

Italy Beer Week, la Settimana della birra artigianale si trasferisce sul web

Dal 22 al 28 marzo su Italybeerweek.com le novità e le iniziative online e offline del mondo birrario artigianale

Per anni quello della Birra Artigianale in Italia è stato uno dei pochi settori in ascesa della nostra economia. La contrazione dei consumi dovuta alla pandemia sta mettendo a dura prova i microbirrifici, che risentono principalmente delle restrizioni applicate ai locali specializzati. Anche per supportare il comparto in questo momento delicato, dal 22 al 28 marzo 2021 si terrà la Italy Beer Week, il più grande “evento diffuso” dedicato alla birra di qualità. La Italy Beer Week è infatti l’evoluzione della Settimana della Birra Artigianale, manifestazione nata nel 2011, organizzata da Cronache di Birra, sito e testata giornalistica.

L’undicesima edizione sarà la prima con la nuova denominazione: un cambiamento non solo formale ma anche di contenuto, con eventi pensati per un mercato più maturo. “La birra artigianale non è più un prodotto di nicchia da far scoprire al grande pubblico. Tanti sono i bevitori abituali, sempre più esigenti e vogliosi di seguire le evoluzioni di un mondo in continuo fermento” afferma Andrea Turco, direttore editoriale di Cronache di Birra.

Quest’anno le attività promosse dai singoli aderenti saranno inevitabilmente condizionate da possibili restrizioni, tante iniziative assumeranno una veste digitale, ma non mancherà il consueto contributo di idee ed entusiasmo da parte dei professionisti del settore. “Per forza di cose ci siamo ritrovati ad accelerare un ripensamento del format che era già

in programma – dice Salvatore Cosenza, organizzatore insieme ad Andrea Turco della manifestazione – Una sfida interessante per noi e per tutti gli aderenti: le attività on line saranno tante ma speriamo di non dover abbandonare del tutto l'idea di vivere momenti conviviali, con tutte le precauzioni del periodo”.

Contenuti e obiettivi della Italy Beer Week

La Italy Beer Week vuole continuare a supportare il movimento birrario italiano e verranno coinvolte realtà diverse su tutto il territorio nazionale. Birrifici, pub, beer shop, ristoranti e associazioni potranno segnalare liberamente le iniziative sul sito Italybeerweek.com. Come sempre l'adesione sarà gratuita e ogni partecipante potrà contribuire con degustazioni, cote pubbliche, incontri con birrai, tap takeover, presentazioni di nuove birre, webinar, dirette sui social e altro ancora.

L'obiettivo finale è quello di suscitare la curiosità dei neofiti, tenere alto l'interesse di chi è già fidelizzato e soprattutto sostenere i consumi, in un momento estremamente delicato per l'intera filiera.



Il “Ballo delle debuttanti”

Come da tradizione, anche l'edizione 2021, sarà preceduta dal “Ballo delle debuttanti” delle birre inedite italiane. In mancanza dell'omonimo festival, che si teneva annualmente a Roma, è prevista una “Home Edition”: la vendita on line di una box di 13 birre di altrettanti produttori, acquistabile su 1001birre.it sito di e-commerce specializzato.

“Il Ballo è sempre stato il “calcio d'inizio” della Settimana, un appuntamento tanto atteso per assaggiare le novità dei birrifici italiani. Senza mutarne lo spirito, lo abbiamo reso fruibile comodamente da casa” commenta Andrea Turco.

“L'idea di una box, con 13 birre nuovissime, acquistabile da tutti gli appassionati italiani rende ancor più nazionale la nostra festa, con l'evento inaugurale che abbandona la sua dimensione romanocentrica” aggiunge Salvatore Cosenza.

Tra le 13 novità, nella box c'è anche la “Debuttante del debuttante” ovvero la nuova birra del vincitore del Premio

Lallemand, dedicato ai produttori che hanno iniziato l'attività nell'ultimo anno.

Le evoluzioni del settore

I numeri delle passate edizioni sono importanti: 3145 aderenti, 2450 eventi, 1653 promozioni e scontistiche speciali. Cifre che hanno seguito di pari passo la crescita del comparto. Nel 2010 in Italia si potevano contare solo 311 birrifici artigianali, attualmente sono oltre 800, con conseguente aumento esponenziale anche dei volumi di vendita nel mercato interno (il 4% del totale dei consumi di birra) e delle esportazioni. Da prodotto di nicchia, la birra artigianale è entrata a far parte del paniere di beni quotidiani per molti.

Giornata internazionale dei diritti della donna: TheFork fa il punto sulla ristorazione al femminile

Dalle donne del food più influenti ai ristoranti in "rosa" più amati dagli utenti: ecco i risultati dell'indagine tra dati di settore e tante curiosità

In occasione della Giornata Internazionale dei diritti della Donna, TheFork ha dato vita a un'indagine per condividere dati di settore e curiosità sulla ristorazione al femminile. Nonostante un'annata a dir poco imprevedibile, il 20% di tutti

i ristoranti sulla piattaforma si è tinto di rosa e sempre più donne hanno scalato i vertici del mondo food in tutto il Belpaese.

Secondo 72% degli utenti dell'app numero uno a livello mondiale nella prenotazione online dei ristoranti, negli ultimi anni la quota di lavoratrici nel comparto food è aumentata, stima confermata per il 39% di operatori del settore che sostiene di aver aumentato il numero di dipendenti donne presso il proprio locale negli ultimi tre anni. Secondo la stessa ricerca, il 51% dei ristoratori dichiara di avere una chef donna, mentre il numero medio di donne impiegate in cucina è pari a 1,3. 2,2 è infine la media di lavoratrici attive in altre funzioni presso il ristorante stesso: dalla sala all'amministrazione.

