Vincanto: a Carvico protagonista tutto il buono dell’Isola e della Valle San Martino

Da domani a domenica al Parco Serraglio degustazioni dei vini del Monte Canto e menù tipici del territorio.

Vino e buon gusto a km 0 per mettere in mostra tutto il buono dell’Isola e della Valle San Martino. Da oggi a domenica al Parco Serraglio di Carvico si alza il sipario su Vincanto, Percorso d’avvicinamento e degustazioni dei vini del Monte Canto con vini e menù tipici del territorio. Alla sua prima edizione, Vincanto è un evento focalizzato sul territorio, pensato dalle Proloco di Carvico, Sotto il Monte e Villa D’Adda e con il patrocino dei tre Comuni coinvolti che hanno deciso di unire idee e forze per proporre una quattro giorni dedicata all’enogastronomia locale.
Al parco saranno infatti ospiti le cantine e i ristoratori dei paesi del territorio che ogni sera proporranno menù e vini tipici: i piatti degli chef (del Ristorante La Corte del Noce, Ristorante Cà Maitino, Trattoria Visconti, Locanda Mandelli, Dolceria Fatur Cisano, Hotel Ristorante Fatur, Cascina Rigurida, Taverna Covo dell’Artista, Yoog-Le Golosità Sotto il Monte) saranno accompagnati dai vini delle cantine locali (Azienda agricola La Cà, Azienda Agricola Tosca, MezzaRipa, La Cantina Il Vigneto La Cascina, Cantina Val San Martino, La Rossera azienda agricola, Azienda Agricola Sant’Egidio, Azienda Agricola Tassodine).

Sarà possibile anche partecipare ad un percorso di avvicinamento ai vini che si terrà per tre serate (ore 20.30 – 22.00) a numero chiuso (costo iscrizione 50 euro per tre

serate: vini rossi, vini bianchi, spumanti. Iscrizione presso Ca'Bùsa Social bar 34929637909). Sempre presso Ca' Busa Social Bar tutte le sere, dalle 19 alle 23, accesso libero alla degustazione di vini, ad un costo di 10 euro. Ad accompagnare ogni serata anche musica ed eventi culturali.

La consegna della targa alla famiglia Bolognini

Durante «Vincanto» anche la cultura farà la sua parte e la Sala consigliare del Municipio di Carvico, ex palazzo Medolago Albani, ospiterà diverse serate: si comincia giovedì (ore 21.30) con la consegna della targa di riconoscimenti agli eredi del viticoltore Riccardo Terzi, mentre sabato (ore 18) alla famiglia Bolognini della storica trattoria omonima. "A ricordo di **Gianbattista Bolognini**. Ristoratore e viticoltore (6 gennaio 1950-19 febbraio 2022). Per la sua passione, dedizione e umanità nel promuovere il territorio" è il messaggio inciso sulla targa.

"Battista era un uomo semplice e perbene, schietto, sempre sincero, attento e rispettoso delle istituzioni. Si faceva voler bene dappertutto, anche in Ascom – ricorda **Oscar Fusini**, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo -. Era una persona semplice ma intelligente e, a suo modo, geniale. Fu il primo con i figli Cristian e Romina a capire come il prodotto tipico potesse fare la differenza a tavola, facendo il percorso inverso dell'agriturismo, cioè da ristoratore ad agricoltore, per fornire i propri prodotti a km 0 in cucina e coronando con questo anche quella sua grande passione per la terra che lo portava a lavorare nella sua vigna. Alla sua amata famiglia rivolgiamo un grande abbraccio da tutta la nostra Associazione e questa targa è un modo per mantenere vivo il ricordo di un grande uomo".

Tra le altre iniziative si ricorda anche la presentazione dei volumi "Casoncelli" e "Stracchini" editi dal Centro Studi Valle Imagna dell'autrice Irene Foresti (venerdì ore 17.30). Si chiude domenica (ore 10.30) con la presentazione del volume

“Oltre il confine, narrare la Val San Martino” – completamente tradotto in inglese – in collaborazione con la storica Cantina Val San Martino di Pontida, la prima costituita nella Bergamasca.

Orari: giovedì, venerdì e sabato dalle 19 alle 23; domenica dalle 10 alle 16.30. L’ingresso al parco è libero.

A Bra è tempo di Cheese

Dal 20 al 23 settembre a Bra va in scena la manifestazione “Cheese”, organizzata da Slow Food e giunta alla XII edizione. In Piemonte non mancheranno certamente le produzioni orobiche, tenuto conto che la provincia di Bergamo vanta il maggior numero di Dop, ben 9, in Italia. Insieme a Regione Lombardia, saranno presenti a Cheese anche i produttori Arrigoni Sergio Formaggi di Taleggio, Quattro Portoni di Cologno al Serio, Casarrigoni di Peghera, Cooperativa Sant’Antonio di Vedeseta.
All’iniziativa parteciperanno anche i presidi Slow Food Agrì di Valtorta, Stracchino all’antica delle Valli Orobiche e il Bitto Storico Ribelle.
Una delegazione di organizzatori della manifestazione, tra cui il vicesindaco di Bra, Biagio Conterno, il presidente dell’Azienda turistica Langhe Roero Monferrato, Luigi Barbero e il responsabile eventi di Slow Food, Carla Coccolo, ha fatto tappa anche all’aeroporto di Bergamo dove è stato allestito uno spazio ad hoc.

