

Bando camerale per il turismo. Domande entro il 31 maggio

Bando Camerale per le imprese del turismo che investono sulla promozione digitale. Le domande entro il 31 maggio. Contributi fino a 2.500 euro. Info, www.bg.camcom.it

Formaggi in primo piano a Gromo

Torna anche quest'anno a Gromo la sagra del formaggio 'Gromo sempre in forma'. La manifestazione, organizzata dall'Amministrazione è in programma sabato 19 maggio e si apre alle 10 con un concorso caseario aperto ai produttori di formaggella della Val Seriana, dello stracchino e del formaggio di monte. Dalle 10 fino alle 18 lo scenario di Piazza Dante ospiterà gli stand enogastronomici e un mercato di prodotti alimentari con i produttori agricoli, dove si potranno fare assaggi e divertirsi con le proposte di intrattenimento e showcooking nel borgo medievale. L'iniziativa, alla settima edizione, si svolge con la collaborazione di Onaf, Ufficio Turistico locale, associazione Sentiero dei sapori e Coldiretti Bergamo. Per info: 046.41345.

All'Accademia del Gusto sfida ai fornelli sui piatti di Mirko Ronzoni

Lunedì 21 maggio ore 21 all'Accademia del Gusto di Osio Sotto un laboratorio pratico con Mirko Ronzoni. I partecipanti divisi in due brigate si sfideranno nella preparazione di alcuni dei piatti più famosi del celebre ristorante televisivo Hell's Kitchen. Info e prenotazioni, 035 4185706 o info@ascomformazione.it

Cibus, tutti pazzi per il biologico e le farine antiche

Gli stili di vita cambiano e con essi muta anche l'offerta di prodotti alimentari. Dalla pasta ai dolci, siano essi industriali o artigianali, si va incontro alle richieste e alle tendenze imposte dai consumatori, con qualche eccezione legata al mantenimento della tradizione.

La fiera Cibus che si è chiusa a Parma ha messo in bella mostra migliaia di prodotti Made in Italy.

Per la pasta la tendenza è quella di cercare e premiare produttori di qualità che utilizzino grani antichi come il senatore Cappelli (merita una segnalazione il pastificio Barbagallo situato a Fiumefreddo di Sicilia (CT) che dopo più di 30 anni impegnato quasi esclusivamente sui mercati esteri, ha deciso di "tornare" sul mercato italiano con pasta "antica" a ridotto contenuto di glutine). Il sud è il vero granaio

d'Italia e seguono la tradizione il Pastificio Feudo Mondello di Palermo, il Pastificio artigianale D'Amicis di Serracapriola (FG) e l'Antico Pastificio Sannita di San Giorgio del Sannio (BN), che compie 90 anni. Tutte realtà che esauriscono il prodotto nel corso della stagione. Su larga scala segnaliamo l'abruzzese Delverde che ha presentato la nuova linea biologica integrale 100 per cento italiana e la linea Millennials con formati più adatti ai single.

Anche sul fronte farine vengono proposti grani antichi e di qualità, sia dai piccoli mulini come i Molini del Ponte di Castelvetro (TP) che da aziende più strutturate come Molino Grassi di Fraore (PR) che riesce a garantire una produzione di qualità a disposizione di una platea più ampia grazie alla distribuzione nella Gdo. E a fianco delle farine non potevano mancare i lieviti biologici Decori' eletti prodotto dell'anno per il 2018.

Biologico e salutare sono i termini più diffusi a Cibus 2018 con numerosi consorzi di agricoltori biologici. Citiamo Terra Bio, cooperativa umbra che distribuisce i prodotti tramite la cooperativa Sole e Terra di Curno. Sempre dalle terre che tanto hanno sofferto i terremoti negli ultimi mesi troviamo la Dolciaria Severino che propone una varietà di biscotti farciti prodotti proprio a Norcia con farro biologico e locale.

Prodotti biologici di qualità vengono proposti anche da gruppi più strutturati come Mangiar Sano e Germinal, Probios, Farmo così come Bene Bio. Felicia punta a paste con legumi, molto richieste dai consumatori.

Dopo lenticchie rosse, piselli verdi e lenticchie gialle, Felicia, marchio di Andriani S.p.A, punta sui ceci e su un inedito legume per ampliare la propria gamma: il fagiolo verde Mung.

Punta al bio anche il colosso trentino dei brodi Bauer, prima marca biologica sul mercato, che a Cibus ha presentato il primo dado in grado di generare in pochi minuti il classico risotto giallo alla milanese, naturalmente con zafferano biologico. La Nicchia di Pantelleria propone invece conserve vegane, mentre Yogi lancia le tisane biologiche e in edizione limitata.

