

# Bergamo sempre più “appetibile” per i turisti stranieri

Bergamo rimane una delle mete turistiche più amate dei turisti stranieri che visitano la città e tornano entusiasti nei loro paesi d'origine.

In testa ci sono i tedeschi, seguiti da francesi, spagnoli, i turisti provenienti dai paesi dell'Est e anche l'Israele, nota Giorgio Lazzari, segretario Federalberghi Bergamo e responsabile marketing Ascom, durante il suo intervento su Bergamo Tv.

Nonostante la primavera insolita e il giugno non esattamente estivo nella città di Bergamo “non ci sono stati grossi segnali di indebolimento dell'offerta, mentre sulle zone più turistiche, ovvero laghi e montagne, il clima piovoso ha influito parecchio”.

Ogni anno però, si nota una crescita costante del numero dei turisti che si fermano nella nostra provincia e un aumento della permanenza media.

“C'è evidentemente un passaparola positivo. Abbiamo più di 13 milioni di passeggeri che transitano dal nostro aeroporto. Ai turisti piace Bergamo e chi viene tendenzialmente torna e fa pubblicità positiva quando rientra nel proprio paese di origine. Inoltre, si nota un aumento del turismo di vicinato. Tanti turisti italiani dalle province vicine vengono a visitare Bergamo”, ha aggiunto.

Riguardo le strutture alberghiere “sono notevolmente cresciute negli ultimi anni. Abbiamo strutture importanti e valide. Abbiamo un patrimonio artistico e architettonico che ci aiuta. Città alta è una bellezza che pochi hanno. Inoltre, abbiamo un

territorio dedicato al turismo naturale per le montagne e i laghi. Sui laghi c'è stato un incremento notevole negli ultimi anni dopo The Floating Piers l'installazione dell'artista Christo che ha portato una crescita di doppia cifra nelle zone lacustri".

L'aumento del turismo ha spinto i professionisti del settore a focalizzarsi anche sulla conoscenza delle lingue straniere del proprio personale. Per questo motivo, come nota Lazzari, negli "ultimi anni è cresciuta tanto la presenza di operatori giovani che parlano lingue straniere. Oggi trovi tanti ragazzi giovani preparati e difficilmente un turista rimane a disagio se entra in un locale. Ovviamente si può fare di più, anche sull'aspetto del prodotto tipico perché una fetta importante di turisti è quella dei turisti che si muovono per assaggiare i prodotti tipici".





**Crea e migliora il sito della**

# tua azienda con il seminario Ascom

Dopo il successo del primo incontro organizzato dai Giovani Imprenditori di Ascom Confcommercio Bergamo, "Parti in testa nei motori di ricerca con la SEO e Google My Business", continua il percorso pensato dal gruppo.

Il secondo appuntamento dei quattro previsti (gli appuntamenti non sono propedeutici l'uno all'altro) dal titolo "Crea e migliora le attività digitali della tua azienda attraverso il sito web" ha come obiettivo di aiutare le piccole e medie imprese realizzare un sito che non sia visto solo come semplice "vetrina", ma una vera e propria piattaforma "centrale" e strategica per veicolare il proprio marketing e la propria comunicazione.

Il seminario è in programma giovedì 20 giugno dalle ore 15:30 alle ore 17:30 in sede Ascom Confcommercio Bergamo.

La partecipazione al corso è gratuita previo accreditamento [cliccando qui](#).

Per informazioni: Ascom Confcommercio Bergamo, tel. 035.4120135, [alessandro.rota@ascombg.it](mailto:alessandro.rota@ascombg.it)

[corso\\_giovaniImprenditori\\_WEB](#)

---

# Una nuova torta Donizetti in onore al grande maestro

Si avvicina la Donizetti night e per l'occasione lo chef Vittorio Fusari dello storico Balzer ha sfornato un'ottima rivisitazione della torta dedicata al compositore bergamasco.

Gli ingredienti sono stati migliorati e amalgamati in modo da creare un dolce più soffice e amabile al palato.

Se la torta Donizetti tendeva ad essere asciutta e asciugare la bocca, la nuova versione – disponibile da venerdì al Balzer – garantisce una maggiore morbidezza.

