

Bottura a Bergamo, la cena è sold out. Ma ecco cosa cucinerà

Presto esauriti i 72 posti al Balzer. Chi non ci sarà si consoli con il menù

Borgo Santa Caterina, per i locali resta il coprifuoco

Dopo il ricorso dei gestori, il Tar non ha sospeso il nuovo regolamento comunale né l'ordinanza del sindaco. La valutazione sul merito rinviata al 21 ottobre

Filippa Lagerback: "Non vedo l'ora di provare il Moscato di Scanzo"

Negli anni 90 è diventata famosa in Italia per lo spot tv di una famosa birra e da quel momento la sua carriera non si è più fermata: moda, pubblicità e televisione hanno caratterizzato la sua vita, complice una bellezza fiera e un sorriso che non lascia indifferenti. È Filippa Lagerback, svedese di origine, ma ormai italiana per scelta (qui ha

trovato lavoro, amore e famiglia), che sarà l'ospite d'onore venerdì 4 settembre alla 10° edizione della Festa del Moscato di Scanzo. «Conosco Bergamo abbastanza bene – racconta a La Rassegna.it. – L'ho visitata più volte, perché ho degli amici che abitano in città e poi perché adoro la tradizione culinaria bergamasca. Sono sempre molto curiosa di scoprire nuovi piatti e ricette particolari e poi ritengo importante la convivialità della tavola, perché unisce ed aggrega le persone. E ovviamente non deve mai mancare un buon bicchiere di vino, per rendere completi i piatti e più piacevole lo stare insieme».

E al riguardo aggiunge: «Ho un buonissimo rapporto con il vino, mi piace berlo a tavola e mi piace scoprirlo. L'Italia è ricca di un'importante tradizione vinicola e ci sono molti addetti del settore, che lavorano con passione e sacrificio per realizzare un prodotto eccellente. Quando riesco, visito le cantine "minori" quelle del produttore piccolo e non famoso e scopro sempre che la qualità è invece al massimo livello».

Cosa apprezza dei vini italiani?

«Offrono una qualità molto buona ad un prezzo ragionevole e sono eccellenti "foodwines", cioè perfetti negli abbinamenti a tavola. E poi la scelta è ampia e tale varietà rende il panorama enologico italiano davvero interessante».

C'è un vino che preferisce?

«In realtà non ne ho uno preferito, perché come ho detto, mi piace sperimentare; se posso scegliere, opto per un vino bianco fermo, ma dipende dal contesto e da cosa sto mangiando: alle volte un buon bicchiere di vino rosso diventa la ciliegina sulla torta per un primo piatto gustoso o per certi antipasti. Sono anche molto curiosa di assaggiare il Moscato di Scanzo, che mi hanno detto essere vellutato e corposo con un gusto equilibrato e moderatamente dolce. Perfetti quindi da abbinare a formaggi erborinati, a pasticceria secca e a certi tipi di cioccolati fondenti».

In Svezia che vini si bevono?

«Dopo un dominio di anni che ha visto protagonisti i vini provenienti dal Sudafrica, oggi sono gli italiani a farla da padrone; i vini preferiti sono quelli con un alto residuo zuccherino come l'Amarone e lo Zinfandel; al tempo stesso sono molto apprezzati anche i vini spumanti come il Metodo Classico ed il Prosecco. Forse non tutti lo sanno, ma il governo svedese detiene il monopolio sulle vendite al dettaglio del vino e delle bevande alcoliche in generale; ciò significa che le vendite al cittadino sono effettuate attraverso l'azienda di proprietà statale Systembolaget che ha più di 410 punti vendita nell'intera nazione. Considerato che non esiste concorrenza, il vino venduto è sempre di buona qualità e senza massimizzazione del profitto. Per qualcuno può sembrare una "forzatura", in realtà è un modo per tutelare la salute delle persone e per creare una buona cultura del bere, evitando il commercio di prodotti scadenti e di bassa qualità».