Gli operatori del settore ritengono che a influire positivamente sull'occupazione femminile abbia contribuito la presenza di donne del food nei media. Secondo un'analisi semantica delle recensioni condotta da TheFork a febbraio 2021 sono oltre 4344 i ristoranti che nelle recensioni degli utenti contengono almeno una volta una di queste parole chiave: "ristoratrice", "proprietaria", "la titolare", "imprenditrice" e "cuoca", dato che farebbe presumere un 20% di ristoranti "al femminile" sulla piattaforma.

A fronte della domanda non guidata su quale fosse la donna del food più influente in Italia, gli utenti hanno risposto per la maggioranza Benedetta Rossi, Antonia Klugmann, Benedetta Parodi, mentre gli operatori del settore hanno menzionato soprattutto le Chef Nadia Santini, Cristina Bowerman e Antonia Klugmann.

Le donne del food più influenti

Secondo il 62% degli utenti negli ultimi 5 anni, la presenza di donne in ruoli apicali del mondo food è aumentata. TheFork ha chiesto ai suoi utenti anche quali fossero a loro parere le

donne più influenti del settore food basandosi su diverse classifiche preesistenti.

Per la categoria Chef stellate della Guida Michelin: Antonia Klugmann, L'Argine di Vencò, Dolegna del Collio (19%); Cristina Bowerman, Glass Hostaria, Roma (9%); Rosanna Marziale, Le Colonne, Caserta (7%).

Per la categoria food influencer: Benedetta Rossi (32,8%); Benedetta Parodi (28,6%); Chiara Maci (11,7%).

Per la categoria wine influencer: Wine lovers Italy (15%); Wineteller (10%) Arianna Franciacorta by Arianna Vianelli (8,8%).

Per la categoria imprenditrici e manager del settore: Maria Franca Ferrero, Presidente Ferrero e Fondazione Ferrero, Ferrero Italia (31,8%); Marina Sylvia Caprotti, Presidente Esecutivo, Esselunga (17,6%); Francesca Lavazza, Imprenditrice e Board Member, Lavazza (14%).

Per la categoria pasticciere: Debora Massari (55,6%), Stella Ricci (13%); Marta Boccanegra (7%).

Per la categoria pizzaiole: Teresa Iorio, Rossopomodoro LAB, Napoli (19%); Maria Cacialli, La Figlia del Presidente, Napoli (15%); Isabella de Cham, 1947 Pizza Fritta, Napoli (11%).

I ristoranti al femminile più amati su TheFork



TheFork ha infine individuato la top 10 dei ristoranti al femminile più amati sulla piattaforma. I criteri utilizzati sono stati la maggior presenza delle suddette parole chiave e una votazione superiore all'8,5 da parte degli utenti di TheFork.

Glass Hostaria, Roma

Non servono presentazioni per il ristorante della nota e amata Chef stellata Cristina Bowerman. Nel cuore di uno dei quartieri più suggestivi di Roma, Trastevere, Bowerman è riuscita a creare un punto di riferimento per la cucina locale distinguendosi però da tutte le altre osterie trasteverine, proponendo una cucina leggera e innovativa ricca di suggestioni regionali ma anche internazionali.

L'Arte di Dory, Firenze

Questo ristorante di Firenze prende il nome dalla chef che ne

firma i piatti, Chef Dory che propone ricette della regione Toscana come le pappardelle al cinghiale preparate proprio come vuole la tradizione.

Cousine, Roma

Nel quartiere Gianicolense di Roma, un bistrò nato dalla passione di Maria Pia Folino e di sua figlia Gaia Ascone, che hanno voluto ridare vita a questo piccolo gioiellino, portando avanti la conduzione familiare del locale. Qui potrete gustare deliziosi piatti di pesce e non, preparati con materia prima di ottima qualità.

Buca San Petronio, Bologna

Nel 2004 quattro amici tra cui la giovane Elena Esposito, decidono di lanciarsi nel progetto di riqualificazione di un ristorante storico di Bologna: il Buca San Petronio. Oggi questo locale è un punto di riferimento per chi vuole gustare i piatti tipici della cucina emiliana, ma anche di un'atmosfera di design tutta dedicata all' "Italian Style".

Lidia's Bistro, Fano (PU)

Un nome decisamente descrittivo, perché questo è effettivamente il bistro di Lidia, proprietaria e chef che propone un menù davvero interessante con proposte della cucina siciliana, come gli arancini o la pasta alla norma, e di quella norvegese, come gli smørbrød (paragonabili a dei crostoni).

Lìntulì Lapperlà, Matelica (MC)

Lìntulì Lapperlà è il progetto di Eleonora Monteverde, che dopo il terremoto che ha colpito le Marche ha deciso di dedicare anima e corpo a questo ristorante il cui punto di forza è proprio il territorio. Qui potrete assaggiare una cucina creativa ma anche dei piatti della tradizione.

M'Amo, Milano

Manuela e Massimo, questi i due nomi che compongono la parola “M’amo”. Loro sono i proprietari di questo delizioso ristorante milanese che offre una cucina mediterranea. Tutto qui è scelto con amore e attenzione, dagli arredamenti, all’accoglienza fino ovviamente alle materie prime.

Sartoria Gastronomica, Bologna

Un ristorante in cui protagoniste assolute sono le materie prime, rigorosamente del territorio, che ogni giorno – proprio come in una sartoria – vengono lavorate su misura per creare piatti della tradizione mediterranea con rielaborazioni creative e mai banali.

La Ferramenta del Gusto Emiliano, Torino

La Ferramenta del Gusto Emiliano a Torino è un ristorante in cui si respira un’atmosfera casalinga e familiare ma soprattutto in cui si assaporano le ricette tipiche dell’Emilia Romagna. Gestito in sala da Eleonora Tonelli, con amore e passione, mentre in cucina troviamo Stefania Vallis e Andrea Airò.

