

Un mondo di pomodori

Emblema della cucina italiana, hanno una storia centenaria. In Italia si contano almeno 116 varietà. A Caravaggio un gruppo di pensionati coltiva 30 tipi di pomodori provenienti da sementi antiche

Il pomodoro ha percorso un lunghissimo cammino dalle antiche civiltà azteche fino a diventare onnipresente nelle nostre tavole. Originario delle regioni andine, veniva coltivato in Messico: gli aztechi usarono il nome tomatl per indicare vari frutti di solanacee simili tra loro, mentre il pomodoro era chiamato xitomatl, che significa "frutto polposo". Il pomodoro, insieme al mais, la patata, il peperone, il peperoncino e la patata dolce è arrivato in Spagna all'inizio del 1500 grazie a Cristoforo Colombo. Da Siviglia è approdato in Italia. Ma solo due secoli dopo, una volta superate diffidenze e paure, è stato utilizzato come ingrediente in cucina. La ricetta napoletana più antica di cui si è a conoscenza è la salsa di pomodoro alla spagnola e risale al 1692.

Dal Liberty bell al San Marzano: la classificazione

Classificare i pomodori non è proprio facilissimo. Se ne contano almeno 116 varietà in Italia, mentre nel mondo ne esistono migliaia. Si differenziano per il colore: ne esistono di gialli, verdi e addirittura neri. Il licopene, il carotenoide, che gioca un ruolo importante nella prevenzione dei tumori e che dà il nome scientifico alla pianta (*Solanum lycopersicum*), è presente in concentrazione maggiore proprio nel classico pomodoro rosso. E variano per la morfologia: tonda, allungata, a pera, a corno, ciliegino, costoluto, pizzutello, datterino. A volte il nome della cultivar, pur designando una provenienza, sottintende una forma. È il caso del San Marzano, dal nome del paese campano dove è dop, che

costituisce categoria a sé con numerose sottospecie. «Un esempio di conformazione particolare è il Liberty bell, un pomodoro vuoto, dalla forma a campana, che si consuma ripieno di riso, cotto nel forno, come fosse un peperone – afferma Graziano Rossi, professore ordinario di Botanica ambientale e applicata nel Dipartimento di Scienze della Terra e dell’Ambiente all’Università di Pavia -. In Italia è arrivato dagli Stati Uniti a inizio ‘900. Lo si trova citato nel 1900 sul catalogo della ditta sementiera “Livingston’s Seed Annual”». E poi c’è la destinazione finale. «Una pubblicazione del 1958 classifica i pomodori in tre categorie: da mensa o insalata, ovvero da gustare crudi, da conserva, dunque destinati all’industria – prosegue l’esperto – e da serbo, legati alla cultura alimentare del Sud Italia che, conservati, potevano essere consumati nel periodo autunnale e invernale per arrivare fino alla primavera, grazie alla buccia più dura e a una speciale genetica che non li fa marcire».

Blush, Lidi, Coyote: ecco il “Pomo d’Oro”

Uno dei migliori è l’Aunt gertie, grosso, dorato, che deriva da un’antica varietà proveniente dallo Stato della Virginia, negli Stati Uniti. Il Blush è giallo con strisce rosse e si distingue per il sapore fruttato; somiglia al Lidi, ciliegino a grappolo, dolce e succoso. Il Coyote, selezionato in Messico, è quasi bianco. Il Dottore Carolyn è di color avorio e, maturo, diventa paglierino: è dolce e delizioso. «Il termine italiano “pomodoro” si deve al medico naturalista senese Pier Andrea Mattioli, al quale, verso la metà del ‘500, capitò di esaminare alcuni esemplari appena arrivati dall’America, che erano gialli, dunque in origine il frutto era di quel colore – spiega l’esperto -. Quelle varietà, scomparse dalla grande distribuzione, stanno tornando in commercio». Tra queste spiccano l’Azoichka, antica varietà russa dal colore limone brillante e gusto agrumato. E il Brandywine giallo platfoot con frutti grandi, dorati e leggermente a coste.