A Bra per tutto il weekend si prevedono più di 200mila visitatori, attirati da un grande evento internazionale che prevede anche un mercato di formaggi italiani e internazionali, una via dedicata agli affinatori, una gran sala dove verranno esposti tutti i formaggi e numerosi spazi dedicati a fare cultura e ai laboratori
Per informazioni e prenotazioni basta visitare il sito www.slowfood.it.

Food Film Fest, premiati i vincitori della sesta edizione

Cala il sipario sulla sesta edizione del Food Film Fest di Bergamo andato in scena da mercoledì 28 a sabato 31 agosto. Promosso dall'Associazione Culturale Art Maiora e dalla Camera di Commercio di Bergamo in collaborazione con Coldiretti Bergamo e Slow Food Valli Orobiche Bassa Bergamasca, con il sostegno di Ubi Banca, ASM e Comune di Bergamo, il festival è ad oggi uno dei più importanti festival internazionali cinematografici dedicato al tema del cibo e che per la sua originalità richiama ogni anno molti visitatori. L'obiettivo della kermesse è diffondere una cultura dell'alimentazione consapevole attraverso un concorso cinematografico internazionale che anche per questa edizione ha raccolto oltre 500 film provenienti da 71 nazioni in tutto il mondo, legati al tema del gusto, dell'arte culinaria, della corretta nutrizione e della produzione di cibo, della biodiversità e della memoria gastronomica come patrimonio collettivo da preservare.

I vincitori delle 3 categorie in concorso: Movie, Doc e Animation

Durante la serate finale di sabato 31 agosto, Luca Cavadini, Direttore Artistico di Food Film Fest, ha premiato i vincitori delle 3 categorie in concorso: Movie, Doc e Animation.

Per la categoria Animazione il premio è andato al giovanissimo regista canadese Max Shoham per il film "Hearth".

Per la categoria Food Movie vince Gionata Zanetta, regista del film "Rossini, music for the palate". Una produzione del 2018 in collaborazione con Giuliana Altamura (sceneggiatrice) e Zeno Gabaglio (consulente musicale).

Nella categoria Doc si aggiudica il premio il film girato in Senegal «Golden Fish, African Fish» di Thomas Grand regista francese.

Premi e menzioni speciali

Anche per questa edizione sono stati assegnati il premio speciale Ubi Banca per il miglior film di "Valorizzazione delle persone e dei territori" e il premio speciale della Direzione Artistica intitolato ad Emanuele Prati.

Due le menzioni speciali: Raffaella Castagnini, Responsabile Servizio Promozione e Sviluppo Economia Locale della Camera di Commercio di Bergamo, ha premiato Antonio Lastella, regista di Pathenopae Cornucopiam. La seconda menzione speciale è stata assegnata dall'avvocato Luigi Riccardi della Fondazione ASM a Claudio Pelizzer, regista di Wine on Garda Lake.

Il premio della Direzione Artistica, intitolato ad Emanuele Prati, è stato assegnato dalla moglie Antonella Prati ad Andrei Severny regista russo del film "Buried Seeds". Il premio conferito all'opera che più delle altre è stata in

grado di promuovere la “Valorizzazione delle persone e dei territori”, il premio UBI Banca, è andato a Clio Sozzani e Claudia Palazzi, registe di “Foodmakers go global – I noodles cinesi incontrano la pasta italiana”, film del 2018.

La serata finale è proseguita con l’appuntamento “Storie di Cibo”, con la partecipazione del Festival delle Lettere e dei musicisti Michela Podera al flauto traverso, Raffaele Mezzotti alla chitarra e Luca Andreini e Ottavia Sanfilippo alle letture.

Per ulteriori informazioni: www.foodfilmfestbergamo.com

Cool e con un tocco di esotico: ecco il ristorante del futuro

Il mondo della ristorazione vive un momento di grande fortuna e di profonde trasformazioni. Secondo il neonato Osservatorio Ristorazione che racconta i trend del fuori casa, nel 2018 (dati anche di Fipe), con 85 miliardi spesi i consumi hanno toccato i massimi storici, e si sono affacciate tendenze che porteranno a nuove abitudini alimentari. Come la crescita dei ristoranti etnici, dei locali che fanno cibi da asporto e delle catene. Insieme all'ingresso crescente della tecnologia in cucina, questi fenomeni trasformeranno in modo radicale il concetto stesso di ristorante.

