

L'estate di 50&Più tra gite culturali e ritrovata convivialità



50 & Più Gromo

50 & Più Bergamo quest'estate ha ripreso ad organizzare visite culturali e gastronomiche, alla ricerca di una ritrovata voglia di condivisione e



50 & Più a Cremona

normalità, dopo mesi particolarmente difficili nella città più colpita dalla pandemia.

A settembre il gruppo ha fatto tappa a Crema e Cremona, alla scoperta dei principali monumenti cittadini, dal Santuario di architettura rinascimentale di Santa Maria della Croce alla

Cattedrale di Santa Maria Assunta costruita nel 1200 sulle rovine della chiesa distrutta da Federico Barbarossa, dal Torrazzo di Cremona con i suoi 502 gradini al Duomo. E per chiudere la giornata in bellezza non è mancata la tappa alla scoperta del bollito misto cremonese con salse e mostarde. Ad agosto il gruppo 50 & Più Bergamo ha scelto le montagne bergamasche, facendo tappa a Lizzola, in Alta Val Seriana. Gli appassionati di trekking hanno raggiunto a piedi il rifugio Campel, tappa alla portata di tutti grazie al collegamento con la seggiovia. Nello splendido scenario prealpino, con vista dominante sulle Orobie, la giornata si è chiusa con l'immane polenta taragna, specialità montana. A luglio si è svolta la prima gita dopo lunghi mesi di stop e lontananza. La tappa prescelta è stata il borgo medievale di Gromo, tra i più belli d'Italia, caratteristico paese della Val Seriana. Il borgo, bandiera arancione del Touring Club italiano, durante il Medioevo era soprannominato "la piccola Toledo" essendo dotato di numerose fucine, che ne facevano un centro molto importante per la lavorazione del ferro e la conseguente realizzazione di armi bianche, alabarde, scudi e corazze. Il museo delle armi bianche e delle pergamene, ospitato nella parte del loggiato al secondo piano dello storico palazzo Milesi, con affreschi e pergamene ha rappresentato un'interessante visita alla scoperta di come si forgiavano e commerciavano le armi bianche nel XV e XVI secolo.

Ecco cosa cambia con il nuovo decreto

È stato pubblicato il nuovo decreto, in vigore dal 14 ottobre 2020 ed efficace fino al 13 novembre 2020.

Ricordiamo che è data facoltà alle Regioni, sulla base di andamenti negativi della pandemia, di stabilire con il Ministero della salute provvedimenti restrittivi e la definizione di linee guida o protocolli coerenti con l'allegato 10 del DPCM.

Queste le principali novità in vigore introdotte dal decreto, tutto quanto non modificato resta confermato nel rispetto delle linee guida dei vari settori (allegato 9).

È fortemente raccomandato l'uso dei dispositivi di protezione delle vie respiratorie anche all'interno delle abitazioni private in presenza di persone non conviventi.

Lo svolgimento degli sport di contatto è consentito, da parte delle società professionistiche e – a livello sia agonistico che di base – dalle associazioni e società dilettantistiche riconosciute mentre sono invece vietate tutte le gare, le competizioni e tutte le attività connesse agli sport di contatto, come sopra individuati, aventi carattere amatoriale;

Restano sospese le attività che abbiano luogo in sale da ballo e discoteche e locali assimilati, all'aperto o al chiuso. Sono vietate le feste in tutti i luoghi al chiuso e all'aperto. Le feste conseguenti alle cerimonie civili o religiose possono svolgersi con la partecipazione massima di 30 persone nel rispetto dei protocolli e delle linee guida vigenti.

Nelle abitazioni private è fortemente raccomandato di evitare feste e di ricevere persone non conviventi di numero superiore a 6.

Sono consentite le manifestazioni fieristiche e i congressi, previa adozione di Protocolli validati dal Comitato tecnico-scientifico e secondo misure organizzative adeguate alle dimensioni ed alle caratteristiche dei luoghi e tali da garantire ai frequentatori la possibilità di rispettare la distanza interpersonale di almeno un metro;

Sono sospesi i viaggi d'istruzione, le iniziative di scambio o gemellaggio, le visite guidate e le uscite didattiche comunque denominate, programmate dalle istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado, fatte salve le attività inerenti i percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento, nonché le attività di tirocinio, da svolgersi nei casi in cui sia possibile garantire il rispetto delle prescrizioni sanitarie e di sicurezza vigenti;

