

Forum Impresa Cultura Italia. Imprese alla prova di innovazione e svolta AI

Il rapporto tra cultura e intelligenza artificiale, reale e virtuale, al centro della terza edizione del dibattito Confcommercio

Si è svolta a Bergamo la terza edizione del Forum Impresa Cultura Italia – Confcommercio, il coordinamento che dà voce unitaria alle imprese culturali e creative all'interno di Confcommercio-Imprese per l'Italia. Tema di questa edizione è il rapporto tra Innovazione e impresa culturale. Guido Di Fraia, Prorettore all'Innovazione e intelligenza artificiale università IULM: "Viviamo il tempo dell'intelligenza artificiale generativa. Si tratta di un cambiamento forte, di quelli che sono successi pochi nella storia dell'umanità, perché l'AI ci sta dando la possibilità di modificare i modi in cui l'umanità reagisce e ottiene le informazioni. È una tecnologia che è destinata ad evolversi infinitamente. Lo sviluppo delle AI ci costringe ad interrogare sulle nostre capacità tipiche: infatti, alcune macchine presentano delle proprietà emergenti, cioè fanno delle cose per cui non erano programmate inizialmente. Ciò vuol dire che siamo alle soglie di una rivoluzione straordinaria che offre infinite possibilità: ma tale cambiamento va colto subito e con consapevolezza, altrimenti rischiamo di essere residui sulla spiaggia". Ilde Forgione, esperta di comunicazione in ambito culturale ha aggiunto: "Sappiamo che reale e virtuale sono sempre più connessi, non ci sono più esperienze nel reale che poi non abbiano delle ripercussioni anche nel digitale. Sempre meno giovani si avvicinano alla cultura 'alta', per cui è necessario intercettare i giovani fruitori in un altro modo, e i social ci possono aiutare. L'innovazione che stanno portando avanti i musei è quello di avere un approccio non solo

educativo ma che comunichi a più livelli. Tutti i luoghi della cultura possono parlare linguaggi diversi: lo strumento tecnologico veicola il messaggio in più modi. Questa forma è definibile con il termine 'edutainment'." Carlotta Sanzogni, Digital Advisor, Responsabile Social Media e Pubbliche Relazione di Gruppo Libraccio: "Parto da un dato: il 61% della popolazione italiana non legge. Ho deciso di trasferire questo dato nella comunicazione di Libraccio. Abbiamo deciso di trovare i modi per prenderci cura dei nostri lettori e convincere nuovi fruitori ad entrare nella nostra community utilizzando i nuovi strumenti. Abbiamo cominciato a lavorare sui social, dando contenuti che intrattengano il pubblico, oltre ad elaborare tante iniziative dedicate ai nostri target specifici." Francesca Bazoli, Presidente di Fondazione Brescia Musei: "La nostra realtà pubblico-privata gestisce tutti i musei civici di Brescia. Chi gestisce i musei sta seguendo un mandato per conto della comunità. Nel corso del tempo siamo passati dall'idea di conservazione a quella di fruizione, mentre oggi si sta facendo sempre più forte l'idea della partecipazione. Il museo è un luogo in cui si può attuare una partecipazione attiva. Così il museo deve diventare un luogo di welfare, e dobbiamo capire in che modo farlo. Cerchiamo di ampliare il più possibile i luoghi in modo da creare l'affezione e rendere così il museo un luogo familiare." Fabio Viola, Gamification Designer e Presidente Tuo Museo: "I luoghi culturali dovrebbero considerare Minecraft, Spotify e Netflix sia dei competitor che delle piattaforme a cui ispirarsi, non più un museo ma un museo con delle piattaforme. I luoghi culturali stanno soccombendo sulla capacità di raggiungere e intrattenere pubblici. Faticiamo a vederli come luoghi memorabili e coinvolgenti e la maggior parte delle persone investe il proprio tempo libero sulle piattaforme. Alcuni reputano che la risposta sia nella digitalizzazione, cioè inserire un contenitore in un altro contenitore. Ma i risultati non sono efficaci. È necessario lavorare sull'intersezione tra gamification e i luoghi culturali: non più un'esperienza digitale rinchiusa all'interno del museo,

bensi portare il museo fuori dal museo. La possibilità di godere un museo da remoto e solo entrando nel museo avere la possibilità di sbloccare contenuti aggiuntivi. Cosicché il digitale servirà a preparare la visita. Un'altra tematica è quella di incentivare il turismo videoludico: ad esempio Mario Kart ha deciso di ambientare uno dei suoi tracciati proprio a Roma. Tutti questi progetti hanno come filo comune quello di spostare l'asset da spettatore a spett-attore: il fruitore deve essere sfidato durante la visita perché solo impegnandosi, diventando partecipativo, riesce ed essere maggiormente coinvolto." Cristina Paciello, head of STEP FuturAbility District di Fastweb: "Fastweb ha deciso di fare qualcosa per la comunità, partendo anche dal digital divide. Abbiamo voluto creare un luogo aperto alla città per parlare di futuro, così è nato STEP. Il visitatore diviene un attore consapevole che fa delle scoperte attraverso degli strumenti digitali. STEP non è né museo né una fondazione: è uno spazio di connessione con il futuro. Per un'ora sei assorbito da un percorso interattivo che ha come obiettivo quello di darti spunti sul domani. Sono delle tecnologie che supportano la visita e coinvolgono il visitatore alla scoperta del mondo." Il Forum di Impresa Cultura Italia – Confcommercio ha dedicato la seconda e ultima giornata di incontri e discussioni sulla relazione tra impresa culturale e innovazione digitale. Ad aprire la giornata Laurence M.C. Aliquot, Responsabile promozione, marketing e partnership culturali, Direzione centrale Arte, Cultura e Beni Storici di Intesa Sanpaolo, che ha raccontato dell' "impegno e dell'importanza che Intesa Sanpaolo pone riguardo all'arte, alla cultura con una particolare attenzione alle tematiche ESG. Le Gallerie d'Italia sono sedi museali che il gruppo ha deciso di aprire offrendo al pubblico il proprio patrimonio di opere d'arte composto da oltre 35 mila pezzi, promuovendo mostre internazionali che prendo avvio da progetti scientifici originali". Si entra poi nel pieno degli interventi con Rudy Zanchi, Innovation manager bergamasco e ideatore del progetto culturale "Di famiglia in famiglia": "L'idea è nata per fare

qualcosa per il territorio bergamasco partendo dalla famiglia come nucleo fondante sia a livello territoriale che culturale. Abbiamo coinvolto 26 comuni e abbiamo provato a risolvere il problema delle dimore storiche inaccessibili. Abbiamo proposto delle visite virtuali, creando anche dei veri e propri itinerari fruibili attraverso lo smartphone. In questo modo abbiamo potuto portare ad un pubblico più ampio realtà nascoste anche nei piccoli comuni.” Massimo Berdondini, libraio titolare di Alfabeta, libreria di Lugo, Ravenna, ha raccontato l'importanza dei social a seguito dell'alluvione che ha distrutto la sua libreria: “A causa dell'allagamento, molti libri erano illeggibili, e abbiamo deciso di aprire un mercatino dei libri rovinati per poter autofinanziarci per ripartire. La storia ha avuto un successo fortissimo sui social, abbiamo venduto talmente tanto e ci ha dato la possibilità di credere di una rinascita. Questa è stata l'occasione di ricominciare con idee nuove. Il crowdfunding è stato importante perché ha raccontato una realtà che non conoscevamo”. Successivamente, Michela Arnaboldi, Responsabile Scientifico Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano e Samanta Isaia, Direttore gestionale del Museo Egizio di Torino, hanno analizzato il tema delle Luci e ombre nella nuova era digitale. Arnaboldi: “Parliamo del 2022. L'offerta culturale digitale dei musei è bassa: il 49% delle istituzioni culturali investe grandissime somme sul digitale, contro un alto 14% che non investe assolutamente. Dall'altro lato, il 68% dei visitatori apprezza un supporto nella visita; nello specifico, il 27% apprezza l'audioguida, il 29% la guida fisica, il 13% il touch screen. Si evidenzia che chi usa gli audiovisivi è più soddisfatto. Il 71% dei musei ha un sistema di ticketing; il 46% offre ticketing online, il 57% offre la possibilità di saltare la coda. Il 77% dei biglietti vengono venduti in loco, nei teatri invece il 77% è venduto online. L'84% delle istituzioni culturali effettua una raccolta dei dati digitali dei propri visitatori, anche per indirizzare la strategia. Tali dati, però, non sono gestiti internamente (il 47% non ha