Benvenuta globalizzazione: l'imperativo in cucina oggi è contaminare

Senza rinnegare le ricette del territorio e i prodotti a km zero che finora hanno rappresentato il diktat ai fornelli, la cucina si apre alla contaminazione con tradizioni gastronomiche differenti. E questo vale sia per i prodotti che per le cotture. Le frontiere sono ormai permeabili ed è la cucina che osa quella vincente, perché il consumatore italiano under 35 cucina sempre meno e, quando esce, va spesso in cerca di sapori nuovi e di esperienze insolite.

Non solo sushi. Il giro del mondo nel piatto

Sushi, kebab, zighinì, tandoori, empanada, gyros, polpo alla galiziana, pokè (insalata hawaiana con pesce crudo marinato, tagliato a cubetti).

Dal giapponese al messicano le cucine dal mondo piacciono, soprattutto in città, e la tendenza è in crescita. Negli ultimi cinque anni i locali etnici sono cresciuti del 40% e alla fine del 2017 erano 22.608, il 6,78% del totale dei locali. Gusto e risparmio ci hanno fatto avvicinare ai gusti

degli altri Paesi, in un melting pot che rappresenta una fusione di sapori, ma anche di culture. Dopo il boom di sushi e sashimi, che ancora spopola, scopriremo le cucine orientali: dai piatti coreani, filippini e indonesiani, a quelli dai sapori decisi nordafricani e mediorientali – marocchini, tunisini, egiziani, libanesi, siriani e turchi.

Boom dei piatti «senza» e dei cibi funzionali
Senza carne, senza lattosio, senza glutine, salutari e con poche calorie. I consumatori sono sempre più consapevoli e attenti alla propria alimentazione. Nei menù, oltre ai piatti di carne e pesce, entrano così anche quelli veg e i prodotti energetici, i cosiddetti superfood, ovvero gli ingredienti che fanno bene all'organismo, come il miso, probiotico naturale che esalta la sapidità, permettendo di ridurre il quantitativo di sale.

Verso il piatto unico
Anche il menù cambia: la carta tradizionale lascia il posto a offerte più veloci e leggere, articolate al massimo in tre sole portate, sul modello internazionale: starter (spesso condivisa da più persone), piatto principale con contorni e dessert oppure percorsi degustativi fatti di tante piccole portate. Una tendenza che si sta già vedendo. Il dolce diventerà il momento più conviviale del pasto, in una nuova veste: costruito come un blocco unico "dolce-caffè-amaro".

Bevande con meno alcol
Nei bar si berranno vini biologici, naturali e leggeri e aumenterà il consumo di bevande analcoliche. I drink con gin e vodka lasceranno il posto a quelli con Prosecco, Vermouth e distillati botanici, come il Seedlip, fatto di erbe aromatiche e completamente analcolico. Bollicine e aperitivi rimangono dei cult e a Bergamo come nelle altre città del Nord lo Spritz Aperol andrà per la maggiore.

I ristoranti del futuro? Economici e informali ma di qualità
Secondo l'Osservatorio Ristorazione, con un potere d'acquisto

medio in forte calo, è prevedibile che i consumi si andranno a concentrare nella fascia dei ristoranti economici. In particolare spopoleranno i locali a metà tra il ristorante classico e il fast food, con un'offerta gastronomica veloce ma di qualità, ambienti curati e servizio informale.

Cresce il cibo da asporto
Sempre più persone preferiscono consumare il pasto a casa invece che al ristorante. Il mercato del food delivery, senza contare il take away, nel 2018 valeva 1,1 miliardi in Italia. Il settore del cibo da asporto on line, secondo le stime di alcuni operatori del settore, è cresciuto in modo costante passando da 121 milioni nel 2016 a 350 milioni nel 2018 (+69%) e si prevede che raggiungerà i 590 milioni nel 2019. Con la comparsa di numerosi aggregatori e distributori di cibo a domicilio, arriveranno anche in Italia laboratori che producono cibo non aperti al pubblico che operano attraverso le piattaforme o che appartengono alle piattaforme stesse.

Ristorazione ovunque e a tutte le ore
Una volta se si usciva a mangiare la scelta era tra osteria, trattoria e ristorante. Poi sono arrivate le pizzerie. Ora le opzioni non si contano: bistrot, tavole calde, enoteche, agriturismi, senza dimenticare i locali che vendono un unico prodotto: hamburgerie, kebabberie, piadinerie, spaghetterie, prosciutterie. Il cibo inoltre si è spostato in luoghi nuovi e improbabili come librerie, negozi di alimentari, salumerie, pescherie e macellerie che hanno predisposto un angolo con tavoli e che stanno riscuotendo successo.