Considerato che è una mamma e una donna che lavora molto, come riesce a conciliare famiglia e lavoro?

«È difficile, ma per quanto mi riguarda molto facile: ho scelto di mettere al primo posto famiglia e ciò significa che in passato ho rinunciato a proposte interessanti perché mi portavano lontano da loro. È fondamentale stare accanto ai figli, dedicare loro tutto il tempo che si ha a disposizione, ascoltarli ed aiutarli a crescere, anche se ciò richiede dei sacrifici e delle rinunce nel campo professionale. Ma sono anche fortunata: il mio compagno mi aiuta molto e il lavoro di squadra fa sempre la differenza, sia che si faccia parte del mondo dello spettacolo sia che si lavori in ufficio. Lo diceva anche Goethe, "è necessario unirsi, non per stare uniti, ma per fare qualcosa di bello e importante insieme"».

La vendita di Italcementi e i campanilisti di retroguardia



L'impianto Italcementi di Calusco

Già prima della globalizzazione il campanilismo economico aveva cambiato dimensione. Una volta esistevano vere banche (non semplici filiali) di quartiere. C'era anche fino alla fine degli anni Sessanta una ora impensabile Cassa Popolare di Depositi e Prestiti dell'Alta città di Bergamo. Poi anche la dimensione di un singolo paese è diventato troppo piccolo. Resiste come simpatica e ancora valida eccezione che conferma la regola la Bcc di Mozzanica, ma se si amplia il discorso si vede che ci sono ormai addirittura intere province che non hanno una vera banca di "campanile". Come a Varese, ad esempio, per responsabilità della Popolare di Bergamo che prima ha acquistato il Credito Varesino, poi ha incorporato la Comindustria e la Popolare di Luino. Si vedrà adesso come andrà a finire con Ubi, mentre già la regione inizia a diventare una dimensione minima con la prospettiva futura che anche l'Italia finirà per diventare stretta.

Le aziende sono già più avanti rispetto al processo in corso nel credito. Adesso qualcuno piange, in maniera anche poco dignitosa, la "perdita" dell'Italcementi, come già aveva fatto

quando il Credito Bergamasco è stato fuso nel Banco Popolare. In un campanilismo a senso unico e dalla memoria corta aveva però osannato in precedenza quando il Creberg aveva incorporato il veneziano Banco San Marco e quando la stessa Italcementi aveva preso il controllo di Ciments Français.

Se si festeggia quando si comprano i francesi e ci si straccia le vesti quando si viene comprati dai tedeschi è perché cambia la visuale di prospettiva di uno stesso fenomeno. L'Italcementi è arrivata alle attuali dimensioni attraverso una serie di acquisizioni, prima in Lombardia, poi in Italia, infine in Europa e quindi nel mondo. Lo stesso ha fatto Heidelberg. Alla fine sono i tedeschi che comprano gli italiani (perché nonostante tutti gli eufemismi che parlano di matrimonio, questa è una acquisizione a tutti gli effetti). Avrebbe potuto anche essere viceversa – e allora ci sarebbero i commenti sulla brillante operazione di conquista – ma non lo è stato. Forse perché sono mancate le forze, più che la volontà: lo si capirà meglio probabilmente tra qualche anno. L'operazione industrialmente ci sta, considerato che in questo modo nasce il secondo gruppo cementifero europeo, dietro al risultato di un'altra aggregazione, in questo caso più alla pari, ma non del tutto, tra la svizzera Holcim e la francese Lafarge. E ci sta anche finanziariamente, perché Italcementi non viene pagata poco, anche se, in altri tempi, forse irripetibili, le sue quotazioni borsistiche erano ben superiori al prezzo dell'offerta.

Non è quindi una svendita, né un'operazione che si pone l'obiettivo di distruggere valore, nonostante sposti il baricentro dell'azienda fuori dall'Italia con possibili ripercussioni occupazionali nel quartiere generale, anche se con ogni probabilità più limitate di quanto viene temuto e nel complesso gestibili senza particolari traumi.