personale interno con competenze digitali): ci si avvale di professionisti esterni. Per quanto riguarda i visitatori, lo strumento più utilizzato per cercare ispirazione per la visita è il motore di ricerca, scelto dal 40% degli intervistati. Solo il 9% va sul sito della destinazione. Per quanto riguarda l'offerta di servizi/contenuti online, il 28% offre tour e visite guidate, il 22% laboratori di didattica online, il 21% workshop divulgativi. Ma bisogna tenere ben presente che l'85% degli internet user non utilizza assolutamente strumenti culturali online. Quindi bisogna fare attenzione su cosa investire nel momento della digitalizzazione." Isaia: "Attraverso l'esistenza di un nuovo strumento di gestione, il museo è stato in grado di raccontarsi attraverso strumenti nuovi. Una delle nostre iniziative più interessanti è stata l'Archeologia invisibile, una mostra virtuale che ha permesso ai visitatori di conoscere dati nascosti. Una collezione invisibile agli occhi, ma visibile attraverso lo strumento digitale, e abbiamo creato uno storytelling che vanno ad impattare un nuovo pubblico, coloro che possono essere interessati ad un nuovo strumento di visita. Se nel 1824 tutta la collezione era catalogata a mano, solo nel 2021 si è capito che era necessario passare al digitale efficace: sistema informatico museo egizio (SIME). I nostri informatici sono delle aziende esterne, quindi spesso è difficile parlare quotidianamente linguaggi diversi. Abbiamo, quindi, capito che è necessario creare un dipartimento IT interno, così da inserire queste professionalità all'interno dell'organigramma."

Black Friday e Cyber Monday,

prevista una spesa di 70,5 milioni di euro

Preoccupazione per un duro contraccolpo per i negozi tradizionali, mentre il web attira con sconti insostenibili per i negozi Tra mail, promozioni e messaggi, ci si proietta verso il week-end di sconti per il Black Friday e, per acquisti hi-tech, con il Cyber Monday di lunedì 27 novembre. Caro mutui e inflazione impongono maggiore attenzione alle spese, ma tra offerte e promozioni, Ascom Confcommercio Bergamo stima un budget che oscilla tra i 125 e i 175 euro (in aumento sul 2022, quando si prevedevano 120 e i 160 euro a famiglia, per 470mila nuclei orobici). La spesa prevista tra città e provincia di Bergamo sarà quindi di 70,5 milioni di euro. Quest'anno si preannuncia quindi un Black Friday in lieve crescita nei consumi rispetto all'anno scorso (quando la spesa stimata era di oltre 68 milioni), ma il valore in aumento è imputabile in larga misura all'effetto inflazione, oltre che all'allungamento progressivo dei giorni di sconti. In crescita anche la tipologia di beni e servizi in vendita, che spaziano dall'arredamento agli abbonamenti in palestra, ai viaggi. In attesa dei dati sui consumi effettivi, Ascom prevede tuttavia un aumento della percentuale di coloro che rinunceranno al Black Friday e anche ai regali di Natale. Nel periodo della "settimana nera" si prevede un calo degli acquisti, dal numero di clienti allo scontrino, soprattutto per i canali tradizionali di vendita. In attesa dei dati del 2023, il timore è che quest'anno, mentre terrà la percentuale



degli acquisti on line – che potrebbe anche salire al 75% degli acquirenti nella settimana del Black Friday e nella giornata del Cyber Monday- ci sarà invece una riduzione delle persone che utilizzeranno i canali più tradizionali come i negozi di vicinato, a cui si affiderà per gli acquisti un cliente su cinque (20%). Sul web la spinta dei grandi brand e delle piattaforme di commercio stia preparando i clienti a sconti molto forti. La preoccupazione di un duro colpo

alla rete dei negozi tradizionali in favore dell'e-commerce è molto forte per l'associazione commercianti: "Basta digitare online Black Friday sui motori di ricerca per comprendere come la spinta delle piattaforme di commercio stia preparando i clienti a sconti (dal 50% al 75%), che non sono assolutamente sostenibili per nessun canale tradizionale di vendita- sottolinea Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo- . Guerra e fattori geopolitici spaventano – quindi frenano gli acquisti anche per il segmento che ha alta capacità di spesa – mentre l'inflazione e il caro mutui stanno impoverendo ulteriormente molte famiglie bergamasche. Aumenta per necessità il ricorso a canali di approvvigionamento più economici e questa situazione rischia di spostare intere fasce di consumatori verso i canali digitali, più di quanto non abbia fatto la pandemia, peraltro in ambienti di acquisto in cui le possibilità dei controlli e le tutele contro le truffe sono limitate".

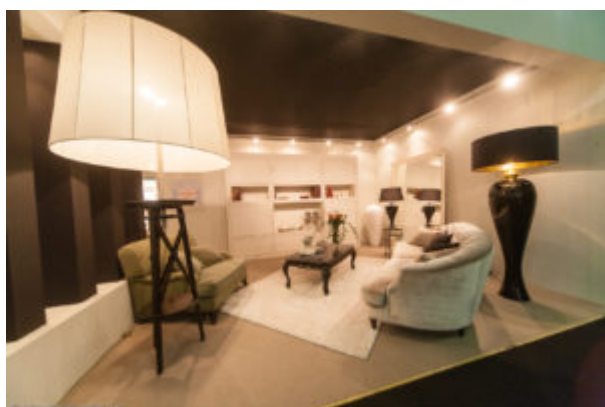
Il dato nazionale

L'indagine Confcommercio Format Research (Rapporto di ricerca al 17 novembre 2023, condotta su un campione rappresentativo di 1440 italiani con più di 18 anni) evidenzia che sei italiani su dieci faranno shopping durante questo periodo, soprattutto donne, il 63,2%, e giovani fino a 34 anni. Un

italiano su due approfitterà di questa occasione per acquistare in anticipo i regali di Natale (53,7%), tendenza in aumento rispetto allo scorso anno (il dato era 52,8%). Come da tradizione, il 57% sceglierà capi di abbigliamento, il 44,7% prodotti di elettronica o elettrodomestici, il 35% calzature e prodotti di estetica. Il 48,6% di coloro che faranno acquisti spenderà tra 100 e 300 euro; il 24,5% meno di 100 euro. Solo il 19,3% spenderà tra 300 e 500 euro. I metodi di pagamento più utilizzati saranno bancomat (36,3%) e carta di credito (34,7%). Il 55,0% utilizzerà soprattutto internet come canale di acquisto.

Salone del Mobile, il miglior design made in Italy in Fiera

Da sabato 11 a lunedì 13 e da venerdì 17 a domenica 19 torna la Fiera dedicata all'arredamento, alla 18esima edizione



Contraddistinto dall'inconfondibile design Made in Italy apprezzato in tutto il mondo, da sabato 11 a lunedì 13 e da venerdì 17 a domenica 19 novembre 2023 alla Fiera di Bergamo torna in grande stile il Salone del Mobile by Promoberg

(www.bergamofiera.it). Il salone ritorna dopo quattro anni di pausa, causati dalle note vicende sanitarie e dalla necessità di riprogrammare l'evento nel migliore dei modi, tenendo conto delle dinamiche del mercato e delle esigenze degli operatori. Sabato 11, alle ore 10:15 (l'apertura al pubblico è fissata alle ore 10:30) è in agenda una breve cerimonia

d'inaugurazione.

La kermesse dedicata alla filiera dell'arredamento e dei suoi complementi è stata presentata oggi alla Fiera di Bergamo. A fare gli onori di casa è intervenuto Luciano Patelli, presidente Promoberg,

seguito da Carlo Conte, direzione Fiere Promoberg e Alessandro Pagnoni, project manager Salone del Mobile. Sottolineando la bontà del progetto, hanno preso poi la parola, Giacinto Giambellini, Presidente Confartigianato Bergamo, i rappresentanti della Fondazione Architetti Bergamo – il presidente Gianpaolo Gritti, il tesoriere Stefano Rota e il segretario generale Marzia Pesenti – e Lorenzo Cereda, presidente del Gruppo Mobili e Arredamento Ascom Confcommercio Bergamo.