Merito di Vittorio Fusari e degli ingredienti selezionati con metà farina integrale macinata a pietra, lo yogurt di bufala per abbattere il colesterolo, uova biologiche, lievito madre, vaniglia del Madagascar, ananas candito in casa e una spolverata di zucchero a velo speziato con cardamomo, chiodo cannella e anice.

La nuova versione della torta Donizetti si propone come un cadeau disponibile tutto l'anno, in affiancamento ai dolci tipici (panettone e colomba) prodotti nei periodi di festa.





# Torna a Bergamo la “Donizetti Night”

Torna a Bergamo la “Donizetti Night”. Sabato 15 giugno in città bassa la festa musicale dedicata al bergamasco più famoso del mondo in collaborazione con Ascom

---

## Lungo il viale: grande successo per l'evento di tre giorni a Mapello

Enorme successo per l'evento “Lungo il viale. Profumi e sapori della terra bergamasca” organizzato da Promoisola che si è tenuto a Mapello dal 7 al 9 giugno tra il centro storico - vestito con abiti medievali- la piazza e la Torre della città.

Solo domenica 9 giugno hanno partecipato alla manifestazione circa 15.000 persone che con entusiasmo hanno avuto l'occasione di fare un viaggio culinario gustando e comprando eccellenze enogastronomiche della provincia di Bergamo che le aziende agricole e non solo hanno proposto. Interessanti e divertenti i laboratori organizzati come quello de “La Compagnia del Re gnocco” e il “Prepariamo il pane” con farine antiche a cura dell'Agricola Santa Giulia.

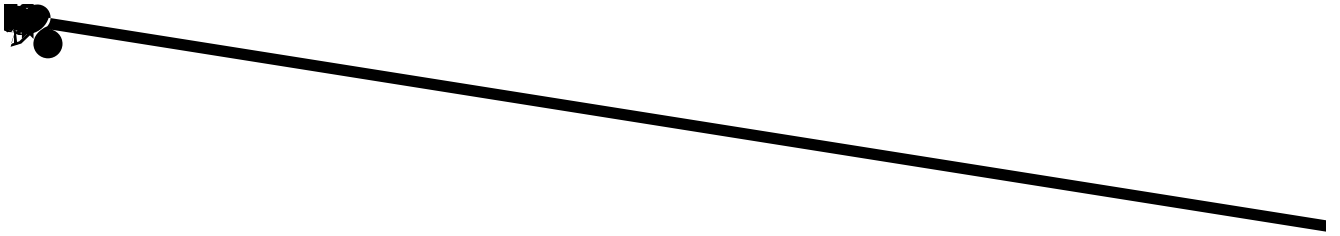
Sabato 8 giugno si è tenuta l'inaugurazione della mostra di pittura dell'artista Franca Rinaldi presso la Torre comunale, ma anche quella della mostra “Club Modellisti e Collezionisti” presso la Sala Pelliccioli Sede Pensionati. Invece la sera a Prezzate presso il campo sportivo, in occasione del 60° della

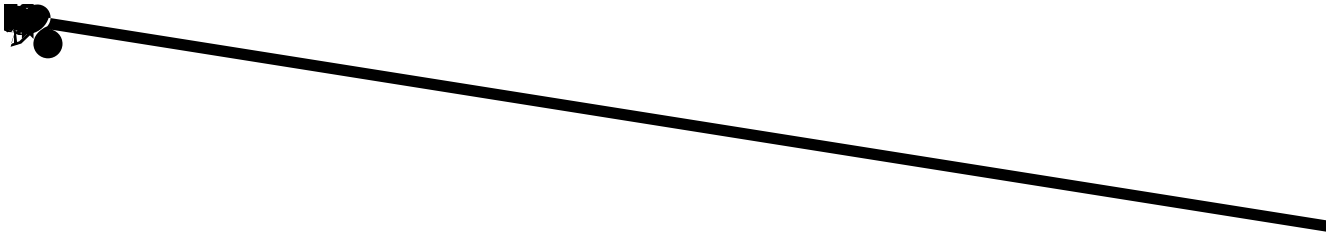
fondazione della Fanfara Alpina di Prezzate, si è tenuta la sfilata e il concerto delle fanfare alpine della provincia di Bergamo. Venerdì 7 giugno il pomeriggio era dedicato ai ragazzi che sono stati accolti dagli studenti dell'Istituto Comprensivo "Piera Gelpi". La sera nella piazza del Comune i gruppi "Sbandieratrici e musicisti di Capriolo", "La Compagnia del Re gnocco", "Gli scacchi viventi" e i soldati mercenari in abiti medievali hanno teatralizzato la battaglia tra Guelfi e Ghibellini alla conquista della torre.