Il problema più ampio diventa a questo punto quello di una progressiva perdita di potere decisionale non tanto bergamasco quanto italiano all'interno delle grandi aziende. Italcementi

segue Pirelli, dove prenderà il timone ChemChina. Ma è solo l'ultimo anello di una lunga catena, che comprende tra i tanti casi Merloni-Indesit, Telecom (dove da poche settimane il primo azionista è la francese Vivendi) o AnsaldoBreda. Anche se i casi sono differenti uno dall'altro, viene sfatato il mito degli anni scorsi, quando allo spostamento di produzioni fuori dall'Italia si raccontava che un conto erano le braccia e un altro era il cervello, che invece restava saldamente in patria. Dopo alcuni anni però inevitabilmente il cervello sta seguendo le braccia, perché non ha più ragione di stare staccato, in una separazione tra l'altro che facilita le successive operazioni di vendita.

Ad ogni acquisizione di un'azienda da parte di un'impresa straniera, in ogni caso parte il ritornello sull'Italia in svendita, dimenticando che questo avviene prima di tutto per l'incapacità degli italiani di tenersele. E anche se non ci si può lamentare in fondo se per acquisire le aziende italiane arrivano le classiche offerte tanto generose da non potere essere rifiutate, le continue cessioni ricordano molto la fine degli anni Sessanta, quando tanti hanno ceduto l'azienda perché poco fiduciosi sul futuro del fare impresa in Italia. E questo sarebbe più preoccupante delle vendite in sé.

Dato che si parla di globalizzazione però è bene anche avere uno sguardo globale. Nei giorni scorsi la Cgia ha diffuso dei dati dove si rileva che nel 2014 solo in Italia, Slovenia e Finlandia, su tutta l'eurozona, c'è stato un aumento degli investimenti stranieri diretti. Ma se si guarda al contributo dello stock degli investimenti diretti esteri questi risultano essere in Italia pari al 17,4% del Pil, come all'inizio della crisi, il dato più basso di tutti, con l'eccezione della Grecia (8,5%). La presenza di tante Pmi spiega parzialmente questo ritardo, ma in quest'ottica la cessione dell'Italcementi potrebbe essere solo l'inizio di un riallineamento che interesserà inevitabilmente la vendita di altre aziende. I campanilisti di retroguardia preparino i

necrologi nei quali sono specializzati.

Bergamo Buskers Festival, fine settimana con gli artisti di strada

Sabato 5 e domenica 6 settembre in Borgo San Leonardo la terza edizione della rassegna con spettacoli gratuiti. Venerdì aperitivi e visita storica guidata

Caro Franceschini, investa sui giovani e non sugli stranieri



Il ministro Franceschini è, probabilmente, una bravissima persona. Certo, visto così, non dà l'idea di essere un'aquila o un pozzo di scienza e, dovendogli affidare un ministero, forse forse sarebbe andato meglio quello delle riforme, che, data l'assoluta

mancanza di riforme, è un'assoluta sinecura. Però, lui, da bravo soldatino, ha cercato di aggiornarsi, di rendersi degno dell'alto incarico: si è fatto crescere una barba da filosofo, che, nell'ambiente della politica, che è tutto apparenza e niente sostanza, a un dipresso vale quanto una laurea in filosofia; e, adesso, si sente pronto per l'arduo compito di radere al suolo Pompei.

Tanto, deve aver pensato, in Italia di cultura non si parla mai, quindi, anche se combino qualche bischerata, non se ne accorgerà nessuno! Non immaginava, il malcapitato, che proprio lui avrebbe creato lo scoop destinato a portare la cultura sulle prime pagine dei giornali. La notizia è che sono stati nominati i direttori di venti musei italiani. Anzi, la notizia è che, di questi venti, sette sono stranieri. In realtà, non è una gran notizia: però, siccome qui da noi, ormai, la tifoseria si divide tra internazional-europeisti, che accusano di misoneismo gli avversari, e identitar-nazionalisti, a loro volta pronti a dare dell'antitaliano al nemico, anche una non notizia può trasformarsi nel solito circo equestre. E così è, puntualmente, accaduto.