“Siamo molto orgogliosi del nostro Salone del Mobile – sottolinea Luciano Patelli, presidente di Promoberg – perché nel suo quasi ventennale percorso si è consolidato tra gli appuntamenti più

significativi e di qualità tra quelli rivolti al grande pubblico. Quest'anno, in particolare, grazie al coinvolgimento dei mobiliari, delle Associazioni degli Artigiani e della Fondazione Architetti

Bergamo, il Salone si consolida anche quale luogo di incontro e confronto tra professionisti, con benefiche ricadute per gli utenti finali. Una collaborazione che vogliamo ampliare alle tante realtà

che fanno grande e unico il nostro territorio. Un territorio che invitiamo a venirci a trovare nei sei giorni del salone del Mobile, grazia al quale la Fiera di Bergamo si trasforma in un elegante

show room, con arredamenti di design e con esperti e professionisti del settore in grado di fare la differenza; all'interno di un contesto, quello della casa, che sta particolarmente a cuore a tutti noi”. “Vent'anni fa veniva inaugurata la Fiera di Bergamo, struttura che da allora gestiamo con grande competenza – evidenzia Carlo Conte, direzione Fiere Promoberg -. In particolare, negli ultimi due

anni abbiamo messo in campo un corposo programma di interventi legati agli obiettivi di sviluppo sostenibile richiamati dall'Agenda 2030. Chi verrà al Salone del Mobile potrà quindi contare

anche su una struttura moderna e molto attenta ai temi green, una location perfetta per evidenziare il design d'eccellenza presentato dalla manifestazione". "Abbiamo rinnovato e aggiornato le imprese espositrici – spiega Alessandro Pagnoni, project manager per Promoberg del Salone del Mobile – con l'inserimento di nuovi player e di un nutrito gruppo di artigiani, come falegnami, fabbri, vetrai, marmisti, che si sono aggiunti al gruppo di mobiliari che hanno fatto la storia del nostro salone, fornendo così un ulteriore valore aggiunto alla nostra proposta. Stiamo parlando di grandi professionisti del settore, che vanno dai brand più noti agli artigiani molto specializzati, passando per i professionisti, come architetti e designer. Il plus di questa edizione sta nell'essere riusciti a riunire in un unico Salone sia i grandi gruppi industriali, che segnano le tendenze del mercato (materiali, colorazioni, innovazioni), sia gli artigiani, che creano su misura e con abile manualità soluzioni personalizzate, sia gli architetti, con progetti creativi e innovazioni sia di design che tecnologiche. Una proficua sinergia che ha coinvolto le associazioni di artigiani e la fondazione architetti Bergamo, e che consentirà ai visitatori di trovare in fiera tutti gli attori protagonisti dell'arredamento, per un confronto molto utile e interessante per tutti".

"Abbiamo aderito con molto entusiasmo a questa nostra prima partecipazione collettiva al Salone del Mobile – spiega Giacinto Giambellini, Presidente Confartigianato Bergamo –: una decina di artigiani che ben rappresentano le varie categorie legate al mondo della casa. Si tratta della prima tappa, siamo contenti di essere partiti bene; ci piace pensare che sia l'inizio di un percorso di collaborazione che si possa sviluppare ulteriormente".

"Con il coinvolgimento delle tre fondazioni che rappresentano

la memoria, l'eredità e la valorizzazione del lavoro dei tre massimi esponenti dell'architettura e del design italiano – rimarca

Gianpaolo Gritti, presidente di Fondazione Architetti Bergamo – si è voluto dare un contributo alla fiera in termini di contenuti di rilievo ma accessibili a tutti. Far conoscere i metodi e le strategie

con cui sono nati prodotti entrati nelle case di tutto il mondo è un'opportunità per le fondazioni ma anche, e soprattutto, uno stimolo per tutte le persone che visiteranno la fiera”.

Stefano Rota e Marzia Pesenti (Fondazione Architetti Bergamo), hanno illustrato il programma di incontri, che fanno del Salone del Mobile anche un importante evento culturale, nell'anno in cui Bergamo e Brescia sono Capitale italiana della Cultura.

Lorenzo Cereda, presidente del Gruppo Mobili e Arredamento Ascom Confcommercio Bergamo (*nella foto a lato, ndr.*), ha sottolineato “i numerosi cambiamenti apportati dal nostro



Salone nella sua già importante storia. Torniamo dopo anni complicati, in cui si è passati dal blocco delle attività ad una iper- richiesta di prodotti e servizi. Speriamo di poter tornare a lavorare con le tempistiche adeguate. In Italia, come fiere dedicate

esclusivamente al Mobile, siamo in tre: Bergamo, Roma e Bari. L'obiettivo è di consolidarci ulteriormente, grazie alla qualità espositiva e agli eventi collaterali ad ampio respiro: ciò consentirebbe di coinvolgere ancora più persone da tutto il Nord Italia, con ricadute molto positive per il nostro Salone e per tutto il nostro territorio, anche in chiave turistica”. Cereda ha infine scattato la fotografia del settore: “L'epidemia ha avuto senza dubbio un impatto fortemente negativo sulle chiusure di imprese, ma di contro ha

posto l'accento sull'esigenza e la volontà di rinnovare arredi e investire nella propria casa, riponendo attenzione e priorità su valori solidi e beni durevoli. Il bonus mobili e il boom di ristrutturazioni hanno dato un forte impulso alle vendite. Ora l'onda lunga si sta esaurendo e le previsioni sono tutt'altro che rosee, come mostra il calo delle compravendite immobiliari per effetto dei rialzi dei tassi di interesse, con un forte rallentamento nell'acquisto casa, specialmente per le nuove generazioni. La preoccupazione cresce nei nostri negozi, che molto hanno investito nel rinnovo di esposizioni e punto vendita. L'estate ha segnato una prima battuta d'arresto per gli acquisti e iniziano a calare anche le visite e le richieste di preventivi nei negozi".

Il Salone del Mobile di Bergamo quest'anno taglia il traguardo delle 18 edizioni, sempre nel segno dell'alta qualità delle ambientazioni proposte, delle (attese) novità e degli eventi collaterali studiati per far completare al meglio la visita tra gli ampi stand. Confermata l'apprezzata formula dei 'due tempi' intervallati dalla pausa infrasettimanale, che consente alle imprese espositrici di ottimizzare la propria attività e al pubblico di poter programmare la visita avendo a disposizione due week end lunghi. Complessivamente sui 13mila metri quadrati del polo fieristico (padiglioni A e B) gli amanti del design made in Italy troveranno un centinaio di brand tra i più significativi del settore, messi in vetrina da 75 imprese (oltre 50 quelle targate Bergamo) provenienti da sette regioni italiane (Lombardia in testa) e uno stato estero (Repubblica Ceca). Molto interessante il dato delle nuove imprese presenti rispetto all'ultima edizione del 2019: sono una quarantina, a conferma del lavoro di rinnovamento voluto dagli organizzatori per un ulteriore innalzamento della qualità e ampliamento della specializzazione delle proposte, arrivate in particolare dalle imprese artigiane. La Fiera di Bergamo, oltre ad essere facilmente raggiungibile con ogni mezzo, garantisce quegli ampi spazi necessari agli espositori per proporre soluzioni che, oltre a soddisfare anche le

richieste più esigenti e particolari, si contraddistinguono per l'inconfondibile design italiano che il mondo ci invidia. In fiera spazio quindi ai grandi classici, come cucine, zona giorno e zona notte, arredo bagno e illuminazione; ma anche alle nuove tecnologie e ai temi green. Uno dei grandi meriti del Salone del Mobile di Bergamo sta nel permettere il confronto tra le migliori proposte della filiera dell'arredamento, consentendo di individuare la soluzione ideale per arredare la propria casa come meglio si desidera, grazie ai consigli degli esperti e a proposte personalizzate sempre originali e di tendenza, che sono spesso sfociate in autentiche icone del design mondiale. È il caso di tanti progetti firmati da Enrico Baleri, design bergamasco di chiara fama (ma anche imprenditore, progettista e provocatore), guest star del Salone del Mobile 2023 di Bergamo, a cui sarà conferito da Promoberg il premio "Bergamo Design Award" quale attestato per la sua prestigiosa carriera; appuntamento sabato 11 novembre alle ore 15, nell'Area Talk (padiglione B). Nella sua lunga carriera Baleri è stato premiato anche con quattro Compassi d'Oro e con l'esposizione di quattro prodotti nella collezione permanente del MoMA di New York. Baleri ha progettato mobili, lampade e oggetti per Gavina, Flos, Knoll International e Alias, collaborando come art director con gli esordienti Belotti, Botta, Starck, Wettstein, Dalisi, Baroli e i maestri Hollein, Mendini, Magistretti, Mangiarotti, King e Miranda. Portano la sua firma autentiche icone del design mondiale, prodotti pensati e realizzati dando la priorità alla creatività ed alla funzionalità rispetto alle tendenze temporanee.