Zebra verde e cherokee nocivi? No, una delizia se fritti

I pomodori, con le melanzane, i peperoni e le patate, appartengono alla famiglia delle solanacee. Come dice il nome, foglie, radici e frutti contengono un alcaloide, la solanina, che è un glicosidico tossico perché rappresenta una difesa naturale per la piantina e il suo frutto da insetti e funghi. La sostanza, che tende a scomparire con la cottura, è contenuta in quantità più elevate nei frutti verdi come il Verde tedesco, la Zebra verde, il Cherokee. La solanina può causare un'intossicazione solo se assunta in quantità superiore a 20 milligrammi per 100 grammi di prodotto fresco. «In Europa arrivarono varietà già selezionate da Inca e Aztechi che le mangiavano, ma, nonostante ciò, per due secoli, il pomodoro fu utilizzato esclusivamente come pianta ornamentale e veniva studiato dai botanici poiché lo si riteneva velenoso – racconta il professor Rossi -. Mia moglie, quando rimase incinta, 21 anni fa, chiese al ginecologo il permesso di mangiare le patate. Oggi, come ci ha insegnato il film “Pomodori verdi fritti alla fermata del treno”, i pomodori verdi sono buonissimi. Anche in Romagna è tradizione gustare infarinati e fritti quei frutti che, arrivati a fine stagione, non maturano. Senza dimenticare la marmellata di pomodori verdi». Sempre all'origine dell'introduzione del pomodoro in Europa, non mancarono credenze bizzarre: al pomodoro venivano attribuiti poteri afrodisiaci e veniva utilizzato per le pozioni magiche. Questo spiega i nomi dati a questa pianta in varie lingue, ricordati da Leopoldo Tommasi nel suo testo, “Vecchie e inconsuete varietà di pomodori”: Pomme d'amour in francese, Love apple in inglese, Libesapfel in tedesco, pumu d'amuri in Sicilia.

Gli antiossidanti nel Nero di Crimea e di Kiss the Sky

Anche in Italia si comincia sempre più spesso a vedere in tavola il pomodoro nero. La varietà più nota è il Nero di

Crimea, che ha origine nell'isola di Krim, in Ucraina. I semi sono arrivati in Italia proprio grazie ai soldati di ritorno dalla guerra di Crimea nella prima metà dell'800. Esiste anche il Ciliegino nero, dal sapore intenso, che esplose in bocca, il Nero cinghiale con strisce verdi, dal sapore ricco, Kiss the sky, dolce come il ciliegino, ma più grande e rarissimo. Oltre a essere buono, il pomodoro nero possiede proprietà interessanti dal punto di vista nutritivo: è, infatti, ricco di antociani, sostanze dal forte potere antiossidante, che gli fanno assumere un colore nero bluastro intenso. Nel 2009, da un incrocio di specie, è nato il Sun Black. In quell'anno, un consorzio di atenei, costituito dalla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, la Tuscia di Viterbo e le università di Modena, Reggio Emilia e Pisa, misero in piedi il progetto di ricerca ed è attualmente sul mercato. Particolare il Nero del Canada, inizialmente chiamato P20 o Osu Blue, è un ibrido tra un pomodoro e una solanacea selvatica peruviana, ottenuto dall'Oregon State University dal professor Jim Myers, che da anni porta avanti interessanti lavori di ibridazione.

A Caravaggio si coltivano Mirtillo e Cornu del Tempesti

Il Pisanello, il Principe borghese, l'Ottombrino, il Canestrello di Lucca, il Cherokee purple, il Cornu del Tempesti sono nomi che non sentirete in un supermercato. Sono alcuni dei 30 tipi di pomodori, coltivati dal gruppo di pensionati, che hanno dato vita agli Orti Biodiversi Caravaggini, guidati dal presidente Adalberto Sironi. L'associazione si è formalizzata nel 2010 e si dedica con passione alla coltivazione di verdura e frutta, riscoprendo sementi antiche che altrimenti andrebbero perse. Gli orti sono affiliati dell'associazione nazionale Civiltà Contadina. Sironi prepara le sementi e le conserva in un barattolo a chiusura ermetica in armadio: la banca dei semi. «Tra le più particolari il Mirtillo, il cui diametro varia dai 4 agli 8 millimetri, e il Cornu del Tempesti o Corno delle Ande, che si

pela e gusta come una banana – racconta Sironi -. Il Tempesti era il soprannome di Luigi Legramandi, che non c'è più, coltivava questa varietà a forma di corno portata decenni prima dal Sud della Francia, dove aveva lavorato». La sua filosofia si ispira al motto «senza cultura non si semina più». «La caratteristica comune non è la provenienza, ma che siano semi non ibridati, questo vuol dire antichi – spiega -. La biodiversità è curare varietà che magari non sono autoctone ma si sono mostrate adatte a un microclima, nel nostro caso quello della Bassa, e vi si sono stabilizzate. La prova del nove non è solo che diano un buon raccolto, ma che siano buone in tavola».

Mortaio & Pestello

Il mortaio è un utensile usato nelle cucine di tutto il mondo: è una ciotola dove si raccolgono diversi ingredienti che sono ridotti in polvere e mescolati insieme. Il fondo è tondeggiante, in legno, metallo o marmo. Il suo alleato è il pestello, un bastoncino corto e tozzo capace di creare meraviglie per il palato. Il libro tratta salse e condimenti, snack e stuzzichini, pollame e cacciagione. Ma gli utensili ben si prestano a trattare anche carne, pesce e verdure.