Scacciapensieri Osteria Moderna, Cecina

Allo Scacciapensieri si viene per stare insieme, per gustare una cucina mediterranea di prima qualità – soprattutto se parliamo di piatti di pesce – e per farsi coccolare dal personale attento e professionale proprio come la proprietaria Catia.

A Sanremo l’Italia se la

canta e se la balla. Ma anche fuori dall'Ariston serve un lavoro d'orchestra

Tutti a casa a vedere Sanremo. L'Italia se la canta e se la balla tra canzonette e colori vecchi e nuovi.

Tutti a casa a vedere Sanremo. L'Italia se la canta e se la balla tra canzonette e colori vecchi e nuovi. L'arancio scuro preludio del rosso che sta per arrivare. Ci manca il blu dipinto di blu simbolo della canzone italiana e di Sanremo.

È tutto così surreale che sembrerebbe un film ma è vero. Il festival della canzone italiana come il campionato a porte chiuse. L'oppio per i popoli che non ce la fanno più ma devono rasserenarsi e sopravvivere fino all'estate. Ormai l'hanno capito anche i sordi (non ce ne vogliono gli siamo vicini).

Dobbiamo cantare in coro. C'è luce in fondo al tunnel ed è l'uscita.

Canteremo per ingranare la marcia. Avanti con i vaccini, serve un lavoro d'orchestra dietro un grande maestro. Un drago!

Un nostalgico di Nilla Pizzi

Commercio al dettaglio in rosso Resistono l'alimentare

e La Gdo

Il comparto alimentare e non alimentare su strade diverse nel quarto trimestre. Per commercio e servizi il calo annuo di fatturato supera il record negativo del 2009

Gli ultimi dati della Camera di Commercio di Bergamo non fanno sperare per il settore del commercio al dettaglio in provincia. Nel quarto trimestre torna infatti ad aggravarsi la situazione delle imprese con almeno 3 addetti attive nel commercio al dettaglio: il calo di fatturato rispetto allo stesso periodo del 2019 è pari al -5,4%, in peggioramento rispetto al -2,4% registrato nel terzo trimestre. L'intensificarsi dei contagi da Covid-19 da ottobre in poi ha comportato l'adozione di nuove misure di contenimento.

A essere penalizzati sono stati ancora una volta gli esercizi non alimentari, che dopo il recupero dei mesi estivi hanno subito un nuovo calo delle vendite nel quarto trimestre, nell'ordine dei 10 punti percentuali rispetto ai livelli del 2019.

I negozi alimentari – e la grande distribuzione in particolare – non hanno invece subito contraccolpi, non solo perché sono potuti restare aperti, ma anche per via della crescita del consumo domestico di beni alimentari a scapito di quello fuori casa e la maggiore diffusione del lavoro agile.

Il 2020 nel suo complesso archivia un calo del fatturato del -8,1%, il peggior risultato della serie storica (il precedente primato negativo era il -7,1% del 2012); ancora una volta va però sottolineata l'estrema variabilità di questo risultato, che se per i negozi non alimentari certifica un annus horribilis con perdite superiori ai 15 punti percentuali, per la grande distribuzione ha invece rappresentato un'annata di significativa crescita.

I prezzi tornano a crescere negli ultimi tre mesi del 2020

(+0,3%), chiudendo un anno che ha visto comunque una dinamica positiva dei listini, sebbene in rallentamento rispetto al 2019. Oltre alle dinamiche settoriali, hanno influito anche i maggiori costi sostenuti per l'adeguamento ai protocolli di sicurezza. Le valutazioni sugli ordini ai fornitori, nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, mostrano ancora una netta prevalenza di indicazioni di diminuzione su quelle di aumento, ma il saldo conferma il trend di miglioramento già evidenziato nel terzo trimestre. Negative invece le notizie sul fronte delle scorte, con il saldo tra giudizi di eccedenza e scarsità che torna a crescere e si attesta su livelli decisamente più elevati rispetto al 2019.

L'andamento dell'indice del fatturato mostra chiaramente l'evoluzione nel corso del 2020 che ha visto il forte calo dei primi due trimestri al minimo storico di 72,6 (2010=100), la risalita a quota 85,7 nel terzo e la nuova caduta – fortunatamente meno pronunciata – nel quarto, oltre quattro punti sotto i livelli di fine 2019. La dinamica della Lombardia è simile, anche se il calo meno marcato nella prima parte dell'anno consente alla regione di archiviare una flessione tendenziale più ridotta nel quarto trimestre e una variazione media annua migliore: il risultato è un allargamento del gap negativo di Bergamo nei confronti dell'indice lombardo.

Torna a salire la percentuale di imprese che dichiara un calo di fatturato su base annua, sebbene rimanga lontano il livello record raggiunto nel secondo trimestre, quando le imprese in perdita rappresentavano oltre il 60% del campione. Parallelamente aumenta – sebbene lievemente – la quota di imprese con un fatturato in crescita, mentre si riducono le imprese che dichiarano una situazione di stabilità. La distribuzione delle risposte conferma quindi una crescita della variabilità rispetto al trimestre precedente, quando il recupero era stato generalizzato.

Nel 2020 bene solo la Gdo che chiude l'anno in positivo (+5,5%)



I dati forniti sulle vendite di prodotti di largo consumo confezionato da parte di ipermercati e supermercati confermano l'andamento positivo delle vendite: crescono infatti su base annua il valore e le quantità vendute, con incrementi nuovamente in accelerazione dopo il rallentamento dei mesi estivi. L'anno si chiude con un risultato positivo sia in valore (+5,5%) che in quantità (+2,8%), dopo un 2019 di stagnazione. L'emergenza sanitaria ha rappresentato un vantaggio per supermercati e ipermercati, spostando una significativa quota dei consumi alimentari dal canale Ho.Re.Ca alle mura domestiche.