Le attività commerciali al dettaglio si svolgono a condizione che sia assicurato, oltre alla distanza interpersonale di almeno un metro, che gli ingressi avvengano in modo dilazionato e che venga impedito di sostare all'interno dei locali più del tempo necessario all'acquisto dei beni e nel rispetto delle misure di cui all'allegato 11;

Le attività dei servizi di ristorazione (fra cui bar, pub, ristoranti, gelaterie, pasticcerie) sono consentite sino alle ore 24.00 con servizio al tavolo e sino alle ore 21.00 in assenza di servizio al tavolo; le predette attività restano con i criteri di cui all'allegato 10; continuano a essere consentite le attività delle mense e del catering continuativo su base contrattuale, che garantiscono la distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro, nei limiti e alle condizioni di cui al primo periodo.

Resta anche consentita la ristorazione con consegna a domicilio nel rispetto delle norme igienico-sanitarie sia per l'attività di confezionamento che di trasporto, nonché la ristorazione con asporto, con divieto di consumazione sul posto o nelle adiacenze dopo le ore 21 e fermo restando l'obbligo di rispettare la distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro.

Scarica il [Dpcm qui](#)

Scarica qui gli allegati

[allegato 9](#)

[allegato 10](#)

[allegato 11](#)

Aspan, l'associazione fa il punto su consumi ed evoluzione del mercato

Nell'attuale contesto economico e sociale per molti difficile da affrontare, Aspan ha voluto ripercorrere gli ultimi mesi in cui, durante l'emergenza, i panificatori hanno continuato a fare il proprio lavoro con abnegazione, senso del dovere e spirito di sacrificio

“Siamo stati capaci di dare risposte concrete all'emergere di bisogni nuovi e diversi pur restando fedeli alla tradizione di servizio e cortesia che li contraddistingue”, sottolinea Massimo Ferrandi Presidente Aspan.

In questa situazione Aspan ha dimostrato un impegno concreto e sistematico.

“Come Associazione abbiamo fornito informazioni chiare e tempestive permettendo agli associati di svolgere il loro ruolo in sicurezza e nel rispetto delle regole” – afferma Roberto Alvaro, segretario Aspan – Sono stati garantiti, anche nei momenti più impegnativi, tutti i servizi agli associati, grazie al personale di Aspan ed alla struttura attrezzata anche per il lavoro da remoto”.

Se da una parte il contesto economico attuale non lascia tranquilli, con alcune tipologie di panifici che sono maggiormente in difficoltà, dall'altra la categoria ha visto valorizzata la propria immagine: al tempo del coronavirus gli

italiani hanno riscoperto la cosiddetta "arte bianca".

Secondo un'indagine condotta da Aibi-Cerved, l'85% del pane acquistato in Italia è quello fresco artigianale con una produzione media di circa 1,5 milioni di tonnellate l'anno e un consumo pro capite giornaliero di 80 grammi. Durante le settimane di lockdown, le stime di Aibi confermano che il pane acquistato soprattutto nei negozi di prossimità e nei panifici ha aumentato la sua presenza a tavola del 10% tornando ai livelli di consumo di una decina di anni fa.

Il pane significa casa, famiglia, tradizione e dunque non stupisce che, in un momento delicato come quello attuale, si riscopra questo alimento, facendo giustizia anche dei molti pregiudizi e delle fake news che lo hanno colpito negli ultimi anni.

I trend del consumo si confermano: freschezza, gusto e salute, ma rivestono un ruolo sempre più importante anche valori come artigianalità, trasparenza ed etica.

"Accogliamo con favore una recente sentenza della Cassazione con cui si ribadisce che il pane precotto e surgelato deve essere confezionato e correttamente etichettato in modo da poterlo ben distinguere da quello fresco", ribadisce Ferrandi. Il cittadino consumatore ha ritrovato il valore del pane e dell'esercizio di prossimità: la grande sfida ora è riuscire a mantenere la centralità del pane.

Per questo Aspan pone l'attenzione su fatto che l'attenzione all'evoluzione del mercato deve essere ancora più alta, bisogna essere agili nel cogliere i cambiamenti delle abitudini della società e quindi dei clienti.

Per affiancare gli associati in un contesto di forte cambiamento Aspan ha di recente messo a punto anche un piano marketing strategico "Non dico fesserie se affermo che essere bravi nel proprio lavoro non conta quanto saperlo raccontare all'esterno", conferma il presidente.