Attenzione alla qualità dei prodotti viene dimostrata da aziende che fanno dell'export uno dei punti di forza, come il Biscottificio Verona di Legnago (VR), così come ricerca e

innovazione contraddistinguono l'attività dell'azienda Di Leo situata a Matera, produttrice di biscotti studiati per la salute dei consumatori e il Biscottificio Antonio Mattei di Prato. La Mole di Caselle Torinese (TO) propone una produzione da forno come le schiacciatine.

Segnaliamo poi un'azienda a conduzione familiare che vende più del 90 per cento del prodotto in Italia: i Bibanesi prodotti nel paese che da loro il nome, Bibano di Godega (TV) ogni anno incrementano la produzione senza mai dimenticare l'antica ricetta con ogni singolo bibanese che viene prodotto a mano. Una segnalazione sugli olii la meritano sicuramente i frantoi Cutrera di Ragusa e Terre Francescane di Spoleto (PG) che acquisiscono ogni anno una quota importante di mercato estero. Andrea Gradassi, direttore commerciale dell'azienda umbra, ha ideato una bottiglia da mezzo litro di extravergine in vendita nei duty free e un olio speciale griffato Trussardi. Coricelli affianca all'extravergine un prodotto premium destinato alle famiglie come olio di frittura: a Cibus 2018 è stato lanciato Friggiamo, un nuovo blend in vetro con olio di riso e semi di girasole.

A Pianfei (CN) è nata un'azienda a conduzione familiare che lavora e miscela erbe di montagna, officinali, aromatiche, Te, spezie e con diverse varietà di riso.

A dimostrazione che il Made in Italy propone veri e propri gioielli enogastronomici.

Rizzoli ha invece proposto ricette in scatola in collaborazione con l'azienda Mycookingbox della bergamasca Chiara Rota, destando grande curiosità e interesse anche tra il pubblico straniero.

Passando ai dolci possiamo affermare che vince la tradizione con prodotti come il panettone che vengono esportati 365 giorni all'anno. Qui le materie prime sono di qualità, si sperimentano nuovi prodotti ma fortunatamente non assistiamo a grandi stravolgimenti.

Il pasticciere Nicola Fiasconaro (Guinness World Record's) dell'omonima azienda di Castelbuono (PA) è orgoglioso dei suoi prodotti che riscuotono successo in tutto il mondo, così come Flamigni di Forlì, Borsari, Giovanni Cova & C e Muzzi di Badia Polesine (RO). Loison Prosegue nel solco della tradizione con prodotti particolarmente apprezzati anche sul mercato estero e presenta la novità del panettone cioccolato e caramello salato

“Nero sale”. Creme e cioccolati di Davide Barbero ad Asti sono sicuramente un ottimo abbinamento.

Una segnalazione particolare la merita l’Industria Dolciaria Quaranta di Caravaggio che esporta in tutto il mondo il torrone prodotto in terra bergamasca, con un’importante quota di mercato negli Stati Uniti con nuovi packaging e prodotti accattivanti come i cubi di torrone.

Per quanto riguarda la pattuglia bergamasca presente a Cibus segnaliamo il caseificio Preziosa di Seriate, Arrigoni Battista, Casa del Dolce, Caseificio Defendi Luigi, Grissinificio Zingonia, La Giraffa, La nuova gastronomia e pasticceria, Mylena tortellini, Oscartielle, Star Box, Turani Wood packaging solutions, Dreama, Zanetti formaggi.

Reti d’impresa, un convegno Ascom spiega come si fa

Giovedì 24 maggio alle ore 17 alla sede Ascom di Bergamo in via Borgo Palazzo è in programma il convegno ‘Fare rete, fare bene, dalla collaborazione tra pmi al successo delle imprese’. La partecipazione è gratuita su prenotazione al sito internet www.ascombg.it – Info 035.4120203

Cresce il dettaglio

specializzato in ortofrutta, +4% le vendite nel 2017

La “signora Maria”, decennale icona del consumatore medio che va a fare la spesa? Oggi non esiste più. “Oggi ci confrontiamo con la ‘dottoressa’ Maria, un utente di alto profilo, iper-informato, che legge giudizi sui social e sui blog, pubblica recensioni e scarica volantini e app”. Ecco il nuovo scenario di consumo con il quale deve confrontarsi anche il canale del normal trade in ortofrutta: con queste premesse si è aperto nella seconda giornata (giovedì 11 maggio) di Macfrut 2018 il convegno “Le nuove opportunità del dettaglio specializzato”, organizzato, oltre che dalla stessa fiera Macfrut, da FIDA, Federazione Italiana Dettaglianti Alimentari, e Italmercati, il network dei maggiori centri agroalimentari italiani, in media partnership con la testata Fruitbook Magazine.