Per migliorare ulteriormente il proprio livello qualitativo e favorire il dialogo tra professionisti del settore, il Salone del Mobile ha stretto importanti sinergie con Confartigianato Bergamo,

Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media impresa di Bergamo (CNA) e Fondazione Architetti Bergamo (FAB). L'unione della proposta delle due associazioni di categoria si è tradotta in un'area dedicata ad una ventina di

realità artigianali, con la partecipazione in particolare di falegnami, fabbri, vetrai e marmisti, in rappresentanza di una categoria sempre più ricercata per la sua qualità e capacità di rendere unico un prodotto, mentre la Fondazione Architetti Bergamo ha curato in particolare la rassegna "In fila per tre col resto design" (due ore per incontro, con crediti professionali per gli architetti) e una mostra dedicati a degli architetti designer che hanno creato e definito l'Italian Design famoso e celebrato in tutto il mondo: Achille Castiglioni, Franco Albini e Vico Magistretti. Il tutto grazie alla collaborazione avviata con le tre fondazioni che oggi ne custodiscono archivi e memoria e si occupano con passione e forza di gestire, diffondere e valorizzare la loro eredità: Fondazione Achille Castiglioni, Fondazione Franco Albini e Fondazione Vico Magistretti.

Gli incontri

Il programma degli incontri promossi dalla FAB, tutti di due ore con crediti professionali per gli architetti, si avvia domenica 12 novembre, dalle 17, con Franca Albini e "Il metodo Albini e il design della trasformazione". Si prosegue poi lunedì 13 novembre, dalle 18 alle 20. "Vivere alla Castiglioni" porta al Salone la Fondazione Achille Castiglioni attraverso la voce narrante di Giovanna Castiglioni, che condividerà in modo interattivo con il pubblico il metodo e il "vivere alla Castiglioni". "La semplicità è la cosa più complicata del mondo" chiude i talk della Fondazione Architetti Bergamo, sabato 18, dalle 11 alle 13, con Vico Magistretti, con i racconti e i ricordi della nipote Margherita Pellino. A Vico Magistretti è dedicata anche la mostra "Vico Magistretti. Architettura e design", curata dalla Fondazione e allestita da Chiara Corbani.

Altro imperdibile incontro è quello in programma lunedì 13 novembre, ore 20, sul tema delle "Abitudini abitative degli italiani – Qual è il ruolo dell'architettura, arte e interior design e quali scenari futuri caratterizzeranno i nuovi

modelli di abitare". Il palinsesto della 'Area Talk si arricchisce quindi con il confronto tra cinque personalità dell'abitare, con gli architetti Stefano Cavazzana, Maurizio Cantergiani e Adele Sironi (progettista del paesaggio), il pittore e docente di disegno e Storia dell'arte, Emilio Belotti, e il Digital and trade marketing coordinator di Lago Spa,

Simone Golfo. Non mancheranno, infine, gli show cooking, in particolare per quanto concerne gli aspetti tecnici legati agli usi ottimale degli elettrodomestici di ultima generazione. Orari, da lunedì a venerdì, dalle ore 18 alle ore 22; il sabato e la domenica, dalle ore 10.30 alle ore 20. Sabato 11, alle ore 10:15 è in agenda una breve cerimonia d'inaugurazione.

Fipe e Confcommercio Lombardia: "Dalla Regione troppe concessioni agli agriturismi"

La decisione di estendere ai giorni festivi la possibilità di superare i pasti somministrabili crea danni e malumori nei pubblici esercizi



Lino Stoppani

“Stigmatizziamo il comportamento della Giunta e del Consiglio di Regione Lombardia che, a più riprese continuano ad allargare l’attività degli agriturismi creando una totale sovrapposizione con i pubblici esercizi. E’ grave la decisione del Consiglio di estendere ai giorni festivi la possibilità di superare il numero massimo di pasti somministrabili negli agriturismi”. Così il presidente di Fipe Lombardia Lino Stoppani commenta l’approvazione nel PDL 25 in discussione – Legge di revisione normativa ordinamentale 2023 di Regione Lombardia – di una modifica alla legge sugli agriturismi, consentendo a quest’ultimi di derogare al limite di 160 pasti somministrati al giorno anche nei giorni festivi, potenzialmente oltre dieci all’anno (tra queste: Festa della Liberazione, Festa dei Lavoratori, Ferragosto). Si tratta di giornate estremamente importanti, capaci di dare respiro al settore della ristorazione, anche grazie al comparto dei ricevimenti.

Con tale modifica ancora una volta Regione Lombardia consente alle aziende agricole di svolgere l’attività di ristorazione da una posizione di concorrenza sleale. Le attività agrituristiche operano, infatti, in condizioni più favorevoli rispetto a quelle dei pubblici esercizi: per quanto riguarda la fiscalità generale, le agevolazioni e gli obblighi burocratico-amministrativi (es: doppi servizi e spogliatoi per dipendenti previsti per i ristoranti). A questo, si aggiunge un differente regime dei controlli, che per i ristoranti sono

disciplinati dal Testo Unico di Pubblica Sicurezza.

“Qui non si tratta di essere contro la libertà di mercato – sottolinea Stoppani – Tutt’altro: si tratta di affermare il principio ‘stesso mercato stesse regole’, coerentemente con quanto previsto anche dal Mercato Unico Europeo. Inoltre, il comparto della ristorazione è uscito a fatica e con gravi ferite dalla crisi pandemica. E, a differenza delle attività agrituristiche, non ha altri mezzi sui quali poter basare la propria economia se non quelli dati dalla propria attività”.

“Una scelta – aggiunge Carlo Massoletti, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia – che mortifica il lavoro di molte migliaia di imprenditori della ristorazione che hanno già affrontato la crisi pandemica. Imprenditori che, grazie alla professionalità e alla qualità del servizio, si stanno ritagliando un ruolo sempre più da protagonisti nella filiera del turismo e che giocano un ruolo fondamentale per la vitalità delle comunità e la rigenerazione dei luoghi”.

Alba Bergamo Parma, tre città per un'unica destinazione gastronomica

Le città creative Unesco per la gastronomia alla Fiera internazionale del tartufo di Alba. Zambonelli: “Promuovere bellezza e bontà dei territori è un'occasione per il commercio e il turismo”



Lo stand
MauroGalloFotografo©2023

Alba Bergamo Parma: un legame inscindibile si è stabilito fra le tre Città Creative UNESCO per la Gastronomia, riunite in un Distretto grazie ad un'intesa siglata nel 2021 dalle rispettive Amministrazioni comunali e replicata l'anno successivo dalle Ascom territoriali, nel contesto di un'iniziativa sostenuta da Confcommercio-Imprese per l'Italia. Si chiama Tipicamente Uniche la rassegna itinerante che ha preso avvio nel 2022 a Bergamo nel contesto della manifestazione Forme Infinite e che per il 2023 ha trovato nella 93ª Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba un'ambientazione ideale, per un passaggio di testimone che vedrà protagonista, l'anno prossimo, la città di Parma. Clima di festa e atmosfera delle grandi occasioni in piazza Risorgimento, tra il Duomo ed il Municipio albesi, per l'accoglienza delle autorità, delle delegazioni e degli espositori dei territori ospitati, protrattasi per tutto il fine settimana del 4 e 5 novembre scorsi. Nello spazio istituzionale sono state presentate al pubblico nazionale e internazionale le eccellenze gastronomiche che caratterizzano i rispettivi territori ed è stato promosso il pacchetto turistico congiunto, in abbinamento ad approfondimenti tematici e degustazioni. Dal "formai del Mut" dell'Alta Val Brembana Dop al Moscato di Scanzo Docg, dall'olio extravergine di oliva Dop del Sebino Bergamasco Lago d'Iseo sponda occidentale ai vini dei Colli di Parma, dal Parmigiano Reggiano dallo Strachìtunt Valtaleggio al Culatello di

Zibello, al vino Valcalepio con i Sapori della Bergamasca, dal Fungo Porcino di Borgotaro al vino Valcalepio, dai formaggi delle Orobie alla Nocciola Piemonte Igp delle Langhe: ecco le meraviglie protagoniste del Mercato delle Eccellenze in un week end del gusto, dei profumi e della reciprocità territoriale.