Il quarto trimestre registra un saldo positivo del numero di addetti (+0,8%), frutto della contemporanea crescita del tasso di ingresso e del calo di quello relativo alle uscite: gli strumenti a sostegno dell'occupazione e il blocco dei licenziamenti, da un lato, e le esigenze di manodopera da

parte degli esercizi che hanno sperimentato una crescita di domanda, dall'altro, hanno permesso all'occupazione delle imprese commerciali – almeno per quelle con 3 addetti e oltre – di superare il 2020 senza subire particolari perdite, anche se il trend positivo degli anni precedenti ha mostrato un rallentamento.

Le aspettative degli imprenditori del commercio al dettaglio evidenziano un netto peggioramento negli ultimi tre mesi dell'anno, riportando i saldi tra previsioni di crescita e diminuzione sui livelli molto negativi dei primi due trimestri. Anche tenendo conto degli effetti stagionali, che vedono un calo fisiologico delle vendite dopo il picco di fine anno, questo calo brusco testimonia una scarsa fiducia degli imprenditori nella possibilità di una rapida ripresa nella prima parte del 2021.

“La stessa situazione rilevata dall'osservatorio della Camera di Commercio si registra anche nei negozi con meno di tre addetti – sottolinea **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Anche le piccole e piccolissime attività alimentari hanno chiuso in positivo mentre i non alimentari hanno registrato una forte sofferenza, non solo per il fatto che sono stati costretti a chiusure forzate ma anche per la minor circolazione delle persone per effetto della zona rossa e arancione. A questo si aggiunge un ulteriore problema che riguarda tutta la filiera, dall'agroalimentare al grossista fino ad arrivare a commerciante ultimo. In particolare ha perso pesantemente tutta la filiera legata all'horeca per la chiusura di bar, ristoranti e per la perdita di attività negli alberghi”.

I servizi alla persona e le attività di alloggio e ristorazione i più colpiti



Nel quarto trimestre la variazione tendenziale del fatturato per le imprese bergamasche dei servizi con almeno 3 addetti è pari al -6,2%: nonostante il dato rappresenti una diminuzione meno accentuata se confrontato con i tre mesi precedenti, si tratta del divario più elevato rispetto ai livelli di attività del 2019 tra tutti i macro-settori dell'economia provinciale. In media annua il calo di fatturato raggiunge il -12,7%, superando il record negativo del 2009 (-8%). Un'estrema variabilità caratterizza anche i risultati dei vari comparti dei servizi: sebbene per tutte le attività il 2020 abbia comportato flessioni di fatturato significative, i servizi alle imprese e il commercio all'ingrosso sono riusciti a contenere le perdite, anche grazie all'utilizzo del lavoro agile, mentre i servizi alla persona e le attività di alloggio e ristorazione sono stati tra i comparti più colpiti dalle conseguenze economiche della pandemia: per i primi la diminuzione di fatturato nel 2020 ha superato il -20%, per le seconde il -30%.

I prezzi nel quarto trimestre confermano la velocità di marcia

già evidenziata nei tre mesi precedenti (+0,5%), in accelerazione rispetto agli incrementi marginali registrati nella prima metà dell'anno. Nel 2020, nel complesso, i listini hanno comunque mostrato un raffreddamento rispetto ai ritmi di crescita che avevano caratterizzato il biennio precedente.

Nonostante la situazione di grave difficoltà, l'andamento del fatturato delle imprese bergamasche dei servizi nel quarto trimestre risulta migliore rispetto alla media lombarda: l'indice di Bergamo segna un ulteriore lieve incremento dopo il recupero del terzo trimestre, mentre in Lombardia arretra, allargando il divario con i livelli di fine 2019. Nella media del 2020 il risultato della provincia è tuttavia allineato a quello regionale (-12,3%), che conferma un livello più elevato dell'indice del fatturato per via della maggiore crescita degli anni precedenti.

Anche la distribuzione delle risposte all'interno del campione mostra un miglioramento rispetto al terzo trimestre: la quota di imprese con un fatturato in crescita su base annua si espande, mentre quella relativa alle imprese con fatturato inferiore al 2019 scende sotto il 50%. Le imprese in perdita si confermano comunque più numerose e risultano inoltre caratterizzate da flessioni di entità significativa: la quota di quante dichiarano perdite superiori ai 5 punti percentuali è pari al 41%, a fronte del 31% che registra incrementi di tale entità. I servizi non solo hanno subito il maggior impatto negativo in termini di calo dei livelli di attività, ma sono anche il settore dove sono state più evidenti le ripercussioni sull'occupazione, anche per via di una forza lavoro caratterizzata da un'ampia quota di contratti poco protetti (soprattutto in quei settori, come la ristorazione, maggiormente colpiti dalle misure di restrizione). Il numero di addetti scende del -0,8% nel quarto trimestre, per via della crescita del tasso di uscita (4,2%) e del calo di quello di entrata (3,5%). Al netto degli effetti stagionali, è evidente come la fase discendente dell'occupazione dei servizi

fosse già iniziata nella seconda parte del 2019 ma sia stata intensificata dallo scoppio dell'emergenza sanitaria.