Mortaio & pestello

65 ricette deliziose per salse, rub, marinate e molto altro

Autori vari

Guido Tommasi Editore – 2022

21 euro

Bergamo Città Creativa Unesco per la Gastronomia conquista la Corea del Sud

L'incontro getta le basi per un sodalizio e interscambio gastronomico tra la nostra città e Gangneung

Bergamo Città Creativa UNESCO per la gastronomia fa scuola nel mondo: il lavoro che la città ha svolto negli anni scorsi per vedere riconosciuta la propria arte casearia e l'attività di coordinamento che ha consentito di ospitare più di un meeting internazionale delle Città Creative hanno reso Bergamo un punto di riferimento per molti centri che in tutto il mondo lavorano per costruire i propri dossier UNESCO.

Mercoledì 22 febbraio i consiglieri comunali Ezio Deligios e Denise Nespoli, delegati dal Sindaco Giorgio Gori rispettivamente per UNESCO e la Food Policy, hanno accolto a Palazzo Frizzoni la delegazione proveniente da Gangneung, dinamica città della provincia sudcoreana del Gangwon che ha, fra l'altro, ospitato alcuni eventi delle Olimpiadi invernali del 2018. Gangneung presenterà la candidatura per divenire "Città Creativa Unesco per la Gastronomia" nel 2023: da qui la richiesta di supporto, consulenza e confronto sui contenuti e i progetti del suo dossier di candidatura.

La delegazione coreana era guidata dal Presidente del Comitato consultivo della Rete coreana delle Città Creative UNESCO – Commissione nazionale coreana per l'UNESCO, Geonsoo Han accompagnato dal dirigente dell'Ufficio cultura, turismo e affari marittimi, Seung-Rul Han e da due membri dello staff della divisione cultura e arte.

Durante l'incontro con lo staff di Bergamo Città Creativa UNESCO, guidato dal Focal Point Claudio Cecchinelli, la delegazione ha presentato Gangneung: le sue peculiarità, i suoi prodotti gastronomici e i tratti più salienti della cultura, gli obiettivi della candidatura. Inoltre, c'è stata la condivisione su temi e progetti sviluppati dal Comune di Bergamo, quali il Summit Internazionale delle Città Creative UNESCO e i numerosi progetti sviluppati dal Tavolo Food Policy. All'incontro hanno partecipato Raoul Tiraboschi, coordinatore del Tavolo Food Policy, e Davide Zarri, Food Trails Project Officer. Francesco Maroni, presidente Associazione Le Tre Signori, ha concluso la mattinata illustrando i progetti FORME e B2Cheese, a testimonianza del rilievo del comparto caseario nel riconoscimento di Bergamo quale città creativa in rappresentanza di un'area vasta.

La giornata è proseguita presso la sede di VisitBergamo. La delegazione coreana ha incontrato Ascom Confcommercio Bergamo, rappresentata dal direttore Oscar Fusini che si è soffermato sulle potenzialità di scambio di esperienze e reciproca promozione turistica oltre che sulla collaborazione con le città creative per la gastronomia (Bergamo, Alba, Parma) riunite nel distretto gastronomico. La presenza del Consorzio Tutela Valcalepio e del Consorzio Tutela Moscato di Scanzo ha consentito di rafforzare le potenzialità di reciproco sviluppo del turismo enogastronomico. Su questo aspetto ha effettuato un focus l'amministratore delegato di VisitBergamo, Christophe Sanchez, senza trascurare la potenziale attrattività della stagione lirica del Teatro Donizetti, vista la passione per l'opera dei cittadini coreani.

“Particolare attenzione da parte della delegazione sud coreana – ha spiegato Claudio Cecchinelli del Comune di Bergamo – è stata riservata alla conoscenza delle attività portate avanti dal Servizio Cultura e UNESCO del Comune di Bergamo ed ai progetti intrapresi nell'ambito del network internazionale delle Città Creative. La città di Gangneung ha

colto l'occasione per illustrare i progetti di collaborazione internazionale che intende avviare nell'ambito della rete delle Città Creative UNESCO per la Gastronomia e, in caso di approvazione della candidatura, ha invitato Bergamo a partecipare al loro Wine Festival per far conoscere anche in Corea i vini pregiati bergamaschi e le eccellenze casearie. Due città fisicamente distanti che si sono però ritrovate accomunate dalla volontà di raccontare la storia di un saper fare gastronomico che si combina con sostenibilità, salute e inclusione sociale. Bergamo e Gangneung identificano la creatività, declinata nel settore della gastronomia, come elemento strategico per il proprio sviluppo urbano sostenibile, promuovendo la tutela della biodiversità e la rigenerazione del modello di sviluppo. Le due città hanno gettato un ponte per arricchirsi vicendevolmente e condividere buone pratiche per l'impiego e la valorizzazione delle risorse naturali, ma soprattutto il grande bagaglio di esperienze umane, in sintonia con gli obiettivi UNESCO.”