Il cibo diventa esperienza
I ristoratori dovranno ripensare il proprio locale non come erogatore di pasti, ma come fornitore di esperienze. Raccontare storie e tradizioni, creare esperienze diventano elementi di qualità per distinguersi e avere successo. Come insegna Starbucks che ha trasformato un prodotto semplice come il caffè in un elemento da cui partire per scoprire un'intera filiera produttiva, dal chicco alla tazza. Dall'esperienza

culinaria multisensoriale ai ristoranti pop-up permanenti che consentono la rotazione di brand o chef, passando per le cene narrative e i ristoranti a tema cartoon e supereroi, le idee sono tante. Anche nel nostro Paese ci sono esempi interessanti che via via si stanno diffondendo. Ad esempio i Bistrot Libreria RED che coniugano cibo e letteratura, eventi e intrattenimento in un ambiente famigliare e la catena Antica Focacceria San Francesco che celebra i piatti, i sapori e la tradizione della cucina siciliana, e, a Roma, il Movie Restaurant, quasi sempre sold out, che ospita in sala riproduzioni dei personaggi che hanno fatto la storia del cinema, dei cartoni americani e dei fumetti, da Terminator a Goldrake, dalla leggendaria spada laser di Luke Skywalker alle armi Uruk-hai del Signore Degli Anelli. Ovviamente anche il menù qui è a tema cinema. La pasta alla Carbonara diventa 'la pasta alla Carbonite', per un omaggio a Star Wars, e l'Amatriciana si chiama 'Amatrix'.

La tecnologia arriva in tavola

La tecnologia prenderà sempre più piede nei ristoranti e diventerà parte dell'esperienza gastronomica, con il doppio obiettivo di migliorare il servizio per il cliente e di aumentare la produttività del locale. Menù di realtà aumentata, app per fare l'ordinazione, postazioni con tablet e/o totem interattivi, fino ai tavoli digitali – grande trend del momento – vere e proprie stazioni di intrattenimento dotate di schermo touchscreen che permettono ai clienti di ordinare, giocare, pagare il conto, e in alcuni casi persino di vedere cosa succede in cucina e farsi i selfie; un servizio che piace soprattutto ai più piccoli e per i quali i genitori potrebbero essere disposti a pagare un extra pur di offrire uno svago ai figli durante i pasti. Nonostante in Italia in ambito ristorazione tali tecnologie stiano tardando ad affermarsi, alcuni ristoratori particolarmente innovativi, a partire dai fast food, stanno proponendo soluzioni simili.

La ristorazione è sempre più sostenibile

I consumatori vorranno sempre più essere informati a tavola, in particolare sui luoghi di produzione e gli ingredienti del cibo che mangiano. Nasceranno quindi nuovi concept di ristorazione con la propria produzione. Ristoranti e aziende alimentari, inoltre, non saranno più considerate solo per la bontà del cibo ma anche per il loro sistema di valori. Saranno premiate le attività che rispettano l'ambiente, i piccoli fornitori, il benessere degli animali, capaci di creare un posto di lavoro rispettoso e inclusivo e impegnate in attività solidali. Il mondo della ristorazione potrebbe rallentare e alcuni chef, anche nel nostro Paese, hanno già deciso di tenere aperto soltanto a cena e nei weekend. Ristoranti, catene di supermercati e produttori alimentari cercheranno di utilizzare sempre meno plastica e di ridurre la quantità di sacchetti e imballaggi e aumenterà il ricorso a imballaggi che derivano da materie organiche.

Dal passaparola a Instagram, come cambierà la scelta del ristorante

Un'indagine dell'agenzia di marketing RistoratoreTop contenuta nel Rapporto ed effettuata sui clienti di 500 ristoranti distribuiti tra Milano, Roma, Torino, Trento e Firenze, spiega con sorpresa che la scelta del ristorante oggi, come nell'era pre-internet, avviene per lo più con il passaparola (43,5%), seguito da Facebook (13,7%), Tripadvisor (13,3%) e Google (10,7%) e Instagram (7,9%). Ma a osservare ciò che sta avvenendo negli States è probabile che presto sarà Instagram il social network più utilizzato per il food.

Gadget e Playlist

I ristoranti cercheranno nuove idee per vendere e farsi conoscere, oltre al cibo. Ad esempio vendendo magliette o borsette con il proprio logo o rendendo disponibile su Spotify la propria colonna sonora o play list.

Pasti glitterati e app per mangiare bene

L'aspetto estetico delle pietanze diventerà ancora più importante. Negli Stati Uniti – che in fatto di tendenze fanno

scuola – la catena Dag Foods ha lanciato una pizza ricoperta di glitter arcobaleno, sulla stessa scia Coffee by Di Bell ha inaugurato il cappuccino glitterato e la catena Lost Bread invita il cliente a partecipare al condimento del piatto: il franch toast che si può personalizzare con diversi sapori da iniettare con siringhe. Il trend sta conquistando anche Milano dove c'è un boom di locali rosa.
Sono inoltre sempre più le start up che propongono diete bilanciate e calibrate sulle esigenze di ognuno.