Quando il pecorino è made in Bergamo

Nonostante non sia tra le produzioni casearie tipiche e locali, anche a Bergamo c'è qualcuno che ha creduto in questo prodotto e ha provato ad allevare pecore da latte nella nostra provincia, scegliendo razze sicuramente non locali, ma di assoluto pregio. Negli alpeggi bergamaschi era uso avere anche le pecore, ma nonostante ne venisse utilizzato il latte, queste erano prevalentemente atte alla produzione di carne, come la Pecora Gigante Bergamasca, comunemente allevata in provincia. Sono ancora pochi gli allevatori che hanno scelto la pecora da latte, anche perché il clima umido e spesso piovoso soprattutto delle zone alpine non è l'habitat ideale per questi animali, abituati a un clima molto secco e caldo. Ma si può fare e lo testimoniano gli autentici gioielli caseari prodotti da Luigi Bianchessi di Gromo, dall'azienda agricola Bianchessi e dal caseificio Via Lattea, che utilizza sempre il latte prodotto da Davide Bianchessi e dalla moglie Simona nella loro azienda agricola.



Luigi Pietrogalli photo©
Gourmarte.it

Luigi Pietrogalli, le sarde e La Fiaschetteria

Luigi Pietrogalli, 45 anni, ha fatto una scelta di coraggio. A Gromo, zona storicamente dedita alla produzione di formaggelle e stracchini, decide di iniziare con l'allevamento di pecore Sarde. "Non avrei mai pensato di intraprendere questa professione – racconta Luigi – io facevo il panettiere e avevo un panificio di famiglia con i miei fratelli. Ma la pecora mi è sempre piaciuta, un animale che mi ha appassionato fin da bambino, ma che per molto tempo è stata solo una passione avendo alcuni capi di pecora Gigante Bergamasca. A queste poi avevo aggiunto alcuni bovini, ma continuavo per professione a fare il pane". Luigi è una persona con molta voglia di fare e inventiva "fare il formaggio – racconta ancora – era una cosa che mi mancava, che sentivo mia, mi è sempre piaciuto produrre il formaggio. Grazie ad alcuni amici in Toscana, ho venduto le mie vacche pezzate rosse e le pecore da carne per acquistare una quarantina di pecore Sarde". Ecco che circa 8 anni fa Luigi inizia a caseificare e produrre il suo formaggio, una rarità. In estate le porta in alpeggio, "anche se non è semplicissimo, non è una pecora gestibile facilmente come quelle che avevo, anche per le piogge e il clima molto umido e fresco" racconta ancora Luigi. Il suo formaggio è uno solo, prodotto con una cagliata semi-cotta rotta fino alla dimensione di chicchi di riso; dopo la formatura viene salata a secco e stagionata per almeno un mese e mezzo. La stagionatura può anche proseguire, secondo la diponibilità di formaggio. Una pasta morbida, dal sapore dolce predominante, con gli aromi burrosi e che ricordano il fieno. Un dolce ricordo di montagna. E poi c'è la ricotta, sia fresca che stagionata. Il formaggio in città è possibile assaggiarlo a La Fiaschetteria in Borgo Santa Caterina abbinato nel piatto al prosciutto crudo Cà del Botto, per un inusuale punto di vista della valle Seriana gastronomica.

Azienda Agricola Bianchessi a Quintano (Cr)

A pochi chilometri a sud dalla fine della provincia di

Bergamo, il sogno di una giovane coppia è diventato realtà. Davide e Simona hanno dato un taglio alle loro “precedenti vite” per dare uno



Azienda Bianchessi
Simona Bianchessi

sbocco alla loro grande passione per le pecore. “La nostra è una passione che abbiamo condiviso da subito – racconta Simona, classe 1986 e con un passato da impiegata – infatti il nostro viaggio di nozze l’abbiamo passato nel sud della Francia, tra allevamenti ovini e caseifici. Abbiamo sempre avuto le pecore da carne, era il nostro hobby e quando abbiamo avuto la terza bambina, abbiamo deciso di fare qualcosa che fosse nostro e che ci permettesse di seguire la nostra passione con tutta la famiglia”. Ecco che nel 2018 il sogno diventa realtà e partiti da zero ora hanno una stalla e stanno finendo l’annesso caseificio e il futuro laboratorio dedicato alla lavorazione delle carni. Allevano pecore di razza Lacaune francese che vengono nutrite a fieno e erba di prato stabile, non lavorati o concimati. In lattazione hanno 120 animali, per un gregge che conta circa 300 pecore. “Il nostro latte in parte lo vendiamo e in parte lo lavoriamo utilizzando ricette e lavorazioni che ci identificano, che richiamano al territorio (dove in genere si utilizza latte vaccino), ma riprodotte con il nostro latte di pecora”. Dallo yogurt, che si presenta cremosissimo grazie alla marcata presenza del grasso nel latte, fino a una ricotta spalmabile. E poi lo stracchino e il classico pecorino da stagionare. Infine, producono un formaggio simile al quartiolo, sia nella