Contestualmente all'inaugurazione dello spazio espositivo, per due giorni regno di Consorzi e Associazioni di promozione, ha avuto luogo un importante momento istituzionale al quale sono intervenuti i sindaci di Alba Bergamo e Parma, rispettivamente Carlo Bo, Giorgio Gori e Michele Guerra e i presidenti delle Ascom artefici dell'evento, Giuliano Viglione per ACA, Giovanni Zambonelli per Ascom Bergamo, Vittorio Dall'Aglio per Ascom Parma, oltre a numerose autorità del territorio albese.

Fra gli altri, i direttori delle tre Ascom, Fabrizio Pace per ACA, Oscar Fusini per Bergamo, Claudio Franchini per Parma, inoltre, Fabio Fulvio, responsabile settore Marketing Innovazione e Internazionalizzazione di Confcommercio.

Entrambe le giornate sono state caratterizzate dagli Show Cooking tenuti da noti chef – come Andrea Nizzi e Marco Stagi – nella sala “Beppe Fenoglio” al Mercato Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba, all'interno del Cortile della Maddalena, nel contesto del più importante evento albese, di caratura internazionale, frequentato da un pubblico qualificato ed esigente, in larga parte proveniente dall'estero, colto e preparato rispetto all'offerta prestigiosa dei prodotti più rappresentativi dell'albese e, per estensione, del distretto enogastronomico “targato Unesco”.

L' impegno delle associazioni commercianti di Alba, Bergamo e Parma

«Dopo la positiva esperienza del 2022, con l'evento di esordio a Bergamo, siamo soddisfatti e orgogliosi di proseguire una collaborazione nata su basi solide e condivise, pur nelle

rispettive specificità delle aree di nostra competenza – dichiarano Giuliano Viglione, presidente Associazione Commercianti Albesi, Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo e Vittorio Dall’Aglione, presidente Ascom Confcommercio Parma -. Il passo compiuto dalle nostre associazioni ha supportato fin dall’inizio la scelta di unitarietà dei nostri sindaci, che hanno dato corso ad una visione lungimirante, parlando ad una voce sola sui temi dell’enogastronomia e sulle produzioni territoriali che hanno ottenuto l’attenzione e il riconoscimento dell’Unesco, collegando in un unico distretto tre fra le più importanti regioni italiane famose nel mondo per il Made in Italy: Piemonte, Lombardia ed Emilia Romagna. La finalità principale è ovviamente quella di portare ricadute a beneficio dei tessuti economici locali, in particolare per il commercio e per il turismo, mettendo a sistema sinergie, offrendo visibilità ai brand, promuovendo la bellezza e le bontà delle nostre rispettive regioni».

Le città creative Unesco per la gastronomia

«Siamo particolarmente lieti di ospitare quest’anno l’evento di Alba, Bergamo, Parma Città Creative Unesco per la Gastronomia – affermano il sindaco di Alba Carlo Bo e l’assessore al Turismo e alle Città Creative Unesco Emanuele Bolla -. L’enogastronomia, che fino a dicembre celebriamo nella 93^a Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba, è una componente essenziale del volano turistico, le cui ricadute positive in termini di fatturato e visibilità si riverberano su un vasto indotto di attività del territorio. L’idea di ideare proposte comuni fra città che condividono prestigiosi riconoscimenti in tale ambito è un’operazione strategica che sosteniamo con convinzione».

«Quando abbiamo pensato a un unico grande distretto enogastronomico, – commenta Giorgio Gori, sindaco di Bergamo – abbiamo sempre auspicato che enti, associazioni di categoria, imprese potessero essere in grado di riempire di significato

la sinergia tra Bergamo, Alba e Parma, dando attuazione concreta a una visione che noi sindaci abbiamo ritenuto strategica in termini di marketing territoriale, valorizzazione dei nostri prodotti e promozione dei nostri territori. Confcommercio ha saputo raccogliere l'impulso nato dalle Amministrazioni e tradurre in un progetto di grande valore la volontà di creare un'unica destinazione turistica tra tre città, ma anche tra tre province di tre regioni diverse. Un progetto concreto che si traduce in un pacchetto turistico, oltre che nella condivisione di strategie e nella partecipazione a eventi di richiamo internazionale. Lo scorso anno il distretto delle tre città fu ospitato a FORME, la kermesse dedicata all'arte casearia che si svolge annualmente nella nostra città, si prosegue, quest'anno, con la Fiera del Tartufo di Alba, una città che, grazie al titolo UNESCO di Città Creativa che ci accomuna, ha costruito con Bergamo un rapporto di sinergia e scambi significativi, non solo nell'ambito enogastronomico». Gori ha colto l'occasione per formulare gli auguri alla città di Alba, che insieme a Bra, Langhe e Roero, concorre al titolo di Capitale Italiana della Cultura 2026: Bergamo, insieme a Brescia, è la Capitale in carica per il 2023. Il sindaco della città orobica ha sottolineato gli straordinari effetti positivi che tale riconoscimento genera sotto tutti i punti di vista, non ultimo quello economico.

«L'unione tra Alba, Bergamo e Parma e le loro eccellenze – ha concluso Michele Guerra, sindaco di Parma – è un'occasione per far valere ancora una volta le sinergie sviluppate in questi anni e quelli a venire. È un piacere poter partecipare in questi giorni a questo appuntamento e ospitare a Parma le Città Creative Unesco per la Gastronomia il prossimo anno. Questo percorso non riguarda solo i nostri territori, ma la forza delle regioni in cui siamo inseriti, sia rispetto al resto del Paese che alla cultura e al mercato internazionale. Sosterremo con convinzione questo scambio di idee e di progetti anche nei prossimi anni, certi di trovare in Alba e Bergamo dei partner di alto livello con cui crescere insieme».

Il sito e la promozione del territorio con un unico pacchetto turistico

Nel corso dell'evento albese è stato inoltre presentato il sito internet dedicato alle tre Città Creative per la Gastronomia riconosciute dall'Unesco in Italia www.cittacreativeperlagastronomia.it nel quale sarà possibile esplorare le caratteristiche salienti dei tre territori e conoscere il tour strutturato dalle agenzie di incoming delle Ascom di Alba, Bergamo e Parma tra le eccellenze culinarie e vinicole delle tre Città Creative Unesco per la Gastronomia. Si parte da Bergamo alla scoperta della città medievale per poi addentrarsi nelle valli: in Val Brembana si vivono le atmosfere Liberty del Casinò, del Grand Hotel a San Pellegrino Terme e si assaggiano i formaggi DOP originari della zona. La Val Seriana offre la possibilità di visitare i luoghi di produzione di un'altra eccellenza, il Moscato di Scanzo. Alba accoglie i visitatori con i panorami delle Langhe, alla scoperta delle colline dove nasce il Barolo. Dopo aver visitato le torri medievali, i palazzi Liberty e le chiese romaniche della città, si parte per un'esplorazione nei boschi, alla ricerca del tartufo bianco, da degustare in un contesto paesaggistico unico al mondo. Parma apre le sue porte con un'antica cantina per la stagionatura del Culatello di Zibello. Poi è la volta del Parmigiano Reggiano, di cui si scoprono i segreti nella visita guidata a un caseificio. Il Prosciutto di Parma è l'antipasto della visita al Castello di Torrechiara e a una cantina di produzione dei vini dei Colli di Parma. Il viaggio si conclude con i capolavori architettonici e artistici della città. Il tour è proposto ai mercati di riferimento di ogni singola realtà in particolare al turismo internazionale, europeo ed extra europeo.

Credit photo: MauroGalloFotografo©2023

Bergamo, con Alba e Parma alla Fiera Internazionale del Tartufo

Le tre città creative Unesco per la Gastronomia il 4 e 5 novembre in Piazza Risorgimento per promuovere i territori. Show cooking con lo chef Stagi di Bolle

Tipicamente Uniche”: Alba, Bergamo e Parma, le tre Città Creative Unesco italiane per la Gastronomia, saranno protagoniste il prossimo fine settimana, **4 e 5 novembre**, alla 93a edizione **della Fiera internazionale del Tartufo bianco di Alba**. Nella centrale piazza Risorgimento saranno presentate al pubblico nazionale e internazionale le eccellenze gastronomiche che caratterizzano i tre territori e sarà promosso il pacchetto turistico congiunto in abbinamento ad approfondimenti tematici e degustazioni.