Fenomeno kosher e halal
Kosher e halal sono sinonimi di puro, etico, lecito: alimenti che si possono consumare perché conformi alle severe regole ebraiche e musulmane che prevedono che il cibo venga cucinato in un certo modo e che gli animali vengano macellati con il rituale Dhabihah per i musulmani, Shechitah per gli ebrei.
Ultimamente però questo stile di vita alimentare si "apre" a un pubblico di consumatori più vasto perché gli alimenti sono oggetti di controlli meticolosi e quindi vengono considerati sicuri.
Non è un caso che quest'anno per la prima volta a TuttoFood 2019 sono stati integrati TuttoKosher e TuttoHalal per rispondere alle nuove domande di consumo.
Scelta azzeccata visto l'aumento dei ristoranti, locali e strutture in Italia che offrono alimenti halal e kosher. Determinante anche la tendenza mondiale: secondo uno studio di Persistence Market Research (PMR) il mercato kosher e halal crescerà dell'11,6% entro il 2025; il dato indica che i consumatori sono interessati, più che al lato religioso, alla sicurezza garantita del cibo.

Conclusa la prima “Serendipity Wines” con 33 medaglie d’oro

Si è conclusa con successo la prima edizione del Concorso enologico internazionale Serendipity Wines, una manifestazione che ha visto Bergamo e il nostro territorio protagonisti mondiali dell’enologia. L’iniziativa è nata per favorire l’incontro inaspettato e piacevole con vini speciali, capaci di emozionare, di trasmettere sensazioni positive e totalmente inaspettate. L’idea è stata quella di portare il pubblico a scoprire quei vini che, nella vita di tutti i giorni, risultano più difficili da incontrare.

Serendipity è un termine inserito nella lingua inglese colloquiale, ha un'origine antica e affascinante e ha come obiettivo portare all'attenzione emozioni assolutamente inaspettate, quasi per caso, nel corso di altre imprese.

Più nello specifico, i vini ammessi al Concorso Enologico Internazionale "Serendipity Wines" sono vini passiti, liquorosi, fortificati e aromatizzati.

Si tratta di tutti quei vini che, nel corso degli anni, hanno ricevuto le più varie definizioni: da meditazione, da rilassamento, da conversazione … ecco, a noi piace definirli Serendipity Wines, i vini inaspettati che ti sorprendono in maniera positiva e ti lasciano un'emozione.

Il Concorso Enologico Internazionale "Serendipity Wines" è promosso dall'Associazione Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori Bergamaschi sotto la supervisione dell'Organisation de la Vigne et du Vin (OIV) e con il supporto scientifico del Centro Studi Assaggiatori di Brescia.

Venerdì 17 maggio una giuria di esperti tra tecnici, enologi e giornalisti, ha valutato i 124 campioni di vino presenti (passiti, liquorosi, fortificati e aromatizzati) giunti da tutto il mondo.
Sabato mattina, presso la sala consiliare del Comune di Scanzorosciate, al termine della tavola rotonda, sono stati eletti i vini vincitori con 33 medaglie d'oro e 5 d'argento. Tra i bergamaschi sono stati premiati 6 produttori di Moscato di Scanzo (Tallarini, Cavalli Faletti, Fejoia, La Rodola, De Toma, Magri Sereno) e 3 aziende che producono Valcalepio Moscato Passito (Cantina Sociale Bergamasca, Tallarini, Orsini Giuseppe).

Sabato e domenica l'attenzione si è spostata sul banco d'assaggio aperto al pubblico e allestito nel chiostro dell'Abbazia benedettina di San Paolo d'Argon. Tutti hanno avuto la possibilità di degustare i migliori vini alla

presenza dei numerosi soci della Strada, tra i quali segnaliamo Regione Lombardia, Consorzio Tutela Valcalepio, Aspan Panificatori Bergamaschi, Il Rudere di Ranica, Fejoia e Il Cipresso di Scanzorosciate, Cantina Sociale Bergamasca di San Paolo d'Argon, Medolago Albani di Trescore Balneario, La Rovere e Quattroerre di Torre dè Roveri, Arrigoni di Pagazzano, IBS di Azzano San Paolo e Quattro Portoni di Cologno al Serio. Nella due giorni era presente la Fondazione ISB di Torre Boldone, con docenti e ragazzi che hanno aiutato nello svolgimento sia del Concorso che del banco d'assaggio.

"Come prima edizione del Concorso Enologico Internazionale Serendipity Wines non possiamo che essere ampiamente soddisfatti per il risultato ottenuto nell'individuare un modo alternativo per promuovere il nostro territorio – commenta Enrico Rota, presidente della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca -. Con Serendipity Wines abbiamo messo sotto i riflettori la nostra provincia e le sue produzioni (non solo enologiche). Anche il banco d'assaggio dei vini vincitori ha ricevuto importanti consensi: un ringraziamento particolare agli enti e ai produttori presenti che hanno deciso di sostenere la nostra manifestazione".