versione fresca che stagionata, robioline, croste fiorite e l'erborinato. Per quanto riguarda la carne di agnello, propongono preparazioni facili e veloci da cucinare, come le polpette o gli hamburger a partire da carne trita, ma anche le classiche costolette o gli arrosticini di pecora. I loro prodotti si trovano in azienda oppure ai diversi mercatini a cui partecipano. Sempre meglio prenotare la propria spesa.

Caseificio La Via Lattea e Paganì Antichi Sapori



Bombolone pecora bergamasco

A Brignano Gera d'Adda esiste ormai da molti anni un caseificio artigianale che lavora latte di capra per la produzione di golosità casearie uniche. Da un po' di tempo, grazie alla collaborazione con l'Azienda Agricola Bianchessi nella fornitura del latte, produce due perle casearie di pecora: il Quintano e il Bombolone di pecora. Entrambi si possono acquistare Da Paganì, sia online che in negozio a Serina, un progetto di Daniele Cavagna che si propone di valorizzare e commercializzare prodotti caseari unici e locali, ma anche alcuni prodotti tipici selezionati. Il Bombolone di pecora è un formaggio prodotto a partire da latte crudo di pecora, a pasta semi-cotta. Dopo la sua produzione e formatura, viene semi-stagionato o stagionato. Un formaggio che all'assaggio regala un grande equilibrio gustativo, che

parte dal dolce e arriva al salato e poi acido. Cilindrico, con la pasta compatta e poca occhiatura ben distribuita. Il Quintano è invece un formaggio a crosta lavata, come il Taleggio, prodotto a partire da latte crudo intero di pecora. La pasta è cruda ed è molto simile allo stracchino: forma parallelepipedica e una crosta di colore arancio simile al mattone. Una pasta morbida da godere, soprattutto grazie alla proteolisi che rende cremosa la pasta sotto crosta. Aromi lattici, accompagnati dal sottobosco e da note vegetali. La pecora si sente, ma regala sentori piacevoli e mai fastidiosi. Questo formaggio è arrivato sesto su oltre 1000 formaggi al World Cheese Award di Bergamo a ottobre 2019.

Safe working, novità dal bando per contrastare la diffusione del virus

Il bando avviato lo scorso maggio, si è riproposto con nuovi criteri per l'assegnazione del contributo lo scorso mese di luglio riscontrando sempre più successo tra le imprese.

L'approssimarsi della stagione invernale e la tendenza all'incremento dei casi di contagio Covid 19 rendono necessario proseguire con le misure di distanziamento sociale al fine di mitigare la diffusione del virus. Sulla base di queste considerazioni Regione Lombardia e Camere di Commercio lombarde hanno ritenuto opportuno e necessario modificare il bando introducendo i seguenti elementi di novità:

- finanziamento interventi di Digital Business: strumenti, software, attrezzature digitali destinati agli spazi di contatto e alle relazioni a distanza con i

clienti/utenti, hardware e software per migliorare la gestione del magazzino, hardware e software per la formazione a distanza, hardware e software per la gestione degli ordini; spese per canoni e utenze di software e piattaforme digitali, servizi di formazione e consulenza legati agli interventi di digital business.

· termine presentazione delle domande: proroga al 30 novembre 2020

Le imprese che hanno già presentato la domanda sul presente bando, nell'ottica della parità di trattamento, possono presentare una ulteriore domanda di contributo ad integrazione della precedente per i nuovi interventi definiti nel bando nei limiti dei massimali già previsti sul totale delle spese e sulle singole voci di spesa.

L'iniziativa è realizzata in accordo con Regione Lombardia, Assessorato Sviluppo economico, nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo e la competitività del sistema economico lombardo.

Le domande di contributo devono essere presentate entro il 30 novembre 2020 in modalità telematica con firma digitale sul sito <http://webtelemaco.infocamere.it>.

Per informazioni e assistenza bandi è a disposizione lo sportello dedicato di Fogalco

**Publici esercizi, per i
dehors in città arriva la**

proroga fino almeno al 31 dicembre

Il Comune ha prorogato le concessioni fino a fine anno dei dehors.