Beauty Food

Contro la fragilità capillare si può gustare un'insalata fredda di baccalà, mentre a combattere la cellulite ci aiutano gli spaghetti alla pescatora. Il cibo giusto rallenta l'invecchiamento e rende belli. Per ottenere una pelle liscia e luminosa, capelli forti e lucenti e un fisico tonico il ruolo del cibo è fondamentale. Il segreto è l'integrazione di alimenti con le giuste proprietà mirate anche alla tutela della pelle. Nicola Sorrentino, medico nutrizionista, e Pucci Romano, dermatologa, uniscono le loro competenze per ideare una dieta equilibrata, potenziata dall'acqua.

Beauty Food – La dieta della bellezza

di Nicola Sorrentino e Pucci Romano

Sperling & Kupfler – 2022

10,90 euro

Fino all'ultima briciola

Del pane non si butta via niente. Ecco il libro sul recupero di avanzi di michette, francesini, ciabatte, panini all'olio o pane in cassetta rimasti in tavola. Le idee spaziano dalle ricette passe-partout di crostini, grissini di focaccia, briciole dolci, a salse deliziose, crostoni e bruschette, sfizi come la pizza finta e la mozzarella in carrozza al forno, insalate per ogni stagione, per passare poi a primi e secondi e arrivare a dolci come budino alla vaniglia e cardamomo, torta di mele con streusel ai lamponi, zuppa di ciliegie e pane.

Fino all'ultima briciola – L'arte del riuso del pane

di Manuela Conti

Guido Tommasi Editore – 2022

25 euro

La stagione vegetale

Più di 200 ricette, 16 menù settimanali e utili consigli sull'organizzazione della

dispensa: la cucina vegetale non è una rinuncia, bensì un meraviglioso viaggio alla portata e a beneficio di tutti, pianeta compreso. Protagonisti sono i piatti vegetariani preparati con ingredienti stagionali, secondo ricette della tradizione italiana, ma anche di respiro più ampio e lontano. Zuppe, polpette e burger vegetali, insalate di frutta e verdura proposte con condimenti insoliti, ma anche grandi classici della cucina it

aliana che celebrano l'orto in un susseguirsi di colori che cambiano dalla primavera all'inverno.

La stagione vegetale

di Myriam Sabolla

Slow Food Editore – 2022

29 euro

Alla Trattoria Visconti il premio Miglior carta dei vini d'Italia, Selezione Mosella

Primo posto assoluto tra i premi internazionali alla Slow Wine Fair di Bologna

La Trattoria Visconti di Ambivere si è aggiudicata il premio speciale "Miglior carta dei vini d'Italia, Selezione Mosella", tra i 24 premi assegnati alla Slow Wine Fair di Bologna, ieri, lunedì 27 febbraio. Un nuovo riconoscimento per la storica

insegna bergamasca, gestita con passione da quattro generazioni dalla famiglia Visconti, sempre attenta alle evoluzioni del gusto e alle esigenze

di una clientela di cui cerca di stimolare la curiosità con iniziative speciali come serate a tema, incontri con produttori, osti, amici e vignaioli. La famiglia tutta impegnata nella gestione è composta da mamma Fiorella in sala con qualche salto in cucina, papà Giorgio che si occupa di orto, giardino e accoglienza, Daniele, sommelier, in sala e in cantina, Roberto ai fornelli. Il locale fa parte delle 18 Premiate Trattorie Italiane, locali con gestione della stessa famiglia da 50 anni, disposte su tutto il territorio nazionale premiate da clienti, stampa e critica.

Punti di forza della cucina della Trattoria Visconti sono l'utilizzo delle materie prime di territorio unite al rispetto delle preparazioni di tradizione bergamasca, accompagnate da scelte ben precise nell'utilizzo di farine non raffinate, lievito madre per la preparazione del pane fatto in casa, uova e carni del pollaio o di agricoltura biologica al fine di portar in tavola agli avventori preparazioni fresche e salutari.



Il premio va a un lavoro, portato avanti da anni con investimenti importanti, sulla selezione di etichette in cantina. "L'idea di disporre di una cantina



Daniele Caccia

showroom è diventata un vero e proprio progetto della famiglia nel 2019- spiega Daniele Caccia-. Sotto la nostra casa vi sono due antiche ed ottime cantine, ma sono di difficile accesso ed era impossibile accompagnarvi i clienti, quindi abbiamo deciso di ristrutturare due locali seminterrati e adiacenti alla sala ristorante. La ristrutturazione è avvenuta durante la pandemia, nel mezzo del lockdown, e le difficoltà sono state molte, anche per l'incertezza che la COVID-19 ha gettato sulle prospettive di investimento del settore della ristorazione. Nelle nostre cantine sono stoccate oltre 15.000 bottiglie delle quali