Le aspettative degli imprenditori restano prudenti sulle prospettive per il prossimo trimestre, mostrando solo un lieve progresso rispetto ai valori registrati nei mesi estivi e rimanendo comunque in territorio negativo. Il valore minimo lo esprimono le attività di alloggio e ristorazione e i servizi alla persona. "Le misure di contenimento della seconda ondata autunnale le ritroviamo tradotte nei numeri negativi del quarto trimestre, sebbene le diverse abitudini di consumo abbiano invece avvantaggiato il commercio alimentare – commenta il **presidente della Camera di Commercio, Carlo Mazzoleni** -. Il commercio non alimentare ha purtroppo pagato un nuovo scotto. Notevoli divari anche tra i servizi alle imprese e il commercio all'ingrosso da un lato, e i servizi alla persona, l'alloggio e la ristorazione dall'altro. I numeri annuali per entrambi i settori sono i peggiori della serie storica e le aspettative, alla luce della ripresa della curva dei contagi e di possibili nuove restrizioni, rimangono purtroppo negative".

Sul Sentierone flash mob del mondo del wedding. "Il settore può ripartire e lavorare in sicurezza"

Venerdì in centro città hanno protestato una sessantina di professionisti. Il settore in Bergamasca coinvolge oltre 11 mila lavoratori e circa mille imprese

Un matrimonio sul Sentierone con tanto di arrivo degli sposi a bordo di una Bentley e fotografi al seguito ma senza nessuna aria di festa: è la protesta degli operatori del settore wedding ed eventi e della filiera collegata a Confcommercio Professioni e ad Aiom Bergamo, l'Associazione Italiana Organizzatori Matrimoni, aderenti ad Ascom Confcommercio Bergamo, che venerdì 26 febbraio hanno organizzato, insieme ad altre 14 piazze d'Italia, un flash mob in centro città per chiedere attenzione e ristori che compensino i danni legati alla riduzione dell'attività a causa del Covid.

Tante le categorie coinvolte: sartorie, pelletterie, gioiellerie, tipografie, hairstyle, make-up style, atelier sposi, scenografi, allestitori, noleggio arredi, fioristi, service, agenzie viaggio, e coloro che sono visibili durante il ricevimento: noleggio auto, catering, personale di servizio, barman, fotografi, musicisti, cantanti, dj, animatori, tecnici audio/video/luci. Sul Sentierone c'erano una sessantina di professionistiche hanno messo in scena uno spettacolo pensato nei minimi particolari, così come deve essere un matrimonio: intorno alla categoria dei wedding planner ruotano infatti diverse professionalità in un settore che in Bergamasca coinvolge oltre 11 mila lavoratori, compresi i professionisti e gli atipici, e circa mille imprese.

“Abbiamo bisogno di certezze per poter lavorare e per assicurare i nostri clienti – spiega Paola Rovelli, presidente Aiom Bergamo -. Una reale situazione di emergenza quella della Wedding Industry, dove a dettare le regole del gioco (che gioco non è) sono Dpcm che hanno sempre eluso il nostro settore. È da marzo 2020, infatti, che l'intera filiera degli eventi, è totalmente in ginocchio e senza ristori. Ma la situazione sembra non migliorare affatto: le ultime notizie di prolungamento dello stato d'emergenza hanno rifatto crollare le speranze dei clienti e di noi operatori. Doveroso ricordare che l'annullamento dei matrimoni da marzo 2020 ha per tutti noi significato cestinare mesi di progettazione con

conseguente mancato guadagno delle ore spese per lo sviluppo e che al “via” non potremo iniziare a fatturare dal giorno stesso perché la realizzazione di un evento ha tempistiche più lunghe rispetto alla maggior parte delle attività ferme in questo momento.

La paura è che neanche nel 2021 si possano svolgere matrimoni e così ai professionisti cominciano ad arrivare nuovamente richieste di slittamenti di data e risarcimenti degli acconti già forniti. Da qui l’idea di mostrare attraverso un quadro vivente uno spaccato dell’operatività e del numero di competenze che sono parte essenziale di quest’opera. “Chiediamo al Governo una maggiore considerazione perché la platea è ampia e non apparteniamo a un unico codice Ateco – sottolinea Matteo Mongelli, presidente di Confcommercio Professioni Ascom Bergamo -. Dietro al mondo del wedding c’è una filiera lunghissima che deve essere messa nelle condizioni di ripartire il prima possibile e in sicurezza. Per il wedding non basta infatti rialzare una saracinesca: la riapertura è lenta e graduale perché organizzare matrimonio richiede tempo”.

**I tifosi fuori dallo stadio?
Con il calcio e con
l’Atalanta non hanno nulla a**

che fare

Come cittadino, ristoratore e tifoso dell'Atalanta sono indignato per quanto è avvenuto l'altra sera fuori dallo stadio, prima della partita dell'Atalanta con il Real Madrid.

Vorrei che tutti, società Atalanta compresa, prendessero le distanze da questi irresponsabili, come ha fatto il sindaco di Bergamo, Giorgio Gori.

Già in condizioni di normalità certe situazioni non dovrebbero avvenire, ossia una città di persone perbene non dovrebbe essere messa sotto assedio da qualche decina di perditempo. Figuriamoci in tempi di Covid.

Stiamo tutti soffrendo per questa terribile pandemia, ma c'è gente che continua a comportarsi senza rispetto né nei propri confronti, né nei confronti di parenti e amici. Forse non sanno che cosa vuol dire dover rinunciare al proprio lavoro per impedire assembramenti, come succede a noi ristoratori.

Questi episodi con il calcio e con l'Atalanta non hanno nulla a che fare. Per me queste persone non sono tifosi. Io sono tifoso dell'Atalanta, la sostengo sempre e chiedo a tutti un comportamento esemplare per poter tornare il prima possibile non solo a lavorare ma andare anche allo stadio.