Nell'estate 2020, il Comune aveva valutato e approvato quasi 200 pratiche di ampliamento e nuova installazione di spazi esterni per bar e ristoranti, con il preciso fine di agevolare le attività e facilitare l'osservanza delle norme di distanziamento anti-covid19. Un'iniziativa che si è dimostrata di successo, con la città a beneficiarne in termini di vivibilità e attrattività e buoni risultati – come le notizie che giungono dalle autorità sanitarie locali paiono dimostrare – per quel che riguarda il contenimento dei contagi di covid19.

L'Amministrazione ha quindi deciso di prorogare i dehors autorizzati a favore delle attività di somministrazione di alimenti e bevande sul territorio cittadino almeno fino al 31 dicembre (è allo studio un'ulteriore misura di proroga per il 2021, che terrà conto di ciò che nel frattempo verrà deciso dal Governo con l'atteso Dpcm). Fanno eccezione i dehors collocati sulle corsie preferenziali dedicate agli autobus di linea (in Borgo Santa Caterina sono già stati smontati, rimarranno solo nei fine settimana di ottobre quelli lungo via Broseta) e quelli collocati in piazza della Libertà, per i quali "si riserva l'adozione di separato provvedimento sulla base della compatibilità degli stessi con la collocazione della tradizionale pista di pattinaggio durante il periodo natalizio".

Il tutto ancora a titolo gratuito: la Giunta Gori ha infatti approvato qualche mese fa l'esenzione totale del Canone di Occupazione su Spazi e Aree Pubbliche proprio fino alla fine dell'anno 2020.

#Phygital, il futuro dei negozi fisici. Webinar il 13 ottobre

Il 13 ottobre alle 18, a Palazzo Giureconsulti di Milano per il secondo evento di **l'età Ibrida. Dialoghi per le imprese alla vigilia di una nuova era**, sarà ospite l'economista, consulente strategico e docente universitario Nicolò Andreula autore di #Phygital. *Il nuovo marketing, tra fisico e digitale.*

In un dialogo con **Paolo Iabichino**, Andreula, partendo dal suo saggio, offrirà delle tracce per aiutare i negozi di quartiere a sopravvivere alla polarizzazione tra fisico e digitale in cui sembravano relegati prima del lockdown.

Il Lockdown ha accelerato le vendite online portando l'e-commerce a crescere repentinamente anche in Italia e sempre più brand trasferiscono le loro vendite online. Anche il rapporto diretto con il consumatore, che negozi, marchi e produttori tradizionali hanno faticosamente costruito nel tempo, sembra diventare appannaggio dei e-marketplace che erodono i margini di profitto del retail. Se questa accelerazione può sembrare il tramonto dei negozi fisici, i comportamenti sul mondo retail offrono un'altra chiave di lettura.

“MasterCardsvela che nei mesi del lockdown il 70% dei consumatori italiani ha fatto acquisti nei negozi dei propri quartieri, e che il 63% è convinto di poter continuare a farlo anche in futuro. Uno studio di Accenture ritiene che l'80% dei millennials preferisce effettuare acquisti nei negozi tradizionali, mentre una ricerca di Retail Dive ha evidenziato che la maggior parte della Generazione Z non percepisce la

differenza tra store fisici e online. Cosa significa tutto questo? Che stiamo assistendo a una trasformazione radicale dei processi di vendita e di comunicazione.” Afferma **Nicolò Andreula**, economista, consulente strategico e docente universitario ospite di *L’età ibrida*. *“Per affrontare il cambiamento è necessario essere analogici e digitali, fisici e virtuali, offrire servizi a portata di mano e di mouse sempre conservando l’essenza del contatto umano. Per cavalcare questo tsunami di innovazione sarà indispensabile comprendere i nuovi valori che un brand può e deve trasmettere nel nuovo umanesimo a trazione tecnologica, e ripensare al valore generato durante i processi d’acquisto.”*

Una strada, seguendo come traccia il suo saggio *Phygital*. *Il nuovo marketing, tra fisico e digitale, è lavorare su empatia, storytelling ed esperienze, investire in negozi fisici e risorse umane piuttosto che considerarli dei costi da tagliare.*

Su questi punti cardine si concentrerà la seconda serata del ciclo di incontri guidato da **Paolo Iabichino**, Direttore Creativo e Fondatore insieme a Ipsos Italia dell’Osservatorio Civic Brands, coadiuvato da **Marisandra Lizzi**, Founder di Mirandola Comunicazione e di iPressLIVE, da sempre attenta ai temi del digitale e dell’innovazione tecnologica.