C017
C025
C029
C09
C05
C011
C01
2015
valcalepio

Strada del Vino
VALCALEPIO
e dei Sapori
della Bergamasca
STRADE DEI VINI
E DEI SAPORI
DI LOMBARDIA
Regione
Lombardia
Regione
Lombardia
Serendipity
WINES
CONCORSO ENOLOGICO INTERNAZIONALE
Vini passiti, liquorosi
e aromatizzati
Regione
Lombardia

Serendipity
WINES
CONCORSO ENOLOGICO INTERNAZIONALE
Vini passiti, liquorosi
e aromatizzati
Strada del Vino
VALCALEPIO
e dei Sapori
della Bergamasca
Serendipity
WINES
CONCORSO ENOLOGICO INTERNAZIONALE
Vini passiti, liquorosi
e aromatizzati
Tomazzoli Lorenzo
Kumagawa Yuki

A Sarnico degustazioni “divine”

Sabato 4 e Domenica 5 maggio 2019 tornano a Sarnico due giornate dedicate agli amanti del vino. “Lago diVino” porta in Piazza le eccellenze del territorio dando la possibilità di apprezzare le etichette della Franciacorta e della Valcalepio. Le degustazioni sono riservate esclusivamente ai possessori di Kit, acquistati presso lo Stand dell’Organizzazione (anche in prevendita) al costo di € 12,00 (calice e sacca inclusi). I primi 500 “degustatori” riceveranno la sacca porta calice

realizzata in occasione del riconoscimento a Sarnico quale “Borgo Liberty 2017”.
La manifestazione è organizzata dall’Associazione Commercianti di Sarnico

Programma-Un-Lago-di-Vino-2019

Vinitaly, al via la nuova edizione tra biologico e design

È iniziato il conto alla rovescia per l’appuntamento più amato dagli operatori e appassionati di vini e distillati. La 53esima edizione di Vinitaly si terrà a Veronafiere dal 7 al 10 aprile. Dopo un anno e 40 eventi promozionali in Italia e all’estero, il salone si annuncia nel segno di nuovi record e sfide e il consueto fittissimo calendario di appuntamenti e degustazioni.

Tra le proposte italiane, ci sarà anche Bergamo che metterà in vetrina il Moscato di Scanzo e i vini della Val Calepio.

Tante le novità quest’anno, in particolare due: L’Organic Hall, dedicata alle aziende produttrici di vini e prodotti biologici, e il Vinitaly Design ed Enolitech, dove si potranno trovare prodotti e accessori dedicati alla promozione del vino, tra cui oggettistica, arredamento per cantine e enoteche, confezioni regalo e packaging personalizzato.

Al salone sono attesi buyer da 50 paesi. Con i cinque continenti rappresentati la rassegna veronese conferma l’attenzione ai mercati storici quali Nord America, Regno

Unito, Germania o Giappone, solo per citarne alcuni, e verso le nuove piazze dove il consumo di vino sta diventando sempre più una tendenza: Cuba, Messico e Colombia ad esempio guardando a ovest, Cina, Thailandia Vietnam e Filippine volgendo lo sguardo a est.

Dal 5 all'8 aprile si potrà visitare anche il salone Vinitaly and the city, sotto la direzione di Paolo Massobrio, con programmi e iniziative mirate alla diffusione della cultura del vino, del bere moderato e consapevole.
Alla vigilia dell'inaugurazione di Vinitaly, il 6 aprile, OperaWine propone il Grand Tasting dei migliori 103 vini italiani selezionati da Wine Spectator per l'edizione 2019, nell'unico evento organizzato all'estero dall'importante rivista statunitense.
In contemporanea con Vinitaly ed Enolitech, dal 7 al 10 aprile 2019 è in programma Sol&Agrifood, il Salone Internazionale dell'Agroalimentare di Qualità, che ha quali focus specifici l'olio extravergine di oliva (Evoo), le birre artigianali e i prodotti alimentari realizzati da piccole e medie aziende del comparto (www.solagrifood.com).

Prevenzione di incidenti stradali e bere responsabile: Parte il progetto "Safe Driver"

Dopo il successo delle precedenti edizioni parte anche quest'anno il progetto "Safe Driver" che mira a prevenire gli incidenti stradali alcol-correlati con l'obiettivo di favorire la diminuzione del numero di guidatori con tasso alcolemico

superiore allo zero. La campagna del Progetto Safe Driver rientra nelle iniziative Notti in Sicurezza, coordinato dal SerD di Bergamo e formato da ASST PG23, ATS Bergamo, Polizia Stradale di Bergamo, Croce Rossa Italiana Delegazione di Bergamo, Rotary Club Dalmine Centenario, Bolgia, Dj's from World, Associazioni Genitori Atena e con la collaborazione dell'ACI di Bergamo, della Polizia Locale Bergamo, del Comune di Bergamo Assessorato alle Politiche Giovanili, dall'ASCOM di Bergamo.