8.000 sono posizionate nella nuova cantina. I clienti che lo desiderano possono custodire le loro bottiglie negli appositi "mini caveau" della nuova cantina, vani a temperatura e umidità controllate e dotati di chiusura con chiave personale. Ogni caveau può ospitare fino a 18 bottiglie". Il Riconoscimento di Slow Food Miglior Carta dei Vini della Guida Osterie d'Italia 2020, arrivato durante l'ideazione della nuova cantina, sancisce l'importanza del progetto e rappresenta una grande soddisfazione, il premio miglior selezione Mosella tra tutte le carte vini d'Italia da Slow Wine Fair è motivo di grande orgoglio per continuare ad approfondire le grandi zone vinicole del mondo: "Sono nato e cresciuto nella nostra trattoria, che in passato era anche bar

con gioco della morra, delle carte e delle bocce- racconta Daniele Caccia-. Da piccolo gattonavo tra i tavoli dei clienti in una nuvola di fumo di sigari e sigarette, ben presto cominciai a servire all'avventore la "tazza mista" ovvero vino con gassosa e poi il "calice di rosso". Col tempo è stato naturale occuparmi della cantina e del servizio bevande; la passione per l'enologia via via mi ha conquistato. Oggi posso dire di conoscere personalmente quasi tutti i produttori di cui abbiamo le bottiglie in carta perché ho visitato la loro cantina oppure perché li ho conosciuti negli eventi dedicati al vino." Un patrimonio enoico costruito anno dopo anno: "Una cantina che abbiamo costruito nel tempo con la convinzione che ogni piatto riesca esaltato da un calice con il vino capace di incontrare il gusto dei nostri ospiti e di valorizzare ingredienti e ricetta. Circa 1780 le etichette presenti, suddivise in 300 bollicine, 300 vini bianchi di cui 70 riesling tedeschi dalla Mosella, 1000 vini rossi, 50 vini da dessert e 100 formati speciali per un totale complessivo di più di 15.000 bottiglie. Punti forti della carta vini sono sicuramente i vini del territorio bergamasco con predilezione per i produttori che rispettano la naturalità delle colture. Punte d'eccellenza in lista nella produzione di nicchia del Moscato di Scanzo Docg, dei Nebbioli della vicina Valtellina, bollicine di Franciacorta e vini da tutto il panorama nazionale con focus su piccole cantine di langa e toscana. Circa 180 gli Champagne in carta di cui più della metà importati direttamente e proposti in carta a meno di 50€ a bottiglia, inoltre è presente un'accurata selezione di bianchi e rossi francesi ma soprattutto 70 diverse etichette di Riesling di Germania dalla Mosella, meritevoli del premio assegnato "Miglior carta dei vini d'Italia, Selezione Mosella"



I riconoscimenti della Slow Wine Fair

24 riconoscimenti sono stati attribuiti a quei ristoranti ed enoteche che vantano una selezione particolarmente forte su 8 terroir scelti.

Fra i premi territoriali italiani, migliore selezione di Barolo e di Chianti Classico (per le denominazioni più affermate) e migliore selezione di vini irpini e di Trebbiano d'Abruzzo (per le

denominazioni emergenti). Per i premi territoriali internazionali i focus sono invece la Loira e la Mosella e, per quanto riguarda i territori emergenti l'Austria e la Slovenia.

Per tutto gennaio 2023, il pubblico ha candidato i ristoranti e le enoteche del cuore sul sito dell'evento. Dal 1° al 15 febbraio si è effettuata una prima scrematura con dieci nomination per

ogni categoria, che è stata affidata al voto degli appassionati. Subito dopo sarà giuria di esperti ha decretato i 3 indirizzi per ogni tematica, che sono stati infine premiati lunedì 27 febbraio 2023.

La Trattoria Visconti di Ambivere si è aggiudicata il 1 posto assoluto nella categoria "Miglior carta dei vini d'Italia, Selezione Mosella"

Credit photo. Immagini, rispettivamente di Eva Arioli, Gianpaolo Ciceri e Riccardo Melillo

Intesa Sanpaolo-Ascom Bergamo, 5 miliardi per far crescere le imprese del terziario

L'obiettivo è quello di accompagnare le piccole imprese nell'attuale contesto e nel rilancio, attraverso progetti di digitalizzazione e sostenibilità in coerenza con i principi ESG.

È stato presentato lunedì 27 febbraio a Bergamo l'accordo tra Intesa Sanpaolo e Ascom Confcommercio Bergamo per promuovere gli investimenti delle imprese del terziario del territorio orobico. Obiettivo comune è quello di accompagnare le piccole imprese nell'attuale contesto e nel rilancio, attraverso progetti di digitalizzazione e sostenibilità in coerenza con i principi ESG.

Questo accordo si inserisce nel consolidato rapporto di collaborazione tra Intesa Sanpaolo e Confcommercio Imprese per l'Italia, grazie alla sottoscrizione di numerosi accordi a favore delle imprese associate e nell'agevolare l'accesso al credito al mondo delle microimprese e delle PMI italiane.