“Gli incontri voluti dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi serviranno per costruire ponti verso delle sensibilità nuove, nuove mentalità. A ogni incontro avremo una testimonianza e quella di Nicolò Andreula è una “traccia” lasciata da un “pioniere”.

Quasi sempre le riflessioni partono da una saggistica divulgativa e Nicolò è tra coloro che hanno avuto il coraggio di incamminarsi per un sentiero meno battuto, quello che un giorno, permetterà di essere come il funambolo che abbiamo scelto come logo: dove arriverà la magia di camminare sul filo non la paura di cadere.” afferma **Paolo Iabichino**, ideatore e direttore creativo del ciclo di eventi.

Dopo il secondo appuntamento sarà il turno, martedì 27 ottobre, di **Giulio Xhaet**, autore di **#Contaminati: Connessioni tra discipline, saperi e culture**; il 12 novembre, siccome l'età ibrida richiede soprattutto una riflessione che è anche linguistica, intervorrà **Vera Gheno** – Sociolinguista e Traduttrice mentre il 26 novembre sarà il turno di **Assunta Corbo**, Fondatrice del Constructive Network – il primo network italiano di professionisti dell'informazione dedicato alla comunicazione costruttiva e al giornalismo delle soluzioni – e autrice di **Empatia digitale – Le parole sono di tutti**. A chiudere il ciclo di eventi, il 10 dicembre, sarà il Filosofo – Professore ordinario di Filosofia ed Etica dell'Informazione all'Università di Oxford **Luciano Floridi** autore di **"Il verde e il blu. Idee ingenuie per migliorare la politica"**.

Gli eventi inizieranno alle 18,00 e dureranno circa un'ora, è possibile partecipare iscrivendosi attraverso la piattaforma GoToWebinar. A distanza di alcuni giorni, il video sarà disponibile sul canale Youtube della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi.

Al seguente link il video riassunto del primo appuntamento, mentre è possibile rivedere le interviste ai relatori cliccando sui rispettivi nomi: Elena Vasco – Segretario Generale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, Roberta Cocco – Assessora a Trasformazione digitale e Servizi civici del Comune di Milano e Paolo Iabichino – Direttore creativo.

Economia circolare, al via i

webinar della Camera di Commercio

Al via i webinar di Lombardia Circolare, dedicati alle piccole e medie imprese lombarde, per favorire la transizione da un modello economico lineare a uno circolare che, in tutte le fasi della produzione di beni e servizi – dalla progettazione al fine vita – sia in grado di limitare il più possibile l'apporto di materia ed energia in ingresso e di minimizzare scarti e perdite, prevenendo le esternalità ambientali negative e contribuendo alla creazione di nuovo valore sociale e territoriale.

Il ciclo di seminari rientra tra le attività di Lombardia Circolare, iniziativa avviata con il bando "Innovazione delle filiere di Economia circolare in Lombardia" promosso dal Sistema camerale lombardo e Regione Lombardia per favorire la transizione delle piccole e medie imprese del territorio verso un modello di economia circolare, il cui obiettivo è la riqualificazione e il riposizionamento competitivo delle imprese e delle filiere.

I webinar sono organizzati da Unioncamere Lombardia e Camere di Commercio lombarde con la collaborazione tecnico-scientifica di Enea nell'ambito del progetto "Politiche ambientali: azioni per la promozione dell'economia circolare" a valere su Fondo di Perequazione di Unioncamere.

Si tratta di un ciclo di nove appuntamenti, tra ottobre e dicembre, che rappresentano la risposta a un bisogno formativo analizzato e raccolto tramite appositi focus group – nei quali sono state coinvolte le Camere di Commercio della Lombardia – che hanno fatto emergere esigenze specifiche, lo stato dell'arte rispetto alla comprensione dell'economia circolare sul territorio e la percezione di quanto il tema sia strategico per competere in mercati sempre più complessi.

Il tema dell'economia circolare come veicolo di innovazione viene affrontato partendo dall'esigenza di trasformare un sistema che produce rifiuti in un sistema in cui i rifiuti diventano risorse.

I contenuti dei webinar prevedono un focus su:

Ecodesign: la progettazione sostenibile con particolare riferimento al "design circolare" dedicato alla chiusura dei cicli, al recupero materico e alla possibilità di far continuare a vivere risorse e materiali anche quando i prodotti di cui fanno parte sono stati dismessi. Oltre ad allungare il ciclo di vita dei prodotti l'ecodesign consente di creare valore – economico e ambientale – limitando le esternalità negative, attraverso un uso più efficiente delle risorse e rafforzando la relazione con un cliente finale sempre più esigente e attento. Durante i webinar verranno analizzati modelli di business circolare e analizzati i fattori che ne consentano l'implementazione.