A tracciare un profilo del nuovo consumatore e del nuovo ruolo del dettagliante è stato Livio Bresciani, vice presidente di FIDA, che ha presentato i numeri del settore dettaglianti che sta vivendo una nuova fase di sviluppo dopo 2 anni di crisi. “I negozi di ortofrutta in Italia sono 17.016, pari al 22,3% dei punti vendita alimentari specializzati – sottolinea – Gli acquisti di frutta e verdura presso i dettaglianti specializzati nel 2017 sono saliti a circa 1,86 milioni di tonnellate (+4% sul 2016) e attualmente ricoprono il 22% delle quote di mercato. Se gli acquisti di frutta e verdura crescono, cresce parimenti la domanda di prodotti ad alto contenuto di servizio, sani e salutari allo stesso tempo”.

E il consumatore? Ha poco tempo, è diventato multicanale ed è anche infedele (il 63% degli utenti acquista dove è più conveniente) e vorrebbe i vantaggi del digitale a quelli del

luogo fisico. Quali sono dunque le nuove opportunità per il dettaglio specializzato? “Occorre cavalcare queste tendenze, offrire prodotti innovativi come centrifughe e succhi da passeggio, frutta e verdura già tagliata, minestrone creativi, gastronomia vegana e la rapidità di consegnare la spesa ordinata. Insomma un e-commerce di prossimità”.

Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati ha fatto invece una fotografia dei mercati all'ingrosso: un canale che conta oggi su un fatturato di 5 miliardi di euro, per un volume di 3,2 milioni di tonnellate all'anno di prodotti commercializzati. “L'ortofrutta oggi è un prodotto di qualità, che va curato e gestito con professionalità. – sottolinea Pallottini – Noi dei mercati all'ingrosso vogliamo portare avanti un progetto incentrato sulla qualità, stiamo anche mettendo a punto un nuovo format di negozio”.

Il convegno è stato anche l'occasione per premiare i migliori fruttivendoli d'Italia. Lo hanno fatto Apofruit e VI.P – Mela Val Venosta nell'ambito dei rispettivi concorsi “Magic Code” e “L'Amicizia premia sempre!”. Progetti di fidelizzazione che utilizzano le nuove tecnologie come app e qr code. Gianluca Casadio, responsabile marketing di Apofruit, ha premiato con la consegna delle chiavi di una Lancia Ypsilon il signor Serranni Antonio di Noicattaro, in provincia di Bari, miglior dettagliante dei prodotti Solarelli e Melinda nell'edizione 2017 del concorso Magic Code, svolta in partnership con il consorzio melicolo della Val di Non. “Il progetto Solarelli, nato nel 2008 commercializza la linea di alta qualità di Apofruit con una alta gamma di referenze e un fatturato che registra un trend positivo costante.

Il fruttivendolo non è un semplice negoziante, è un “maestro della frutta”: lo ha sottolineato anche VI.P, il consorzio melicolo altoatesino che commercializza la celebre Mela Val Venosta. “Il dettagliante è portavoce di nostre mele. – esordisce Benjamin Laimer, responsabile marketing.

Vincitori del contest della Val Venosta edizione 2018 è

stata Gianna Giannuzzi, dettagliante della provincia di Bari, a cui sono state consegnate a Macfrut le chiavi di una Fiat Doblo.

Credito, venerdì l'Assemblea Fogalco

Venerdì 18 maggio a partire dalle ore 15 assemblea annuale Fogalco. In agenda, l'andamento del credito, l'approvazione bilancio e il rinnovo delle cariche sociali

Treviglio, Anghinoni confermato presidente dell'associazione commercianti

L'Associazione commercianti Trevigliesi conferma alla sua guida Gabriele Anghinoni. Nell'agenda per i prossimi mesi il rafforzamento della collaborazione con il Distretto del Commercio per la valorizzazione dei negozi e dell'intera città

Giovanni Zambonelli eletto presidente di Ascom Confcommercio Bergamo

Giovanni Zambonelli è il nuovo presidente di Ascom Confcommercio Bergamo. L'elezione è avvenuta oggi, lunedì 14 maggio, nell'ambito del Consiglio direttivo dell'Associazione. Il nuovo presidente subentra a Paolo Malvestiti che da 18 anni è stato alla guida dell'Associazione. A Malvestiti va la carica di presidente onorario e a lui viene intitolata la sala conferenze di Ascom.

Giovanni Zambonelli, classe 1960, imprenditore del settore dell'ospitalità, è titolare, insieme al fratello, del Best Western Hotel Cappello d'Oro di Bergamo e del Best Western Plus Hotel Monza e Brianza Palace di Cinisello Balsamo. Dal 2013 è vicepresidente di Ascom (vicario dal 2017) e consigliere di Confcommercio Lombardia; nel 2006 entra a fare parte della Cooperativa di Garanzia Fogalco; dal 2005 è membro del consiglio direttivo di Ascom Bergamo, presidente del Gruppo Albergatori Ascom – Federalberghi Bergamo e consigliere e membro di giunta di Federalberghi Lombardia; dal 2002 è consigliere dell'Ente Bilaterale del Turismo. E' stato confermato come vicepresidente dell'Associazione Giorgio Beltrami, che prende il ruolo di vicepresidente vicario. Entra a far parte del consiglio direttivo Cristian Botti, presidente del Gruppo Librai, Cartolai e Forniture d'ufficio, come primo candidato consigliere non eletto nell'assemblea elettiva del 2017.