Lo sportivo

Lotteria degli scontrini,

bella fregatura. Chi tenta la fortuna deve rinunciare alle detrazioni nel 730

Pensavamo che la lotteria degli scontrini fosse nata per colpire i commercianti. Per contrastare l'evasione? Macché. Per far girare l'economia. Far spendere fino a 300 euro ai commercianti per adeguare il registratore e fare un piacere allo Stato e alle banche che guadagnano sulle commissioni dei pagamenti elettronici. Questo era il sospetto.

Ci sbagliavamo. La lotteria è uno strumento per fregare tutti i contribuenti. Se fosse confermato che la partecipazione alla lotteria degli scontrini toglierà il diritto alla detrazione e deduzioni nella dichiarazioni dei redditi per le spese come farmacia, salute e occhiali, insomma le più rilevanti e necessarie per una famiglia, allora a guadagnare sarà solo l'Erario che sostituirà a detrazioni certe una probabilità (irrisoria) e un montepremi ridicolo.

Adesso ci aspettiamo una bella salassata anche per primi i vincitori. Altro che premio esentasse!

Jack "il giocatore"

Come cambia il commercio nelle città. L'indagine sulla "Demografia d'impresa" di

Confcommercio

Negli ultimi otto anni a Bergamo in crescita alberghi, bar e ristoranti. Il presidente Zambonelli: "Il futuro è incerto e prevedere quante imprese chiuderanno è impossibile"

Come cambia il tessuto commerciale nei centri storici e nelle città? È la domanda a cui prova a dare una risposta Confcommercio con "Demografia d'impresa nelle città italiane" (sesta edizione), analisi aggiornata sull'evoluzione commerciale nei centri storici rispetto al resto del tessuto urbano tra il 2012 e il 2020. In particolare, oggetto dell'osservazione sono 120 città medio-grandi, cioè tutti i capoluoghi di provincia come Bergamo (ed ex capoluoghi), più 10 comuni di media dimensione. La disaggregazione riguarda 13 aree di attività economica: 9 del commercio fisso al dettaglio, cui si aggiungono il commercio ambulante, l'area dell'alloggio e quella della ristorazione, cioè bar e ristoranti; per completezza c'è anche la voce «altro commercio» che riguarda sostanzialmente le società che vendono online e porta a porta, i distributori automatici e le vendite per corrispondenza.

Dai dati dell'Ufficio Studi sulla demografia d'impresa delle 120 città oggetto dello studio emerge che dal 2012 ad oggi hanno chiuso 77mila attività e nel 2021 si prevede la chiusura di 1 impresa su 4 in ristorazione e alloggio. La riduzione del commercio tradizionale è collegata alla curva in discesa dei consumi (da 1.085 mld del 2012 si è scesi a 969 del 2020 siglando un -10,7%) e nella curva in aumento del commercio elettronico che nel 2020 ha fatto registrare un aumento del 30,7%, passando a livello nazionale da 17,9 miliardi a 23,4 miliardi. Male, invece, i servizi online che hanno registrato una perdita del 46,9%, passando da 13,5 ml a 7,2 ml.

Tra le merceologie più in difficoltà nel periodo compreso tra il 2012 e il 2020 ci sono le librerie e i giocattoli (-25,3%),

mobili e ferramenta (-27,1%) e vestiario e calzature (-17%). A crescere sono solo poche merceologie tra cui le farmacie +19,7%.

I dati di Bergamo: in crescita alberghi, bar e ristoranti ma il futuro è incerto

A Bergamo gli esercizi hanno tenuto sia nel centro storico, con un lieve calo pari a -0,2% negli ultimi due anni (2020-2018), sia fuori dal centro storico (-3,1%). Osservando gli ultimi otto anni la diminuzione è stata contenuta (-8,7% nel centro storico e -8,0% fuori dal centro storico) contro la media di -14% nei 120 comuni italiani analizzati.

Tra il 2012 e il 2020 è stata forte la crescita delle imprese ricettive: +178,6% nel centro storico e +114% fuori. Bene anche se più moderata la crescita di bar e ristoranti (+5,6% in centro e +14% fuori). La nota dolente riguarda gli ultimi due anni: nel centro storico hanno infatti perso sia le imprese ricettive (-7;0%) sia bar e ristoranti (-3,6%) mentre fuori dal centro storico sono cresciute le imprese ricettive (+22,3%) e sono stabili i bar e ristoranti (+0,7%). In questo scenario il fattore immobiliare ha fatto la sua parte: gli appartamenti del centro destinati alle imprese extra-alberghiere sono cresciuti a dismisura, mentre per i bar e ristoranti manca il punto vendita.

In conclusione, tra il 2012 e il 2020, la crescita di alberghi, bar e ristoranti a Bergamo è stata del 20,4% in centro storico e del 21,5% fuori dal centro ed è di quasi tre volte superiore alla media dei 120 comuni di media dimensione dove nello stesso periodo è stata dell'8,8%.



“Questa indagine ci conferma che già prima della pandemia il tessuto commerciale delle città stava cambiando, sia nel centro storico sia in periferia. L'emergenza Covid ha poi aggravato la situazione colpendo duro soprattutto il centro di Bergamo e Città Alta, così come i centri storici delle città metropolitane e multicentriche come Milano, Roma e Napoli – osserva **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Bergamo** -. Sebbene le percentuali vedono vicine le tendenze del centro di Bergamo e Città Alta ben diversa è la dinamica di resistenza che vede tenere le imprese più strutturate situate nei centri storici, con la tenuta dell'ecosistema di prossimità della periferia (panettiere, alimentare, macellaio, fruttivendolo, tabaccaio e giornalaio). Ad ogni modo, in questo momento il numero preponderante delle imprese è ben al di sotto della linea di galleggiamento. Prevedere quante di queste chiuderanno è oggi impossibile. Non sappiamo ancora quando e come ripartirà il turismo e come la gente si riapproprierà degli spazi dei centri storici e come una modalità di consumo affermatasi nella pandemia potrà lasciare spazio alle modalità

tradizionali”.