Simbiosi industriale: rappresenta una strategia di ottimizzazione dell'uso delle risorse inutilizzate generate dai processi industriali, attraverso il recupero e il riutilizzo da aziende diverse da quelle che le hanno prodotte generando un vantaggio reciproco.

Life Cycle Assessment: la valutazione del ciclo di vita (Life Cycle Assessment) è un metodo che permette di quantificare l'impatto ambientale, di uso delle risorse, di impatto sulla salute umana, considerando l'intero sistema relativo al prodotto. Si tratta di un tema centrale in tutte le politiche europee sulla sostenibilità e sull'economia circolare.

L'impronta di carbonio: la misura dell'ammontare totale delle emissioni di gas a effetto serra causate direttamente o indirettamente da un individuo, un'organizzazione, un evento. Conoscere l'impronta di carbonio permette di attivare percorsi di miglioramento dell'impatto ambientale, riducendo i consumi e le emissioni.

Gestione dei rifiuti: con riferimento alla parte inorganica

(riduzione e recupero/riciclo finalizzato alla produzione di materie secondarie) che alla parte organica (servizi per il compostaggio di prossimità)

Alle imprese partecipanti ai webinar verrà messo a disposizione il questionario di autovalutazione 6Circolare? per identificare il percorso più idoneo per una transizione verso l'economia circolare. I risultati verranno elaborati per individuare future misure a sostegno delle imprese lombarde.

Il primo webinar in tema di Economia circolare vettore di innovazione si svolgerà il 15 ottobre 2020, in collaborazione con la Camera di Commercio di Pavia.

Il percorso formativo si concluderà a dicembre, attraverso un tour virtuale delle Camere di Commercio della Lombardia.

Il calendario degli eventi è disponibile sul Unioncamere Lombardia

Le informazioni sulle iniziative ricomprese in Lombardia Circolare, identificate da un apposito logo di progetto, sono disponibili su www.lombardiacircolare.net.

Malpensata, stop a vendita e consumo bevande alcoliche dalle 18

Giro di vite da parte dell'Amministrazione del Comune di Bergamo per quello che riguarda la vendita e la consumazione di bevande alcoliche nel quartiere della Malpensata: il Comune di Bergamo ha infatti emanato un'ordinanza, in vigore dal 12 ottobre, che sancisce il divieto di vendita e consumazione di

bevande sul suolo pubblico in un'ampia area del quartiere (a partire dalle ore 18)

Una decisione importante questa per la zona, spesso oggetto di segnalazioni di abuso di bevande alcoliche: il Comune di Bergamo cerca di contrastare così alcuni dei fenomeni di degrado sollevati dalla cittadinanza e spesso sanzionati dalla Polizia Locale e dalle Forze dell'Ordine (alcuni dei locali dell'area sono stati soggetti a provvedimenti restrittivi nei mesi scorsi).

Dal 12 ottobre al 12 dicembre 2020 viene quindi disposto "il divieto di vendita per asporto di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione e in qualsivoglia contenitore, a partire dalle ore 18.00 e fino all'orario di chiusura dell'esercizio.

Per la mancata osservanza del divieto di vendita si prevedono multe fino a 500 euro e possibili sospensioni dell'attività fino a una settimana qualora l'infrazione dovesse essere reiterata. Multe fino a mille euro invece per coloro che consumano alcolici nella zona in questione.

"Stiamo cercando di affrontare i problemi della zona – spiega il vicesindaco **Sergio Gandi** – in ogni modo, con provvedimenti coraggiosi e anche innovativi, visto che non mi risulta si siano mai intraprese soluzioni di questo genere per prevenire eventuali fenomeni di degrado in città. Nei mesi scorsi abbiamo individuato un gruppo di persone che hanno iniziato a stazionare nell'area con comportamenti anche molesti acuiti dall'abuso di sostanze alcoliche: in questo modo cerchiamo di migliorare la situazione, anche prestando attenzione alle esigenze degli abitanti del quartiere.

Tale divieto riguarda gli esercizi di vicinato, gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande e le attività artigianali che si trovino nel raggio di 100 mt. dall'intersezione della via Zanica con la Via San Giovanni Bosco/Mozart, e più precisamente:

Via Mozart:

“Pizza Kebab” del sig. Multani Davinder Singh, ubicata al civico, 1/B.

