizzata dal Gruppo Giovani Imprenditori dell'Ascom di Bergamo il 15 settembre 2017 all'Accademia Carrara

---

Giovani Ascom in aiuto ai bambini. Consegnati i fondi per la ricerca cardiologica

Quest'anno i proventi dell'evento benefico sono stati destinati all'associazione Azzurra. Staccato un assegno di

2mila euro

The green Wire, tre bergamaschi in bici per rilanciare il mondo bio

Il 18 giugno Alfredo Amadori, Sergio d’Adda e Alessandro Pagnoncelli partiranno per un tour lungo lo Stivale in difesa della terra e dei suoi prodotti. Ne nascerà un documentario. Promotore lo spazio Gate della Malpensata

---

Val del Fich, i formaggi da premio della “Giamburrasca” dei caprini

Federica Cornolti, 25 anni, s’è guadagnata anche la ribalta nazionale per la qualità dei prodotti che prepara nel suo allevamento di Ponteranica. I primi insegnamenti? Da Battista Leidi. «È un impegno gravoso, ma le soddisfazioni – a partire dall’apprezzamento dei clienti – annullano ogni fatica»

Nei quartieri o nelle associazioni, con BG+ i giovani possono prendersi cura della città

Il progetto, alla terza edizione, offre un ricco cartellone di proposte di volontariato e di impegno civico nel periodo estivo