Il progetto si sviluppa nell’ambito del Distretto delle Città Creative UNESCO, istituito dalle tre municipalità nel 2021 con l’intento di avviare un percorso di politiche comuni di valorizzazione e di promozione dei territori. A integrare e supportare l’iniziativa istituzionale, lo scorso anno le Ascom Confcommercio delle rispettive Città hanno siglato un protocollo d’intesa finalizzato a intensificare le relazioni, sviluppare sinergie economiche e commerciali, promuovere le unicità agroalimentari, valorizzare l’ingegno umano e affermare la crescita del Distretto come entità socioeconomica e turistica unitaria. Il piano si è sviluppato sulla base di una programmazione triennale che prevede iniziative specifiche realizzate nelle tre Città. Valore aggiunto della promozione congiunta è la realizzazione di un tour, proposto ai mercati

turistici di riferimento delle singole realtà, tra le eccellenze culinarie e vinicole delle tre Città Creative Unesco per la Gastronomia, realizzato dalle agenzie di incoming delle tre Ascom, Langhe Experience, Brembo Viaggi, e Parma Incoming. Nel 2022 l'evento "Alba Bergamo Parma. Tipicamente Uniche" è stato ospitato dalla città di Bergamo, nell'ambito dell'iniziativa internazionale dedicata ai formaggi "Forme Infinite". Nel 2024 l'evento sarà ospitato a Parma.

Sabato 4 novembre alle ore 10.00 ad Alba verrà inaugurato e aperto al pubblico lo spazio istituzionale dedicato alla rassegna, mentre l'apertura del Mercato delle Eccellenze di Alba-Bergamo-Parma è previsto alle ore 16.00.

Alle 16.30, nello spazio istituzionale si svolgerà il talk alla presenza delle tre Amministrazioni comunali delle Città Creative Unesco per la Gastronomia e delle rappresentanze delle rispettive Ascom per illustrare, alla presenza della stampa, i progetti comuni di promozione e valorizzazione enogastronomica dei territori, compreso il nuovo il sito internet dedicato alle tre Città Creative per la Gastronomia riconosciute dall'Unesco in Italia www.cittacreativeperlagastronomia.it.

Entrambe le giornate saranno caratterizzate da momenti di degustazione dei prodotti del territorio. Per Bergamo saranno presenti i consorzi di tutela del Moscato di Scanzo, del Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana Dop, dello Strachitunt Valtaleggio, del Valcalepio, dell'Olio Extravergine di Oliva Laghi Lombardi – Sebino e Lario, **La Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca** e l'Associazione The Cheese valleys – Le tre signorie. Lo **Show cooking** dedicato al territorio sarà affidato a **Marco Stagi**, chef stellato del **Bolle Restaurant** di Lallio.

«Siamo contenti di portare Bergamo e le sue eccellenze in un contesto così importante di caratura internazionale,

*frequentato da un pubblico qualificato ed esigente, in larga parte proveniente dall'estero, colto e preparato. E siamo soddisfatti della sinergia che è nata tra le tre città e le tre associazioni, sulla spinta dell'accordo preso dalle tre amministrazioni comunali – afferma **Giovanni Zambonelli**, presidente Ascom Confcommercio Bergamo –. Il nostro obiettivo è quello di portare ricadute a beneficio dei tessuti economici locali, in particolare per il commercio e per il turismo, mettendo a sistema sinergie, offrendo visibilità ai brand, promuovendo la bellezza e le bontà delle nostre rispettive regioni».*

*«Quando abbiamo pensato a un unico grande distretto enogastronomico, – commenta **Giorgio Gori**, Sindaco di Bergamo – abbiamo sempre auspicato che enti, associazioni di categoria, imprese potessero essere in grado di riempire di significato la sinergia tra Bergamo, Alba e Parma, dando attuazione concreta a una visione che noi sindaci abbiamo ritenuto strategica in termini di marketing territoriale, valorizzazione dei nostri prodotti e promozione dei nostri territori. Confcommercio ha saputo raccogliere l'impulso nato dalle Amministrazioni e tradurre in un progetto di grande valore la volontà di creare un'unica destinazione turistica tra tre città, ma anche tra tre province di tre regioni diverse. Un progetto concreto che si traduce in un pacchetto turistico, oltre che nella condivisione di strategie e nella partecipazione a eventi di richiamo internazionale. Lo scorso anno il distretto delle tre città fu ospitato a FORME, la kermesse dedicata all'arte casearia che si svolge annualmente nella nostra città, si prosegue, quest'anno, con la Fiera del Tartufo di Alba, una città che, grazie al titolo UNESCO di Città Creativa che ci accomuna, ha costruito con Bergamo un rapporto di sinergia e scambi significativi, non solo nell'ambito enogastronomico».*

IL PACCHETTO TURISTICO

Attraverso le rispettive agenzie di incoming delle Ascom di

Alba, Bergamo e Parma è stato strutturato un tour speciale tra le eccellenze culinarie e vinicole delle tre Città Creative Unesco per la Gastronomia. Si parte da Bergamo alla scoperta della città medievale per poi addentrarsi nelle valli: in Val Brembana si vivono le atmosfere Liberty del Casinò, del Grand Hotel a San Pellegrino Terme e si assaggiano i formaggi DOP originari della zona. La Val Seriana offre la possibilità di visitare i luoghi di produzione di un'altra eccellenza, il Moscato di Scanzo. Alba accoglie i visitatori con i panorami delle Langhe, alla scoperta delle colline dove nasce il Barolo. Dopo aver visitato le torri medievali, i palazzi Liberty e le chiese romaniche della città, si parte per un'esplorazione nei boschi, alla ricerca del tartufo bianco, da degustare in un contesto paesaggistico unico al mondo. Parma apre le sue porte con un'antica cantina per la stagionatura del Culatello di Zibello. Poi è la volta del Parmigiano Reggiano, di cui si scoprono i segreti nella visita guidata a un caseificio. Il Prosciutto di Parma è l'antipasto della visita al Castello di Torrechiara e a una cantina di produzione dei vini dei Colli di Parma. Il viaggio si conclude con i capolavori architettonici e artistici della città. Il tour è proposto ai mercati di riferimento di ogni singola realtà in particolare al turismo internazionale, europeo ed extra europeo.

**Campionaria da Guinness: il
mosaico lentiscolare è da**

record

La spettacolare costruzione, che rende omaggio a Bergamo Brescia capitale della cultura, supera di quasi 2mq il record precedente

La Campionaria 2023 tiene a battesimo un Guinness World Record® Official Attempt, grazie al Mosaico lenticolare LEGO® più grande del mondo dedicato alle immagini dall'alto di Bergamo Brescia Capitale italiana della Cultura, promosso e realizzato dalla Città del Mattoncino di Bergamo, in collaborazione con Promoberg e LEGO® Italia. L'opera è stata ultimata domenica 29 ottobre nell'area Mattoncini a Bergamo, l'evento più importante della fiera multisettoriale di Promoberg in agenda sino a mercoledì 1° novembre alla Fiera di Bergamo. La certificazione dell'importante traguardo è stata data pochi minuti dopo, direttamente da Lorenzo Veltri, giudice ufficiale del Guinness World Record, conosciuto al grande pubblico televisivo per il suo ruolo nella trasmissione 'Lo Show dei Record', condotta da Gerry Scotti su Canale 5. "Con l'aiuto di un architetto abbiamo fatto tutte le misurazioni del caso – spiega il giudice internazionale Veltri – e con 51,65 metri quadrati il mosaico lenticolare della Città del Mattoncino di Bergamo ha conquistato con pieno merito il guinness dei primati, battendo i 50 metri quadrati del record precedente. Il mosaico fa parte di una nuova categoria di record alla quale stiamo lavorando da molti mesi anche in termini di regolamento ufficiale. In questo caso si tratta di un nuovo progetto, con due immagini bellissime dei centri storici di Bergamo e Brescia: al di là del record, l'opera mi ha davvero impressionato ed emozionato".

Per conquistare il nuovo Guinness World Record sono state necessarie oltre 5mila ore di lavoro, assemblando 811.008 mattoncini LEGO® di 25 colori diversi. Quello che a tutti gli effetti è un vero e proprio capolavoro artistico si estende su una struttura di oltre 3 metri d'altezza e 16 metri di

lunghezza. Per terminare la sua realizzazione durante le prime due giornate della Campionaria sono state impiegate 3.168 basi e oltre 15.300 pin di collegamento LEGO® Technic, per un peso complessivo di circa 400kg.