Nel corso del Consiglio direttivo sono stati nominati anche i consiglieri di Confcommercio Lombardia. Oltre a Zambonelli prenderanno parte del Consiglio regionale della Confederazione: Giorgio Beltrami, Lorenzo Cereda, Diego Pedrali e Luciano Patelli.

Il nuovo consiglio direttivo di Ascom, che rimarrà in carica

fino al 2021, risulta così composto: Giovanni Zambonelli, presidente; Giorgio Beltrami, vicepresidente vicario; consiglieri: Luca Bonicelli, Cristian Botti, Livio Bresciani, Roberto Capello, Lorenzo Cereda, Mauro Dolci, Petronilla Frosio, Riccardo Martinelli, Giuseppe Milazzo, Luciano Patelli, Diego Pedrali, Alessandro Riva, Giampietro Rota, Adriano Vacchelli.

Il terziario tiene: +1,2% rispetto al 2017, in città +2,7%

Complessivamente nell'ultimo anno il saldo delle imprese bergamasche è positivo, con una crescita di 281 attività, rispetto al primo trimestre 2017, pari a +1,2% (dati Ascom Confcommercio Bergamo su Elaborazione Cciaa). Anche in città il dato è nel segno più, con una crescita di 108 imprese (+2,7%).

In particolare, prosegue il trend positivo delle attività di somministrazione bar e ristoranti e delle strutture ricettive: +3,1%, con 125 attività in più rispetto all'anno scorso. La tendenza ricalca quella degli ultimi tre anni: +8,9 % rispetto al 2015 (335 imprese in più) e +14,1% negli ultimi cinque anni (531 attività in più).

Resta invariato nell'ultimo anno il numero delle attività del commercio fisso alimentare, che venivano da un lungo periodo

di crescita negli ultimi tre anni (+1,3% tra il 2015 e il 2017).

Quanto al commercio fisso non alimentare, rispetto al 2017, le attività sono cresciute del 5,2%, con 320 negozi in più. Il dato conferma il trend degli ultimi cinque anni che ha sfiorato il +9% con 540 attività (negli ultimi tre anni, dal 2015, il saldo è stato di 473 imprese, +7,9%).

Per quanto riguarda il commercio ambulante scende invece il numero delle imprese: il saldo è negativo con 78 attività in meno, pari al -3,3%. Si inverte così un trend di crescita che durava da tempo: +5,4% negli ultimi tre anni e ben +16,26% negli ultimi cinque anni.

Agenti e procacciatori e attività di servizi alle imprese sono diminuiti anche nell'ultimo anno (86 attività in meno). Prosegue così una striscia negativa che nell'ultimo triennio ha visto il comparto scendere di 332 attività (-3,9%) .

“L'aumento del numero delle imprese dedite alla ristorazione è in alcuni casi dettato da un cambio di vocazione e destinazione di attività, in altri da un cambio di abitudini del consumo fuori casa -spiega il direttore **Oscar Fusini**-. Nutriamo però dubbi sull'effettiva tenuta dell'offerta, considerato che la domanda cresce molto più lentamente dell'offerta”.

Il commercio alimentare tiene complessivamente: “La chiusura dei punti vendita tradizionali compensa l'apertura di nuove attività con consumo sul posto, in stile street-food” - continua il direttore Ascom. Quanto alla crescita dei negozi non alimentari “l' aumento è dovuto all'apertura e alla riapertura di nuovi negozi per lo più da parte di stranieri”.

Non preoccupano il calo delle attività di commercio su area pubblica, né di agenti, procacciatori e attività di servizi: “Il numero delle imprese di commercio ambulante scende per una maggiore rigidità sull'apertura ai fini di cittadinanza da

parte di stranieri. Per quanto riguarda i mediatori e i servizi alle imprese, il calo è imputabile in larga misura al fatto che molti titolari di partita Iva sono stati assunti in aziende, grazie anche alle politiche di incentivi occupazionali”.

La città rispecchia l'andamento complessivo, enfatizzandone numeri e dinamiche: bar e ristoranti crescono del 7,2 %, il commercio non alimentare segna +10,9%, quello alimentare +0,4 %, mentre agenti e servizi registrano -2,56%; il calo è più accentuato per il commercio ambulante: -4,7%.