E proprio sugli scenari che riguardano il binomio consumi-terziario **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo**, non ha dubbi: “Quello che stiamo registrando è un fenomeno unico che tocca anche il nostro territorio: è quello che la ricerca definisce come possibile “ibernazione” del terziario. Molti stanno tenendo aperto il proprio negozio perché non hanno un reale sbocco alternativo e perché restano in attesa di ristori. Poi chiuderanno e questo avverrà in corso d’anno. Assisteremo, però, alla differenza tra cancellazione e mortalità di impresa. La cancellazione è l’atto formale che nei prossimi mesi potrebbe aumentare ma che non corrisponde alla cessazione di attività perché non appena le condizioni di ripartenza si riproporranno le stesse imprese ripartiranno. Il fenomeno è già chiaramente visibile nelle imprese ricettive extralberghiere che stanno restituendo gli appartamenti ai proprietari ma presto potrebbe toccare anche altri comparti del commercio”.

Le proposte di Confcommercio

Alla luce dei risultati dell’indagine Confcommercio ribadisce che sono necessari modelli di governance urbana che, con il contributo di chi nella città vive e lavora, guardino al medio-lungo termine e siano realmente capaci di dare risposte concrete all’economia reale e alla vita quotidiana dei cittadini e degli imprenditori italiani. In tale mutato contesto, le politiche urbane e territoriali hanno una grande responsabilità nel definire le nuove urbanità e andrà ricercata una nuova capacità di pianificazione, adattiva e meno burocratica, per dare risposte alle nuove esigenze contingenti e arginare la perdita di funzioni nelle città, garantendo la presenza di negozi, servizi, verde e spazi pubblici nei quartieri periferici e favorendo la residenzialità nei centri storici.

Si ritiene utile anche un aggiornamento post-Covid dell’Agenda

urbana per rafforzare la resilienza delle città e delle loro economie: a tal proposito, Confcommercio è impegnata affinché parte dell'ingente quantità di risorse mobilitate dall'Unione europea per affrontare la crisi sanitaria, attraverso l'iniziativa Next Generation EU 2021-2024 e il rafforzamento della Politica di Coesione 2021-2027, siano destinate a sostenere progettualità condivise di sviluppo urbano ed economico, definite dagli attori economici e sociali locali con le rispettive Amministrazioni di riferimento.

Scanzorosciate, nuovo punto service per l'Autosalone Epis

Inaugurato giovedì 18 febbraio. Tra i presenti anche Buongiardino, presidente Federmotorizzazione. Loreno Epis: "Un segnale di unità in questi momenti difficili"

Nuovo centro assistenza per l'autosalone Epis, storico concessionario di Scanzorosciate. Il nuovo punto service è in via in via Galimberti 33F, a poca distanza dalla sede di via Roma, ed è il coronamento di un sogno imprenditoriale: non a caso, la sua realizzazione porta il nome del fondatore Paolo Epis.

"A 62 anni dalla nascita della nostra attività – ha spiegato Loreno Epis, titolare insieme ai fratelli dell'azienda arrivata ormai alla terza generazione – questa nuova struttura realizza il sogno di un'importante attività lavorativa, in un periodo, quale è l'attuale, contrassegnato dalla pandemia per Covid, che ha frenato molte attività, commerciali e sociali. La nostra azienda, a conduzione familiare, ha così voluto dare un segnale di unità e combattività in questi momenti

difficili. Un'altra soddisfazione ottenuta grazie alla nostra affezionata clientela, ai nostri fornitori e al nostro team completo".

Durante l'inaugurazione di giovedì 18 febbraio, che si è svolta nel pieno rispetto delle disposizioni anti Covid e con la partecipazione a distanza della maggior parte degli invitati, collegati per via telematica, è intervenuto anche Simonpaolo Buongiardino, presidente nazionale di Federmotorizzazione (di cui Lorenzo Epis è membro di giunta), che ha rilevato l'importanza dell'impegno dell'autosalone bergamasco, "in un momento in cui l'intero comparto dell'auto sta soffrendo, con un calo di immatricolazioni nel 2020 del 28%, che si è ridotto al 14% nel gennaio scorso, grazie all'introduzione degli incentivi".

Per il direttore di Ascom, Oscar Fusini, l'azienda "ha effettuato un investimento in un periodo così difficile, segno che è un'impresa che ha sempre scommesso sul futuro con la stessa capacità e visione". All'inaugurazione ha portato i suoi saluti anche il sindaco di Scanzorosciate, Davide Casati.

Libri per Sognare: al via gli incontri con gli autori. Aumentano le classi e gli alunni coinvolti nel progetto

Il primo appuntamento il 19 febbraio con Viviana Mazza. Cinque i titoli selezionati dai Librai Ascom che saranno recensiti e votati da oltre 1100 ragazzi delle scuole primarie e secondarie di città e provincia

Ben 16 Istituti comprensivi, 56 classi e 1.134 alunni coinvolti: sono numeri in crescita quelli di “Libri per Sognare”, la manifestazione ideata dal Gruppo Librai e Cartolai di Ascom Confcommercio Bergamo e organizzata in collaborazione con l’Ufficio Scolastico Territoriale di Bergamo.

Giunta alla quinta edizione, “Libri per Sognare” ha la finalità di promuovere la lettura nelle classi dell’ultimo anno della scuola primaria e del primo anno della secondaria di primo grado, favorendo il coinvolgimento attivo e creativo dei giovani studenti, chiamati al doppio ruolo di lettori e recensori di cinque titoli di letteratura contemporanea per ragazzi. Quest’anno i libri in concorso selezionati dalle librerie organizzatrici sono “La voce di carta” di Lodovica Cima, “Factory” di Tim Bruno, “Libera. Un’amica tra le onde” di Daria Bertoni, “Il bambino Nelson Mandela” di Viviana Mazza, “Mustang” di Marta Palazzesi.