Il Progetto "Safe Driver" si basa sulla costante presenza di numerosi volontari e operatori del SERD appositamente formati, che nei pub, discoteche e bar del nostro territorio, distribuiscono a tutti i frequentatori, materiale informativo per sensibilizzare all'uso responsabile delle sostanze alcoliche, dei gadget ed etilometri monouso. Per chi si accinge alla guida, poi, i volontari danno la possibilità di misurare il proprio tasso alcolemico: qualora risultasse zero, verrà consegnato un buono valido per un ingresso omaggio nella stessa discoteca o per una consumazione analcolica.

"*Anche quest'anno, dopo quattro edizioni di grande successo, riparte il progetto "Safe driver", al quale parteciperanno più di 30 locali e discoteche della città. Cerchiamo locali di alta frequentazione di giovani perché il progetto è legato alla riduzione del consumo di alcol soprattutto per chi si deve mettere in guida. Inoltre, nel ambito dell'iniziativa c'è la possibilità di fidelizzazione al locale per chi ha tasso alcolemico pari a 0 all'uscita e quindi può usufruire di un alcol free o dell'entrata gratuita alle discoteche. Circa 3.000 misurazioni fatte nei locali della città e 400 "safe drivers": si stima che circa 8.000 persone abbiano usufruito dei guidatori sicuri. Oltre alla misurazione del tasso alcolico, abbiamo a disposizione delle maschere che simulano l'alcolemia per poi spiegare gli effetti del consumo di bevande alcoliche e chiediamo che ci sia almeno un guidatore sobrio. In più, diamo visibilità ai volontari, e diamo un*

servizio per chi ha perso la patente per l'articolo 186/87 di svolgere le ore socialmente utili in questo progetto, che i consumatori accolgono molto volentieri", spiega il coordinatore del progetto "Safe Driver", Andrea Noventa.

"*Prosegue anche questo il progetto "Safe driver" che negli anni scorsi ha visto la partecipazione di numerosi locali con un obiettivo nobile: prevenzione di incidenti stradali e bere in maniera responsabile. Ascom è della partita e numerosi locali anche quest'anno parteciperanno e quindi ci saranno delle novità che ci terranno compagnia da qui all'autunno*", afferma il responsabile marketing di Ascom Confcommercio Bergamo, Giorgio Lazzari.

Le prossime uscite del Progetto Safe Driver sono le seguenti:
Bergamo Sex – Bolgia 1 febbraio dalle 20 alle 3.00
Edonè Merio – Hip-Hop, dalle 21 alle 2.00
Druso – Ranica Hot Shot 90 in da House (party anno '90) il 2 febbraio dalle 21.00 alle 2.00
Setai, Mamacita DJs , 8 febbraio dalle 23.00 alle 4.00
Bolgia, Happy Birthday Franchino at Bolgia, Franchino Zorro , dalle 22.30 alle 6.00
Druso, 80's revival night

Foto dall'incontro che si è tenuto lunedì 28 gennaio in Ascom Confcommercio Bergamo l'incontro tra l'Ats e i locali che aderiscono all'iniziativa

---

Turismo enogastronomico: Gli italiani scelgono le loro mete in base al buon cibo

Nel film "Mangia, prega, ama" Elizabeth Gilbert, che viene interpretata dalla pluripremiata Julia Roberts, dopo il suo divorzio difficile decide di lasciare tutto, per intraprendere un lungo viaggio. Tra le tappe, che la donna racconta nel suo diario, sceglie l'Italia per il suo soggiorno di quattro mesi in Italia, visitando Roma e Napoli, scoprendo i piaceri della buona cucina italiana e godendosi la vita nel dolce far niente.

Pasta, pizza, carne, pesce, dolci: la gastronomia e pasticceria italiana offre una vasta gamma di prelibatezze che conquistano i palati più esigenti e funzionano da volano per il turismo. E' quanto emerge dalla seconda edizione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano pubblicato sotto la supervisione scientifica della World Food Travel Association e dell'Università degli studi di Bergamo, con il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, di Enit – Agenzia Nazionale del Turismo, Federculture, ISMEA, Fondazione Qualivita e Touring Club Italiano, presentato a Milano dall'autrice Roberta Garibaldi.