Dall'analisi condotta dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo emerge che nel 2023 nella provincia di Bergamo è attesa una frenata soprattutto per le imprese più piccole del commercio che sembrano risentire di più dei rincari dei costi energetici nonché quelli delle materie prime e dei semilavorati, aumenti che riusciranno a scaricare a valle solo in parte. Una volta affrontata e superata la complessa fase attuale, restano alcune priorità da affrontare per rilanciare la competitività delle imprese commerciali di piccole dimensioni: la sostenibilità attraverso investimenti

ambientali per ridurre i consumi energetici; l'innovazione e la digitalizzazione per efficientare le catene di fornitura, la logistica e i magazzini, per implementare il restyling dei punti vendita e per valorizzare l'esperienza fisica; la fidelizzazione della clientela grazie al potenziamento del servizio offerto, con tempi e modalità di consegna più rapidi, consulenza, riparazioni, assistenza pre e post-vendita, velocità e garanzia dell'intervento di manutenzione, flessibilità orari e servizi e la risposta alla polarizzazione dei consumi tramite la ricerca di un equilibrio tra calo del reddito, ricerca di qualità e prodotti premium, razionalizzando le referenze verso un assortimento mirato e format che garantiscono minori prezzi.

In questo contesto, sono stati illustrati i nuovi strumenti messi a disposizione da Intesa Sanpaolo attraverso l'iniziativa "CresciBusiness", **un piano da 5 miliardi di euro** e che si rivolge in particolare alle piccole imprese e che prevede interventi per la liquidità e finanziamenti garantiti, azzeramento per un anno delle commissioni sui micropagamenti tramite POS in negozio fino a 15 euro, gratuità per un anno del canone dei POS e delle carte di credito commercial, agevolazioni sui prodotti di copertura assicurativa e noleggio di beni strumentali, arredi e complementi per contenere i costi operativi.

Dichiara **Giovanni Zambonelli**, presidente Ascom Confcommercio Bergamo: "L'accordo presentato oggi nasce dal continuo confronto tra Intesa Sanpaolo e il mondo associativo. Il consistente plafond messo a disposizione permette alle nostre aziende di orientarsi nel modo migliore tra le proposte che il sistema bancario offre in termini di pos, transazioni elettroniche e finanziamenti dedicati. Sono temi sui quali i nostri imprenditori si scontrano quotidianamente, soprattutto quelli che sono a capo di imprese di piccole dimensioni. Le soluzioni studiate insieme a Intesa Sanpaolo, come per esempio la restituzione delle commissioni per i micro pagamenti, sono

sicuramente proposte apprezzabili e che permettono anche alle imprese più piccole di accelerare il loro processo di crescita e trasformazione digitale”.

“Intesa Sanpaolo è da sempre attenta alle esigenze del tessuto imprenditoriale locale, l’incontro con Confcommercio Bergamo punta a favorire la conoscenza e il confronto costruttivo per cogliere le opportunità che il nostro Gruppo può offrire a tutto il comparto del commercio – spiega **Gianluigi Venturini**, direttore regionale Lombardia Nord Intesa Sanpaolo. – Il piano CresciBusiness mette a disposizione un ampio plafond di liquidità non solo per affrontare l’attuale periodo, ma soprattutto per accompagnare le piccole imprese nel rilancio attraverso progetti di sviluppo, digitalizzazione e sostenibilità, obiettivi coerenti con il PNRR”.

Entro il 2026, Intesa Sanpaolo programma erogazioni a medio lungo termine per oltre 410 miliardi di euro, di cui 270 destinati alle imprese, con i quali contribuire attivamente alla ripresa economica del Paese in stretta correlazione con gli obiettivi del PNRR approvato dalla Commissione Europea.

Ammontano complessivamente a 40 miliardi di euro gli interventi di Intesa Sanpaolo a favore delle imprese italiane, anche di piccolissime dimensioni e famiglie per sostenere i maggiori costi legati agli aumenti energetici e alla spesa quotidiana.

La sfida vera non saranno le commissioni del POS ma i

clienti in negozio

Inarrestabile la crescita dei pagamenti digitali: c'è spazio per strumenti innovativi con tecnologie di prossimità

In attesa dei dati sui pagamenti in Italia dello scorso anno, che saranno rilasciati dalla contabilità nazionale nei prossimi mesi, i diversi Osservatori stanno già anticipando le tendenze e i cambiamenti nelle abitudini di pagamento degli italiani. Alcuni proseguono nella transizione in atto a partire dalla pandemia. In primis, con lo spostamento dei pagamenti dal contante agli strumenti digitali che ha subito una accelerazione durante la pandemia e che costituisce ormai un "nuovo normale" per i clienti italiani abituati più di altro alle banconote. Un fattore da considerare è che i pagamenti sono la conseguenza del canale di acquisto scelto dal consumatore. Perché se compri on line è pacifico che non puoi pagare né in contanti e nemmeno con un assegno. Poi dovremo capire quanto e quando il pagamento digitale che oggi è ancora impostato su carte di credito, debito e prepagate su un POS all'interno di punti vendita potrà avvenire attraverso canali più innovativi.