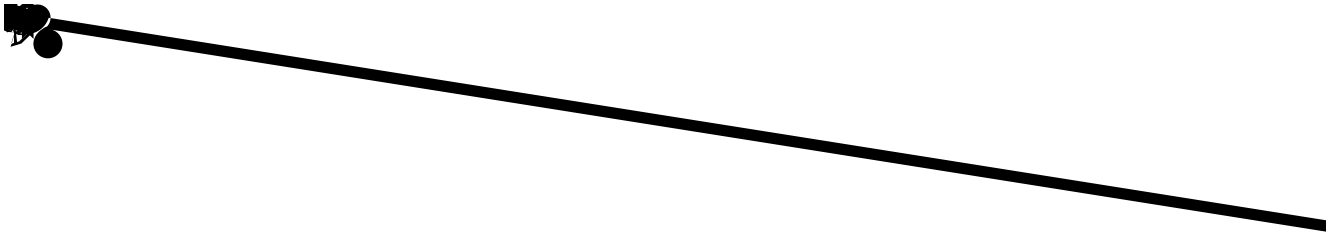
"L'afflusso è stato enorme. Solo di domenica sono stati calcolati circa 15.000 persone. La location è molto bella, tranquilla con un viale alberato, fattori importanti per il successo dell'evento. L'aiuto anche di amici e associazioni come l'Ascom Bergamo ha contribuito alla buona riuscita della manifestazione. Un insieme di sinergie ha permesso il successo dell'iniziativa. La gente era entusiasta e i commenti molto positivi. Siamo stati attenti a inserire delle eccellenze locali come i taleggi di Casa Arrigoni e i vini della Val Calepio. Inoltre, i professionisti coinvolti fanno parte dell'alta ristorazione della bergamasca. Importanti anche i laboratori del pomeriggio. Si pensa già alla prossima edizione. Punteremo sui produttori della pianura e aggiungeremo anche altri nomi importanti della gastronomia di alto livello", ha commentato Silvano Ravasio, presidente di Promoisola e assessore comunale del turismo e della cultura.

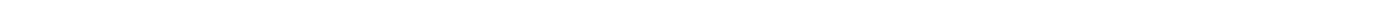
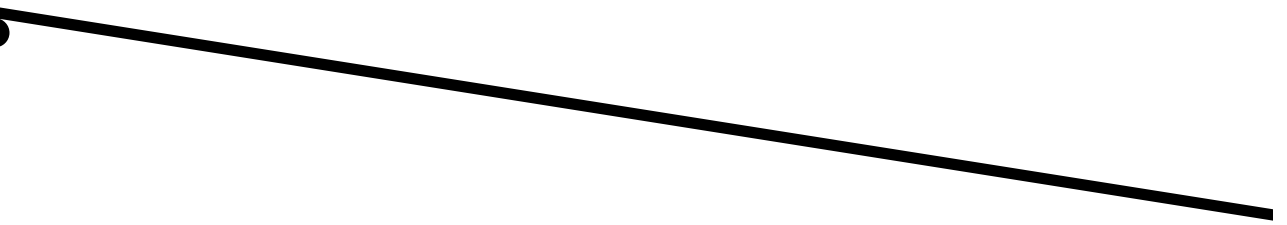














# Sangalli: “No all’aumento dell’Iva o diremo addio alla crescita”

Il presidente del Gruppo Dettaglianti Ortofrutticoli di Ascom Bergamo, Livio Bresciani: “C’è stato un impegno chiaro e preciso che l’Iva non aumenterà”

L’aumento dell’Iva non dovrà scattare, altrimenti l’Italia potrà dire addio alla crescita. È stata molto chiara la posizione del presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, durante l’assemblea annuale tenutasi a Roma giovedì 7 giugno. Nella sua relazione ha sottolineato che “non basta quello che si sta facendo, la ripresa è quasi nulla e per la crescita si deve e si può fare di più”, aggiungendo che “restano sfide strutturali che vanno vinte per imboccare un nuovo sentiero di sviluppo”. Tra queste “una maggiore produttività nei servizi, perché sono i servizi di mercato il polo attrattore di produzione ed occupazione: prima, durante e dopo la crisi. In particolare, le imprese condotte dalle donne. Sono le nostre imprese, le imprese del commercio, del turismo, dei servizi, della logistica e delle professioni, che negli ultimi venti anni hanno difeso l’occupazione di questo Paese”.