Da una parte, ci sono dei fessi che pensano che faccia straordinariamente figo affidare ad uno straniero l'amministrazione del nostro Paese: gente che parla di governance, di startup e di jobs act, come se si trovasse a Petaluma o a Nantucket, anziché sul Sentierone. Dall'altra parte, ci sono quelli che hanno scoperto il patriottismo quando gli è arrivato il primo stipendio da parlamentare: gente che non sa nemmeno cosa sia uno studio severo, un lavoro indefesso, ma che farnetica, ugualmente, di studio e di lavoro, facendo leva sull'orgoglio nazionale di un popolo di bruti, che si risveglia solo ogni quattro anni, per i mondiali di calcio. Insomma, una bella gara tra gonzi. E, in mezzo, c'è lo ieratico Franceschini, con la sua barbetta da Cacciari, la sua faccia da Cacciari, le sue giacchette da Cacciari: se avesse anche il quadro neurologico di Cacciari, saremmo a

cavallo: purtroppo, invece, i neuroni sono quelli di Franceschini, e ci dobbiamo un tantino accontentare. Si vede che, di fronte alla vexatissima quæstio delle nomine dei direttori dei musei (ossia, di una delle pochissime istituzioni culturali italiane che portino a casa quattro palanche), il povero ministro ha deciso di usare il sistema della brava madre di famiglia: un colpo al cerchio e uno alla botte. Su venti, sette saranno, si fa per dire, raccomandati, enfants du pays, direttori di museo scelti "alla bergamasca", per intenderci. Altri sei (venti, ahimè, non è divisibile per tre) saranno gente che sta in coda da trent'anni e, infine, sette li prendiamo all'estero, dove, com'è noto, non si ruba, non si bara e, soprattutto, si fa lo storico dell'arte studiando la storia dell'arte. Dunque, i giochi sono fatti.

In realtà, l'idea di andarsi a prendere i direttori all'estero è derivata semplicemente dal football, che è l'unica realtà culturale che i nostri governanti devono avere in qualche modo presente: i giocatori più forti (Franceschini direbbe 'top players') me li vado a cercare a Londra, Parigi o Madrid, quando non in Gambia o in Argentina. Una volta, la cosa pareva funzionare: costavano meno e giocavano meglio. Oggi, nove volte su dieci, ti porti a casa un brocco clamoroso, pagandolo come il fuoco, ma tant'è. Se funziona per un centrocampista, deve aver pensato il filosofico Franceschini, perché non dovrebbe funzionare con i musei? Certo, si potrebbe obiettare che, forse forse, un po' di sano patriottismo ogni tanto non guasterebbe; oppure che in Italia ci sono centinaia di bravissimi storici dell'arte costretti a fare i supplenti liceali o a inventarsi lavoretti per campare. Ma diamola per buona, questa babbola dei direttori stranieri: ammettiamo che il pensiero debole, per una volta, sia forte. Ebbene, io vorrei un prefetto prussiano: avete presente quei granatieri pomerani alti due metri e cattivissimi, dallo sguardo d'acciaio? Io lo vorrei così, il mio prefetto. E vorrei un sindaco parigino: che trasformasse il lungomorla nella spiaggia dei bergamaschi. Il Donizetti lo affiderei ad un

viennese, così, se a Vienna si strimpella a Capodanno, noi faremmo il concerto di metà Quaresima, con tanto di rasingamento della ecia e Marcia di Gioppino finale: e tutti a battere le mani ritmicamente. Alla viabilità ci metterei Indurain: alla cultura qualche Guggenheim, anche se, in mancanza di meglio, basterebbe qualcuno che distinguesse i centenari dai settantennali. Insomma, anche a me piacerebbe prendere l'eccellenza dall'estero e metterla qui: e, forse, sarebbe anche efficace, come sistema. Ma non sarebbe giusto, perché gli Italiani dovrebbero imparare, una buona volta, a coltivare il proprio orto, se vogliono mangiare le proprie verdure. Investire nei giovani, anziché negli stranieri. Perché non basta una barba, purtroppo, per fare un filosofo: mentre per fare un ministro, a quanto pare, sì.