La scommessa più importante infatti non sarà l'evoluzione delle commissioni del canale di pagamento, che comunque tenderanno a scendere sempre di più ma quanto i pagamenti rimarranno nella prossimità e quindi nei punti vendita tradizionali e vicino a una cassa, quindi con un costo di commissione a carico degli esercenti ma non intermediati da un soggetto terzo centralizzato.

E' questo l'interrogativo che emerge leggendo i report dell'osservatorio più autorevole sui pagamenti digitali che è quello del Politecnico di Milano che da anni monitora il mercato dei pagamenti consumer in Italia e che nei mesi scorsi ha pubblicato i cambiamenti intervenuti nel triennio 2019-2021 (Osservatorio innovative Payments "il mercato dei pagamenti consumer in Italia nel 2021" Report 2022).

Dopo la caduta dei consumi per via della pandemia nel 2020, che ha registrato in buona sostanza solo una piccola flessione dei pagamenti con carte di pagamento e degli altri strumenti, massimo del -0,7% contro il - 24% dei pagamenti in contanti, la ripresa nel 2021 è stata del 2% sempre delle carte e praticamente esistente + 0,5% per i contanti.

Non è solo il valore complessivo ma il numero dei pagamenti che evidenzia, secondo quanto ben spiegato dall'Osservatorio, come la pandemia abbia realmente cambiato nel nostro Paese la velocità del passaggio ai pagamenti digitali, gettando le basi per un recupero che potrebbe essere bruciante rispetto al ritardo che contraddistingue l'Italia dalle nazioni più avanzate.

Non è un caso che dopo aver cantato il de profundis della cambiale, strumento di pagamento sul quale si è costruito il boom economico dell'Italia, avvertiamo il declino sempre più marcato anche dell'assegno, una volta lo strumento "principe" dei pagamenti, oggi travolto dalla crescita delle transazioni con carte, bonifici e addebiti diretti, tanto che sono molte le persone che non possiedono più il carnet e probabilmente non saprebbero nemmeno più compilare un assegno.

Inoltre lo scontrino medio per i pagamenti in contanti ha perso ancora mezzo euro passando da 18 a 17,5, segnale che i pagamenti più importanti sono sempre meno in denaro e più digitali. Anche il valore del pagamento medio con carte continua la sua discesa da 53 nel 2019 a 47 nel 2021.

Ora la tendenza da analizzare è che più ci sta a cuore non sarà tanto la velocità con cui le carte e gli strumenti innovativi soppianderanno assegni e contanti, per i quali il ridimensionamento è solo questione di anni quanto l'affermazione dei pagamenti on line cioè effettuati attraverso Internet da remoto rispetto ad uno spazio fisico.

Secondo l'Osservatorio del Politecnico di Milano il loro peso,

al netto dei pagamenti ricorrenti, resta ancora contenuto al 13% nel 2021 e speriamo che resti il più possibile sempre lì e non aumenti.

Perché la sfida per i commercianti nei prossimi anni non sarà quella di “retroguardia” ossia di mantenere i contanti per non pagare le commissioni d’incasso, quanto quella di mantenere le vendite attraverso il loro canale del punto vendita tradizionale, quindi magari con un pagamento innovativo fatto con cellulare o con altre tecnologie di prossimità. Sia chiaro però: nel negozio e non alla scrivania di casa per il commercio elettronico.

Bergamo cambia: bene il terziario in centro, frenano ospitalità e pubblici esercizi

Le principali evidenze emerse dall'Osservatorio sulla demografia d'impresa Confcommercio

Bergamo sta cambiando pelle: si arresta la crescita nel settore dell’ospitalità, per effetto soprattutto della pandemia, mentre torna a crescere il terziario, trainato dal commercio alimentare. L’ospitalità tiene soprattutto fuori dal centro storico, mentre il commercio perde insegne in periferia. Sono queste le principali evidenze emerse dall’Osservatorio nazionale di Confcommercio della demografia d’impresa nelle città italiane e nei centri storici,

realizzato dall'Ufficio Studi di Confcommercio in collaborazione con il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne. Un quadro che conferma le analisi effettuate da Ascom Confcommercio Bergamo sui dati puntuali della Camera di Commercio di Bergamo: dal 2019 al 2022 le attività del terziario nel centro storico di Bergamo sono tornate a crescere con un +4,4%, trascinate soprattutto dal commercio alimentare che ha trovato nella vendita per l'asporto e per il consumo sul posto nuova linfa, mentre fuori dal centro storico si registra un calo delle attività del terziario del -2,6%.