Dalla seconda metà di marzo gli studenti potranno votare il loro libro preferito e scrivere le loro recensioni sul portale www.libripersognare.it. L’evento finale, con la premiazione del libro vincitore e degli studenti che avranno scritto le migliori recensioni, si terrà ad inizio giugno. “Si vota per un solo libro ma si potranno scrivere più recensioni e non per forza positive – sottolinea Cristian Botti, presidente del Gruppo Librai e Cartolai di Ascom Confcommercio Bergamo -. Anche quest’anno, infatti, premieremo diverse recensioni tra le quali anche la migliore recensione negativa: anche questo è un modo per coinvolgere i ragazzi ancora di più in questo progetto che ogni anno cresce nei numeri e nella partecipazione”.

Gli incontri con gli autori

Come per l’anno scorso, inoltre, ci sarà la possibilità per i ragazzi di incontrare via web gli autori dei libri selezionati. Si comincia venerdì 19 febbraio, ore 10, con

Viviana Mazza: “Gli incontri con gli autori rappresentano uno stimolo in più per i giovani lettori – commenta Botti -. Abbiamo previsto 10 incontri, due per ogni autore, della durata di circa un’ora: ogni incontro vedrà un nostro libraio fare da “Cicerone” e gli studenti potranno anche fare domande e avere un confronto diretto con gli autori”.

Giuseppe Festa, Cristiano Cavina, Riccardo Cazzaniga, Annalisa Strada sono solo alcuni dei più grandi autori della letteratura italiana per ragazzi che negli anni hanno partecipato a “Libri per Sognare”. Ad ogni edizione sono giunte circa 500 recensioni e la manifestazione, che nei 4 anni ha coinvolto oltre 2mila ragazzi, 63 classi e 28 istituti scolastici, è ora pronta a varcare i confini provinciali come conferma Botti: “Quest’anno sono aumentate le classi coinvolte nel progetto e per la prima volta è “entrata” anche una scuola di Brescia. Per motivi organizzativi abbiamo poi dovuto chiudere le adesioni nonostante avessimo avuto richieste da parte di altre scuole del Bresciano e anche da Milano”.



Cristian Botti

I libri scelti per questa edizione

“Il bambino Nelson Mandela” di Viviana Mazza (Mondadori 2014) illustra il percorso, a partire dall’infanzia a piedi nudi ad accudire il bestiame, del grande presidente sudafricano, Nobel per la pace e simbolo per antonomasia del contrasto all’apartheid.

“La voce di carta” di Lodovica Cima (Mondadori 2020) mostra l’emancipazione femminile attraverso il lavoro in fabbrica, con la storia della protagonista Marianna che, lasciata la campagna per il lavoro in una cartiera a Lecco, grazie alla lettura, immersa in un un mondo di parole, trovò l’occasione di esprimere la sua voce più autentica.

“Factory” di Tim Bruno (Rizzoli 2020) racconta la dura vita di uno stabilimento di animali sottoposti a rigide

esigenze produttive e di come l'improbabile amicizia tra un ratto e un vitello all'ingrasso riesca a cambiare il destino e la triste prospettiva di una vita in batteria, ma in solitudine.

“Libera. Un'amica tra le onde” di Daria Bertoni (Mondadori 2020) parla dell'avventurosa storia di Alice che, in mezzo all'Oceano Atlantico, scoprirà con il padre ricercatore naturalista, una seconda casa a bordo di Calipso e salverà Libera, una balenottera azzurra in pericolo di vita per un incidente.

“Mustang” di Marta Palazzesi (Il Castoro 2020) racconta la storia, ai tempi della secessione americana, di Robb che, in una piantagione di cotone, con l'aiuto di una ragazzina indiana, riuscirà nell'impresa di domare un cavallo selvaggio Mustang e farà conquistare la libertà al suo amico Aimery, affrancandolo dalla schiavitù.

Gli Istituti scolastici coinvolti in città e provincia

In città hanno aderito: Camozzi (Scuola primaria Papa Giovanni e Scuola Primaria G. Rosa) e Sant'Angela Merici. In provincia: Ponte Nossa, Ciserano, Seriate (Aldo Moro), Alzano Lombardo (Montalcini), Sant'Omobono Terme (Maria Consolatrice), Sovere (Daniele Spada), Valnegrà (Francesca Gervasoni), Mapello (primaria e secondaria “Piera Gelpi”), Zogno, dPedrengo (Alda Merini), San Giovanni Bianco, Clusone, Valle di Scalve. Fuori provincia: Cividate Camuno (Bonafini).

L'iniziativa ha il patrocinio di Regione Lombardia, Provincia di Bergamo, Comune di Bergamo e L'Eco di Bergamo ed è sponsorizzata da Intesa San Paolo.

Il calendario degli incontri con gli autori

Viviana Mazza – “Il bambino Nelson Mandela”

Venerdì 19 febbraio ore 10

Venerdì 26 febbraio ore 10,30

Marta Palazzesi – “Munstag”

Lunedì 22 febbraio -ore 10,30

Lunedì 1 marzo – ore 10

Tim Bruno – “Factory”

Venerdì 5 marzo ore 10

Venerdì 12 marzo ore 10.30

Lodovica Cima – “La voce di Carta”

Martedì 16 marzo ore 10

Giovedì 18 marzo ore 10.30

Daria Bertoni – “Libera”

Lunedì 22 marzo ore 10

Lunedì 29 marzo ore 10,30

Maggiori informazioni sul portale www.libripersognare.it