Per raggiungere l’obiettivo della crescita il presidente di Confcommercio ha suggerito l’utilizzo di “due ali – innovazione e infrastrutture – e un motore, la riforma fiscale”. Bisogna dunque “puntare sul digitale”, ma per le imprese rappresentate da Confcommercio ciò significa anche “un cambiamento di prospettiva della pubblica amministrazione. La digitalizzazione funziona benissimo per i controlli e per le tasse, mentre la cattiva burocrazia continua ad ingessare le imprese e ad essere un costo aggiuntivo”.

Occorre però “eliminare definitivamente gli aumenti delle aliquote Iva previsti nel prossimo biennio”. Questa, ha scandito Sangalli, “non è una battaglia della Confcommercio,

per la Confcommercio. E' una battaglia della Confcommercio a beneficio di ciascuno e di tutti i cittadini".

va migliorata la "qualità del vivere e del lavorare, dai centri storici alla rigenerazione delle periferie", esaltando "la capacità dell'impresa diffusa di contribuire al lavoro di 'rammendo' di città grandi e piccole". E quello del turismo, settore nel quale "pesano i ritardi nell'emanare – e a volte anche semplicemente nell'applicare – norme di contrasto all'abusivismo" e per il quale "va messa in campo una strategia a regole vigenti ripartendo dal Piano Strategico di Sviluppo del Turismo per il periodo 2017-2022".

Il presidente del Gruppo Dettaglianti Ortofrutticoli di Ascom Bergamo, Livio Bresciani, che è stato presente all'assemblea ha affermato: "E' stata un'assemblea molto sentita con un'affluenza molto alta. Si è espresso molto calore nei confronti del presidente Sangalli. Come al solito il presidente ha saputo dialogare con la platea portando avanti degli argomenti molto importanti. Riguardo l'Iva, c'è stato un impegno chiaro e preciso da parte del ministro dello sviluppo economico e ministro del lavoro, Luigi Di Maio, che non aumenterà. Inoltre, mi ha colpito che si è parlato anche della questione ambientale, soprattutto dell'ecosostenibilità, che nell'economia moderna ha un ruolo molto importante. Dobbiamo rispettare la natura per dare ai nostri figli e alle generazioni future la possibilità di avere a loro disposizione le risorse naturali".

---

**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 familiare 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.











---

## Corso “Il barbecue è una cosa seria”

“Il barbecue è una cosa seria” è il corso che l’Accademia del Gusto propone giovedì 13 giugno dalle 20 alle 23 nella sede di Osio Sotto (piazzetta don Gandossi,1). Non si parlerà di grigliate ma di cotture lunghe a bassa temperatura per esaltare le caratteristiche della carne. Insieme verrà elaborato un menù completo, dall’antipasto al dolce. Per informazioni [info@ascomformazione.it](mailto:info@ascomformazione.it) – [www.ascomformazione.it](http://www.ascomformazione.it).

---

# Corso “Dessert per stupire”

Lunedì 10 giugno dalle 20 alle 23 in Accademia del Gusto (piazzetta don Gandossi, 1 Osio Sotto) è in programma il corso “Dessert per stupire” con lo chef Antonio Cuomo.

La lezione si svolge in aula dimostrativa, dove lo chef darà libero sfogo alla sua creatività e alla sua passione per i dolci.

Per informazioni [info@ascomformazione.it](mailto:info@ascomformazione.it) –  
[www.ascomformazione.it](http://www.ascomformazione.it)

---

## Contratto terziario, termine prorogato

È prorogata al 31 dicembre 2019 la scadenza del Contratto collettivo Nazionale del Terziario, distribuzione e servizi. L'accordo è stato raggiunto nei giorni scorsi da Confcommercio, insieme alle Organizzazioni Sindacali firmatarie del Filcams-CGIL, Fisascat-CISL, Uiltucs–UIL e UGL Terziario. In questo modo si riallineano tutte le diverse previsioni contrattuali attualmente esistenti nel settore e si garantisce alle imprese che applicano il CCNL Confcommercio condizioni di concorrenza uniformi.