Via Zanica:

“Sole e Luna” della società VY.ME. di Merisio Angela e Viki snc, ubicata al civico nr. 1.

“Asian Market” del sig. Multani Davinder Singh, ubicata al civico, 2.

“Ain Allah” senza insegna d’esercizio del sig. Ait Ouba Mimoune, ubicata al civico 2.

Attività alimentare senza insegna d’esercizio del sig. Chach Muhammad Ijaz, ubicata al civico 2.

Via San Giovanni Bosco:

“Classico Cafè” della signora Vain Ljubov, ubicata al civico 24/B.

“ Afr’eat – Cucina Afro Italiana” della signora Lo Aminata Sire, ubicata al civico 25 A.

“ Snack Drinks Cafè” di Wang Aien, ubicata al civico 25 D.

Via Furietti:

“ Shi Xiang Ge – Ristorante cinese” della società L&W SAS di Li Yuying & C. SAS, ubicata al civico 1.

“Despar” della società l’ALCO spa, ubicata al civico 6.

Sempre nel provvedimento di Palazzo Frizzoni viene previsto “il divieto di consumazione di qualsiasi bevanda alcolica di qualsiasi gradazione e in qualsiasi contenitore, su area pubblica o privata ad uso pubblico nella zona oggetto della presente ordinanza.”

Creattiva, prima trasferta bresciana positiva



Fo
rt
em
en
te
vo
lu
ta



dagli organizzatori e dalle imprese più caparbie del settore, Brescia Creattiva ha retto bene l'urto del Covid. La manifestazione nazionale di Promoberg dedicata alla filiera delle arti manuali, come ha sottolineato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, Alessandro Mattinzoli, ha avuto il coraggio di affrontare il mercato in un periodo a dir poco complicato per il settore fieristico, stretto tra le normative anti virus e la prudenza delle persone. Ciò ha portato a posticipare al prossimo anno una percentuale molto elevata di manifestazioni, mentre per altre è arrivato l'annullamento. Brescia Creattiva, al contrario, è una delle poche fiere "in presenza" allestite nel post lockdown. Letti in tale contesto, i dati registrati dalla prima edizione allestita al Brixia Forum sono senz'altro positivi. Alle circa 150 imprese in rappresentanza di tredici

regioni italiane e sette paesi stranieri presenti sui 12mila metri quadrati del polo fieristico di Brescia, si aggiungono infatti le circa 15mila appassionate che hanno visitato nei quattro giorni la manifestazione, molte delle quali giunte da fuori regione. Un dato, quello del pubblico, che non può essere confrontato con quelli delle scorse edizioni di Creattiva perché, come sappiamo bene tutti, la pandemia ha stravolto le vite di tutti e nulla può essere (almeno nel breve periodo) più come prima. Volendo tutelare la salute di espositori e pubblico, nel progettare la manifestazione Promoberg ha ampliato gli spazi delle corsie e degli stand (ciò ha influito sulla riduzione del numero delle imprese), e, nel contempo, ha introdotto l'ingresso contingentato (non oltre le 4.500 persone) per garantire il distanziamento tra le persone e consentire alle stesse una visita in tranquillità.

“Sappiamo bene che organizzare fiere nelle condizioni attuali è tremendamente complicato – commentano Fabio Sannino e Carlo Conte, rispettivamente presidente di Promoberg e Project manager della manifestazione -. Sapevamo anche che molte imprese della filiera erano agli sgoccioli e che se non avessimo dato loro l'opportunità di poter ricominciare a vendere i frutti delle loro attività, per molte di esse il rischio concreto era chiudere o ridurre il personale. Gli espositori hanno apprezzato lo sforzo messo in atto da Promoberg così come il pubblico quello delle imprese in merito all'area espositiva (il meglio del settore, con molte novità) e al calendario degli eventi collaterali (centinaia, tra laboratori, corsi e dimostrazioni); non ultime, le misure adottate a tutela della salute. Siamo soddisfatti della risposta di entrambi, imprese e pubblico. Ora ripartiamo da questo primo ma fondamentale passo – conclude Sannino -, consapevoli che sarà una ripartenza da gestire con la massima attenzione e responsabilità. Le imprese, pur all'interno dei paletti delle normative, hanno bisogno di tornare in attività. Il nostro ruolo è quello di sostenerle per aiutarle a promuovere al meglio i loro prodotti e servizi, in particolare

nei momenti difficili".