“Nel momento della grande soddisfazione per la conquista di un record tanto sognato – sottolinea Pierluigi Cervati, titolare della Città del Mattoncino e organizzatore dell’area Mattoncini a Bergamo in Campionaria -, c’è anche la forte emozione e commozione per la mancanza di Beatrice (Da Ros, la moglie di Cervati scomparsa prematuramente nel 2021 ndr) vera anima della Casa del Mattoncino e fonte inesauribile di tante idee ed iniziative: in questo momento il pensiero va soprattutto a lei e alle tante persone che hanno reso possibile questo record, come Pietro Morello (influencer e Ambassador di Lego, presente in Fiera ndr) e i bambini ricoverati all’Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo e all’Ospedale Pasquinucci di Massa, Fondazione Monasterio, che hanno realizzato le prime tessere di questo mosaico. Attraverso eventi speciali dedicati, questi giovani costruttori, in un particolare momento della loro vita, sono diventati, nei mesi di agosto e settembre, parte integrante di questa avventura unica. Un gesto di amore e speranza che rende l’evento ancora più significativo”.

“Siamo molto felici che il Guinness World Record® sia stato certificato all’interno della Campionaria – spiega – Luciano Patelli, presidente di Promoberg -, perché da sette anni è la casa di Mattoncini a Bergamo, uno degli eventi di punta in assoluto della Bergamasca e capace di richiamare appassionati da tutta la regione. Oltre ad essere un’imperdibile mostra di opere uniche realizzate con i mitici mattoncini LEGO®, l’evento comprende anche ‘Il mondo di Beatrice’ l’area gioco in memoria di Beatrice Da Ros nella quale, con oltre 200 postazioni gioco, ci si può lasciar andare alla fantasia con mattoncini di ogni genere. Un luogo certamente di divertimento, ma nel contempo di condivisione tra grandi e piccini, perché in fondo, in ogni adulto alberga sempre il bambino che si è stati”.

La Campionaria prosegue sino a mercoledì 1° novembre. Orari: dalle ore 10 alle ore 21 (tranne mercoledì 1° novembre, chiusura alle ore 19). Ingresso manifestazione gratuito.

Info: www.campionaria-bergamo.it.

Ats e associazioni in campo per promuovere la sicurezza nei luoghi di lavoro

Intesa biennale, siglata alla presenza del Prefetto, per diffondere cultura e buone prassi in azienda



Il tavolo dei relatori con il Prefetto

Ascom Confcommercio Bergamo è tra i firmatari del nuovo Protocollo di Intesa per la diffusione della Cultura della Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro, biennio ottobre 2023-ottobre 2025. L'accordo è stato siglato giovedì 26 ottobre, alla presenza del Prefetto di Bergamo Giuseppe Forlenza nella sede dell'Agenzia di Tutela della Salute di Bergamo, dagli attori del territorio coinvolti nel tema della Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro. La prima firma dell'Accordo,

preceduta dall'attività di governance portata tutt'ora avanti da ATS Bergamo, risale al biennio ottobre 2018-ottobre 2020, prorogato al 2021 causa pandemia. Per incrementare i livelli di sicurezza e prevenzione nei luoghi di lavoro con il coinvolgimento dei vari soggetti portatori di interessi presenti sul territorio bergamasco, era stata avviata una nuova modalità di collaborazione, integrata ed unitaria, denominata "Protocollo di Intesa", con l'obiettivo di potenziare le azioni di contrasto al fenomeno degli infortuni sul lavoro e delle malattie professionali, promuovendo la collaborazione tra le diverse organizzazioni portatrici di interessi presenti nella comunità bergamasca.

La peculiarità del Protocollo sta nella condivisione della scelta degli obiettivi da perseguire, partendo dall'analisi delle criticità del territorio e nella definizione condivisa di progetti che sono realizzati grazie alla partecipazione diretta di personale proveniente dai diversi Enti, Istituzioni e parti sociali, agendo mediante la costituzione di specifici Gruppi di Lavoro, che collaborano attivamente per promuovere azioni di miglioramento nelle aziende del territorio.

Il Protocollo rappresenta un vero e proprio patto di collaborazione concreta tra gli attori del sistema, cioè Istituzioni, Parti Sociali datoriali e Sindacali e il mondo della cultura, per dare alle imprese un forte segnale di interesse e di presa in carico della problematica della tutela della Salute e Sicurezza dei lavoratori.

Le azioni previste riguardano la realizzazione di interventi e progetti di prevenzione a favore delle realtà produttive del nostro territorio, con successiva ricaduta finale attesa sui lavoratori e sugli studenti, relativamente alla personale competenza sui rischi per la propria e altrui incolumità.

“È stato un cambio di passo decisivo – evidenzia Oliviero Rinaldi Direttore del Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria dell'ATS Bergamo – che va ad integrare le storiche attività di vigilanza, controllo e ispezione svolte da ATS, con quelle più innovative dell'assistenza, informazione e promozione della Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro.

Grazie a questo Protocollo abbiamo investito, in modo significativo, sullo sviluppo e sull'incremento della cultura della sicurezza per ogni fascia di età, mettendo in luce anche sistemi di gestione della sicurezza virtuosi attivati da Aziende che hanno saputo ridurre nel tempo gli infortuni sul lavoro".

Esaurito il primo biennio del Protocollo, l'ATS di Bergamo e la Prefettura di Bergamo avevano proposto a tutte le parti sociali e istituzionali di riproporre questa esperienza per un nuovo biennio (ottobre 2021- ottobre 2023), a conclusione del quale si è ritenuto importante condividere i risultati ottenuti da ciascun progetto.

I sei progetti realizzati nel biennio ottobre 2021- ottobre 2023 hanno riguardato: monitoraggi-audit sull'organizzazione aziendale della sicurezza; sensibilizzazione dei neoimprenditori; inserimento di aspetti di salute e sicurezza nei programmi scolastici; prevenzione delle cadute dall'alto; programmazione di modalità per attuare break formativi sul campo in azienda; sicurezza nelle fasi di movimentazione dei materiali.

I risultati ottenuti hanno spinto a continuare su questo percorso: le parti Sociali hanno chiesto di poter continuare il cammino intrapreso, una nuova "ripartenza" con la firma del nuovo Protocollo d'Intesa per il biennio ottobre 2023- ottobre 2025, in occasione della Settimana europea per la sicurezza e la salute sul lavoro. La cerimonia della firma del testo dell'Accordo da parte dei rappresentanti di tutte le Organizzazioni, alla presenza del Prefetto di Bergamo Giuseppe Forlenza, è stata seguita dalla comunicazione definitiva della composizione degli 8 gruppi di lavoro che daranno l'avvio ufficiale all'attivazione dei nuovi progetti.

La tutela della salute e sicurezza sul lavoro rappresenta uno dei temi fondamentali della mission dell'ATS di Bergamo, impegnata storicamente attraverso il Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria nella continua attività di vigilanza ed ispezione negli ambienti di lavoro del territorio. Il mandato operativo del coordinamento generale del Protocollo è affidato

per ATS Bergamo al Direttore SC Prevenzione e Sicurezza negli Ambienti di lavoro Giuseppina Zottola e a Sergio Piazzolla, Dirigente Medico della stessa Struttura Complessa.

È importante – sottolinea Massimo Giupponi, Direttore Generale dell'Agenda di Tutela della Salute di Bergamo – contrastare il fenomeno infortunistico e delle malattie professionali anche attraverso la diffusione della cultura della Salute e della Sicurezza sul lavoro, che è per tutti noi una priorità e un valore. Per questo obiettivo la strategia che ATS Bergamo persegue è quella della collaborazione, condivisione ed integrazione tra le forze in campo che si occupano di lavoro e di sicurezza, in stretto raccordo tra Enti Istituzionali e Parti Sociali aderenti al Protocollo. Questa modalità operativa, già sperimentata nei due bienni precedenti, ha prodotto utili strumenti operativi messi a disposizione delle aziende, creando anche un clima collaborativo tra i rappresentanti delle Organizzazioni". Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo, e firmatario dell'intesa, ha sottolineato l'importanza della prevenzione a tutela della salute di tutti: "Per nostra fortuna le aziende del commercio, turismo e servizi e i loro dipendenti sono più al riparo di altri comparti da incidenti gravi, ma l'attenzione non è mai abbastanza alta quando si parla di sicurezza. Un tema che ci sta particolarmente a cuore e che ci vede impegnati da anni nel supporto alle imprese con attività di consulenza e formazione dedicata, per rispondere a tutte le esigenze specifiche delle imprese dei settori rappresentati. Diffondere cultura e sensibilità rispetto a un tema fondamentale come la sicurezza rappresenta il primo passo per la messa in atto di tutte le buone prassi evidenziate".