Si scopre, quindi, che il turismo enogastronomico continua a crescere: +48% di interesse in un anno, percentuale che coinvolge il 45% dei turisti italiani. Sono sposati o convivono e provengono da tutto il Paese, in particolare dall'Italia meridionale: in queste regioni, infatti, la propensione a viaggiare con motivazioni legate all'enogastronomia arriva al 52%, contro un 47% nelle regioni del Centro Italia, un 41% per quanto concerne i territori del Nord Ovest e un 39% del Nord Est. Questo segmento turistico interessa in modo trasversale tutte le generazioni, in primis gli appartenenti alla Generazione X (ossia i nati tra il 1965 e il 1980) e ai Millennials (1981-1998): il 47% dei primi e il 46% dei secondi ha dichiarato di avere svolto viaggi di natura enogastronomica, con un incremento di interesse dei Millennials dell'86% su base annua, i quali prediligono destinazioni dove quest'offerta è ampia e diversificata e si integra armoniosamente, sia con un contesto di particolare pregio paesaggistico, sia con un'identità culturale forte e radicata nella popolazione residente. Ad affermarsi è quindi il concetto di "paesaggio enogastronomico", ovvero quell'insieme di cultura, persone, ambiente, attività e prodotto tipico, che il turista italiano prende sempre più in considerazione quando sceglie la meta del suo prossimo viaggio.

Il 98% dei turisti italiani ha partecipato ad almeno una esperienza enogastronomica nel corso di un viaggio compiuto negli ultimi 3 anni. Fra le più popolari figurano, oltre al gustare prodotti tipici, visitare un mercato (82%) e il recarsi presso bar e ristoranti storici (72%). Grande interesse suscitano le esperienze di visita ai luoghi di produzione, con in primis le aziende agricole (62%) che registrano un tasso di interesse maggiore rispetto alle cantine (56%), mentre il 68% dei turisti italiani vorrebbe che l'Italia avesse un museo nazionale dedicato alla sua ricchezza enogastronomica.

E l'Italia cosa sa e può offrire? Secondo il Rapporto, 825 prodotti agroalimentari e vitivinicoli ad Indicazione Geografica, 5.056 Prodotti Agroalimentari Tradizionali, 4 beni enogastronomici inseriti nella lista del patrimonio tangibile e intangibile dell'UNESCO, 2 città creative UNESCO dell'enogastronomia, 334.743 imprese di ristorazione, 875 ristoranti di eccellenza, 23.406 agriturismi che offrono servizi di alloggio, ristorazione e altre proposte turistiche, 114 musei legati al gusto, 173 Strade del Vino e dei Sapori. A ciò si aggiungono una molteplicità di esperienze a tema, quali visite e degustazioni nelle cantine, nei birrifici e nei frantoi, sagre e feste enogastronomiche, esperienze di social eating e cooking class che trovano uno spazio sempre maggiore nell'offerta degli intermediari tradizionali e online. Un'offerta consistente in termini numerici che nell'ultimo anno è cresciuta, anche se in modo non consistente per tutte le tipologie, e che riflette la ricchezza e la varietà del patrimonio eno-gastro-turistico-italiano, da Nord a Sud, nelle maggiori città così come nei luoghi periferici.

Per Roberta Garibaldi, autrice della più completa e autorevole ricerca sul settore: "Si tratta di un dato importante, che non solo certifica la crescente rilevanza di questo segmento turistico tra i viaggiatori del Belpaese, ma che deve diventare un forte elemento di attenzione per tutte le

destinazioni italiane, per stimolare un’offerta eno-gastro-turistica sempre più strutturata”.

Un bicchiere dedicato per il Moscato di Scanzo

Un bicchiere made in Italy distribuito da un’azienda bergamasca, Ro.s. Srl, leader nella ricerca, innovazione e

design nelle forniture ad alberghi e pubblici esercizi. Dopo due anni di ricerche è stato presentato il bicchiere studiato per apprezzare al meglio un prodotto unico della nostra terra, come il Moscato di Scanzo.

Si è partiti con decine di modelli, per scendere a 5 bicchieri che sono stati messi a disposizione dei produttori, in modo che li provassero. La scrematura è proseguita fino ad arrivare al modello vincente, prodotto dall'azienda Luigi Bormioli di Parma, un'eccellenza del made in Italy, che ha personalizzato il contenitore della preziosa DOCG bergamasca, incidendo alla base il nome Moscato di Scanzo. Il bicchiere ufficiale del Consorzio è cristallino, con una forma moderna ed elegante, ideato e studiato nei minimi dettagli per non far salire al naso la parte alcolica del vino, in modo da far emergere i profumi e le note aromatiche.

Alla serata sono intervenuti, presentati da Fabrizio Pirola, il sindaco di Scanzorosciate, Davide Casati, il presidente del Consorzio del Moscato di Scanzo, Paolo Russo, i fondatori di Ro.s. Srl, Sergio Pezzotta e Antonella Giupponi, il parlamentare Marzo Zanni e il consigliere regionale Dario Violi. Tutti hanno tessuto le lodi per il risultato ottenuto, che punta a valorizzare ancora di più un prodotto come il Moscato di Scanzo, apprezzato ed esportato in tutto il mondo.

Per informazioni: www.consorziomoscatodiscanzo.it

CONSORZIO DI TUTELA
MOSCATO di SCANZO