Sette incontri per crescere sui mercati esteri



Riprende il ciclo di incontri di formazione sulle tematiche dell'internazionalizzazione d'impresa realizzato da Bergamo Sviluppo, azienda speciale della Camera di commercio di Bergamo, con il supporto tecnico del Nuovo Istituto di Business Internazionale (NIBI) di Promos e in collaborazione con le organizzazioni di categoria del territorio.

Caratterizzati da un taglio pratico, trasversale e business-oriented, gli incontri hanno l'obiettivo di approfondire le dinamiche dei mercati internazionali e la complessità del sistema economico globale in un contesto sempre più mutevole

ed esigente. In particolare, nel periodo settembre-dicembre, verranno realizzati 6 incontri su argomenti di business internazionale, che serviranno per trasmettere ai partecipanti competenze e strumenti utili ad affrontare le diverse fasi di un progetto internazionale. Sarà inoltre proposto un business focus sugli Stati Uniti, che fornirà un inquadramento generale del Paese, evidenziando forme di investimento e opportunità commerciali. Le tematiche oggetto degli incontri sono state accuratamente selezionate per permettere ai partecipanti di cogliere le opportunità dei processi di internazionalizzazione, acquisire nuove competenze tecniche, raggiungere in modo efficiente gli obiettivi di business in ambito internazionale e ampliare il proprio network professionale. Programma degli interventi: Logistica internazionale il 9 settembre; Costruire il business planning di un progetto internazionale il 23 settembre; Business focus "Stati Uniti" il 7 ottobre; Trasporti e Dogane il 27 ottobre; Contrattualistica internazionale il 10 novembre; Fiscalità: cenni pratici per la gestione fiscale delle imprese all'estero il 24 novembre; Presentare la propria impresa con successo all'estero il 10 dicembre. Gli incontri, gratuiti, sono finanziati dalla Camera di commercio e aperti a tutte le imprese interessate. È possibile iscriversi on line sul sito www.bergamosviluppo.it (sezione news scorrevoli in home page o calendario eventi).

**Borgo Palazzo, alla Festa
anche un villaggio**

dell'artigianato



Fervono già i preparativi in Borgo Palazzo per l'ormai tradizionale appuntamento con la Festa del Borgo, giunta alla settima edizione e in programma il 27 settembre. La festa pronta ad intrattenere dalle 10 alle 20 i visitatori prevede un'animazione per tutti i gusti, dallo sport alla musica, dai giochi alle degustazioni, dal civico 1 al 116, in un vero e proprio

serpentone di eventi.

Tra le principali novità che quest'edizione porta con sé vi è la celebrazione dei mestieri artigiani, con la creazione di un vero e proprio villaggio dedicato alla riscoperta delle arti manuali. «Grazie alla collaborazione con l'associazione artigiani, intendiamo cogliere l'occasione della festa per dare alle maestranze più giovani la possibilità di mettere in vetrina le loro abilità e puntare i riflettori sul loro mestiere -spiega il presidente dell'Associazione Le Botteghe di Borgo Palazzo, Roberto Marchesi- . È questo un primo passo per la realizzazione di un progetto che abbiamo da tempo: la riqualificazione degli spazi commerciali sfitti attraverso attività artigiane, pronte a rialzare- grazie anche ad una politica di canoni agevolati – saracinesche abbassate da anni».