Il dato positivo del centro storico ribalta gli indici negativi relativi al trend sui dieci anni : in due lustri il commercio al dettaglio ha perso il 14,4% nel centro storico e l' 8,8% fuori dal centro storico. Di contro, dopo un trend estremamente positivo che nei dieci anni dal 2012 al 2022 ha portato ad una crescita di alberghi, ristoranti e bar del 12,3% nel centro storico e del 16,9% fuori dal centro storico, nell'ultimo triennio, per effetto della pandemia, si è registrato un calo del 10 nel centro storico e dello 0,4% fuori dal centro storico.

*“I dati dell'Osservatorio evidenziano la tenuta del commercio della città, soprattutto riferita al campione dei capoluoghi di provincia di medie dimensioni che hanno registrato perdite consistenti in tutti i settori- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Bergamo negli ultimi dieci anni ha cambiato in parte la sua vocazione e ha saputo rigenerarsi con l'apertura di attività di alloggio, ristoranti e bar, laddove arretrava il commercio in senso stretto. Oggi, grazie alla crescita delle presenze turistiche, la tenuta registrata è imputabile all'apertura di nuove attività dell'accoglienza fuori dal centro storico. Per quanto riguarda invece bar e ristoranti, dopo la crescita esponenziale nel decennio, negli ultimi tre anni il settore ha dimostrato di aver raggiunto la sua saturazione con la diminuzione dei pubblici esercizi, soprattutto nel centro storico”.*

L'Osservatorio di Confcommercio

L'Osservatorio della demografia d'impresa nelle città italiane e nei centri storici fotografa i cambiamenti del commercio e delle imprese nelle città italiane negli ultimi dieci anni, con particolare riguardo ai centri storici. L'ottava edizione dello studio arriva in una fase che ha visto superare il picco della crisi dovuta alla pandemia e alla stagnazione dei consumi, ma che si confronta oggi con nuove emergenze derivanti dal caro energia, da una elevata inflazione e dal protrarsi della guerra in Ucraina. I cambiamenti nelle preferenze e nelle abitudini di acquisto e consumo, le scelte commerciali e localizzative della grande distribuzione e delle superfici specializzate, lo sviluppo del commercio online e altri fattori stanno modificando le nostre città e i centri storici in particolare, con meno insediamenti del commercio tradizionale e più servizi e con differenti dinamiche tra le aree geografiche del Paese. L'analisi riporta i dati aggiornati sull'evoluzione commerciale nelle città dal 2012 ad oggi e riguarda i dati dei 120 comuni medio-grandi italiani (regione per regione), di cui 110 capoluoghi di provincia e 10 comuni non capoluoghi di media dimensione (escluse le città metropolitane perché multicentriche).

I dati nazionali

Spariti oltre 100mila negozi dalle città italiane e 15mila ambulanti

Negli ultimi 10 anni sono sparite quasi centomila attività di commercio al dettaglio e oltre quindicimila imprese di commercio ambulante. Crescono gli alberghi e i ristoranti ma senza riuscire a compensare le riduzioni del commercio. Tra il 2012 e il 2022 sono sparite, complessivamente, oltre 99mila attività di commercio al dettaglio e 16mila imprese di commercio ambulante; in crescita alberghi, bar e ristoranti (+10.275); nello stesso periodo, cresce la presenza straniera nel commercio, sia come numero di imprese (+44mila), sia come

occupati (+107mila) e si riducono le attività e gli occupati italiani (rispettivamente -138mila e -148mila). Concentrando l'analisi sulle 120 città medio-grandi, la riduzione di attività commerciali e la crescita dell'offerta turistica risultano più accentuate nei centri storici rispetto al resto del comune, con il Sud caratterizzato da una maggiore vivacità commerciale rispetto al Centro-Nord.

Il tessuto commerciale nei centri storici: più servizi e tecnologia

Cambia anche il tessuto commerciale all'interno dei centri storici con sempre meno negozi di beni tradizionali (libri e giocattoli -31,5%, mobili e ferramenta -30,5%, abbigliamento -21,8%) e sempre più servizi e tecnologia (farmacie +12,6%, computer e telefonia +10,8%), attività di alloggio (+43,3%) e ristorazione (+4%).

Desertificazione commerciale: si scende da 9 a 7,3 negozi per mille abitanti

La modificazione e la riduzione dei livelli di servizio offerto dai negozi in sede fissa confina con il rischio di desertificazione commerciale delle nostre città dove, negli ultimi 10 anni, la densità commerciale è passata da 9 a 7,3 negozi per mille abitanti (un calo di quasi il 20%). Per evitare gli effetti più gravi di questo fenomeno, per il commercio di prossimità non c'è altra strada che puntare su efficienza e produttività anche attraverso una maggiore innovazione e una ridefinizione dell'offerta. E rimane fondamentale l'omnicanalità, cioè l'utilizzo anche del canale online che ha avuto una crescita esponenziale negli ultimi anni, con le vendite passate da 16,6 miliardi nel 2015 a 48,1miliardi nel 2022. Elemento, questo, che ha contribuito maggiormente alla desertificazione commerciale ma che rimane comunque un'opportunità per il commercio "fisico" tradizionale