Campionaria, torna la fiera dal 28 ottobre al 1° novembre

Ascom e Enti Bilaterali promuovono un ricco calendario di incontri e corsi (padiglione B) Conto alla rovescia per la 44esima edizione della Campionaria, la fiera multisettoriale di Promoberg che mette in vetrina il più alto numero di settori merceologici rappresentati. Da sabato 28 ottobre a mercoledì 1° novembre 2023 (festa di Ognissanti), al centro espositivo e congressuale di via Lunga torna infatti la 'Fiera delle Fiere' di Promoberg (www.bergamofiera.it), tagliando così il traguardo delle 44 edizioni, nelle quali ha rappresentato al meglio la filiera del commercio e dei servizi, così come il costume e la storia del territorio non solo orobico. La manifestazione più storica e completa del portfolio della società che da sempre gestisce la Fiera di Bergamo (inaugurata esattamente vent'anni fa, era il 25 ottobre, proprio in occasione della Campionaria 2003), grazie alla capacità di proporre una quarantina di settori merceologici, agevola le imprese e le famiglie (ancora alle prese con la crisi economica), confermando l'ingresso gratuito per l'intera durata della manifestazione. Rafforzato ulteriormente il format, che abbina alla ricca proposta espositiva un altrettanto corposo calendario di eventi collaterali. Come da tradizione, sui 16mila metri quadrati al coperto del centro espositivo di via Lunga dedicati all'evento si troverà di tutto, grazie alla partecipazione di circa duecento imprese (metà delle quali bergamasche) provenienti da 14 regioni italiane (la più rappresentata è la Lombardia, con dieci province, per un totale di 135 espositori) e tre paesi stranieri (Croazia, Pakistan ed Ecuador), per una quarantina di settori merceologici rappresentati. Tra i macro-temi proposti dalla Campionaria, citiamo, nel padiglione A, l'ampia area dedicata ai servizi, i comparti dell'edilizia, mobilità, automotive e nuove tecnologie (per una Campionaria green e

sempre più all'insegna della sostenibilità); nel padiglione B, invece, spazio ad arredo e ai suoi complementi, enogastronomia, abbigliamento, beauty. Tra le novità di quest'anno Pet shop e Dog Camp, due nuove aree (in interno ed esterno del padiglione B) con Monge nel ruolo di partner tecnico, dedicate agli amici a quattro zampe, in linea con la capacità dell'evento di sapersi rinnovare di anno in anno, dando spazio alle nuove richieste del pubblico e anticipando spesso dei nuovi trend del mercato. L'area Dog Camp sarà teatro di numerose dimostrazioni gestite dall'associazione cinofila Zero Impact Dog di Nicola Carrara, in campo con demo legate alla Pet Therapy. Disc dog e Agility. Nella stessa area, saranno attive anche le forze dell'ordine (Carabinieri, Polizia di Stato, Polizia Locale, Vigili del Fuoco, Guardia di Finanza e AEU) che vedranno protagonisti i cani utilizzati nei servizi di prevenzione, quali antidroga, ricerca sotto le macerie, antiesplosivo, ecc. "C'è sempre un'emozione particolare nel parlare della Campionaria – osserva Luciano Patelli, presidente di Promoberg-, perché è la nostra fiera più longeva e alla quale tutti i bergamaschi sono molto legati. Un legame che la unisce anche alla Fiera di Bergamo, perché è stata proprio la Campionaria, ad inaugurare esattamente vent'anni fa la nuova struttura in via Lunga, che gestiamo da sempre con tanto amore e competenza. Mi sono riguardato con interesse e curiosità le foto di allora, e poi sono andato a recuperare anche quelle scattate durante la prima edizione nel 1979 sul piazzale della Celadina. Tra i tantissimi cambiamenti, alcune cose sono rimaste inalterate e migliorate, come la passione che noi bergamaschi mettiamo in tutte le cose che facciamo e la voglia di crescere e di innovare, di fare bene e di rappresentare al meglio un territorio e la sua gente, che sono un'eccellenza nel panorama nazionale e mondiale. Ringrazio le imprese, i partner e tutte le realtà che a vario titolo hanno creduto nel nostro progetto. Mi piace evidenziare la partecipazione degli Enti Bilaterali Territoriali del Terziario e del Turismo che insieme ad Ascom Confcommercio Bergamo promuovono una serie di

incontri sul palco Eventi per parlare di lavoro, professionalità, economia, turismo e commercio: una presenza che abbiamo fortemente voluto, per metter al centro temi di stretta attualità e di grande interesse. Con piacere ed orgoglio 'lancio' quindi l'edizione numero 44 e tutte le cose belle che la Campionaria porta con sé, certo che rappresenti al meglio, oggi più di allora, le caratteristiche imprenditoriali e umane che contraddistinguono Bergamo in Italia e nel mondo". "La Campionaria di Bergamo – evidenzia Davide Lenarduzzi, Amministratore delegato di Promoberg -, rappresenta una vetrina d'eccellenza di prodotti e servizi lunga più di tre chilometri: a tanto corrisponde il percorso complessivo che il pubblico è invitato a fare nelle corsie. Quest'anno torna con numeri in crescita, con oltre duecento imprese provenienti da 14 regioni italiane e tre paesi stranieri. In ogni edizione ci chiediamo in cosa possiamo migliorare la Campionaria, che deve essere al servizio del territorio. Abbiamo ulteriormente migliorato il format, già molto apprezzato dalle imprese, che hanno risposto con entusiasmo; sono certo che anche il pubblico avrà molti motivi per essere soddisfatto di questa nuova tappa. I momenti formativi firmati Enti Bilaterali Territoriali e Ascom, consentiranno di declinare in un modo più semplice e attrattivo delle tematiche non sempre facilmente comprensibili ai più. La nuova area Pet shop e Dog Camp permetterà di conoscere meglio i nostri amici a quattro zampe, che oltre a farci compagnia, sono straordinari nel salvare vite umane in pericolo. Cito poi l'imperdibile mostra di 'Mattoncini a Bergamo', che quest'anno punta ad un Guinness World Record; Fieramente Birra, con i microbirrifici artigianali, che ha proprio in Bergamo una tra le province più attive nel panorama nazionale delle birre artigianali; la collettiva 'Io Compro Siciliano', dedicata ad una selezione di prodotti d'eccellenza dalla Sicilia; Bergomix, con i suoi favolosi ospiti dal mondo della Nona Arte; l'Associazione Arma Aeronautica di Bergamo, con una presenza ancora più ampia rispetto allo scorso anno. Infine, le dirette di Radio Aut di Spazio autismo, per

promuovere e rendere viva l'inclusività. Insomma, anche quest'anno alla Campionaria ce n'è per tutti i gusti e tutte le età".

Gli eventi Ascom Confcommercio Bergamo ed Enti Bilaterali

Tra i tanti appuntamenti collaterali studiati per coinvolgere a 360 gradi il pubblico, formato tradizionalmente soprattutto dalle famiglie, quest'anno si aggiungono in particolare i numerosi incontri promossi sul grande palco Eventi della Campionaria dagli Enti Bilaterali Territoriali del Terziario e del Turismo e Ascom Confcommercio Bergamo per parlare di lavoro, professionalità, economia, turismo e commercio. Alessandro Locatelli, Presidente Ente del Terziario, ha espresso tutta la sua soddisfazione "nel partecipare ad un evento così amato e partecipato come la Campionaria, che ci consente di presentare anche al grande pubblico le tante attività messe in campo dagli Enti Bilaterali Territoriali del Terziario e del Turismo, con focus specifici sui temi più caldi del momento. I nostri enti sono molto importanti nell'attività sindacale perché, in un contesto di settori molto frammentati in cui il confronto non è semplice, la bilateralità consente quel dialogo necessario per trovare le soluzioni più adeguate in tema in particolare di contratti e servizi aggiuntivi ai lavoratori ed imprese. Ci auguriamo che la Campionaria segni l'inizio di una collaborazione lunga e fruttuosa con Promoberg". Il palco (allestito nel Padiglione B) vuole essere un luogo di incontro e confronto con la cittadinanza. Nello stand degli Enti sarà inoltre possibile a tutti inserire il proprio curriculum vitae sul sito Eblink degli Enti, portale gratuito messo a disposizione di aziende e lavoratori per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Sempre in casa Ascom, catturerà come sempre l'attenzione del pubblico il concorso di porzionatura e pesatura del formaggio e di disosso e taglio al coltello del prosciutto crudo organizzato dal gruppo Gastronomi e Salumieri

di ASCOM – Confcommercio Bergamo. Ecco il [programma completo](#)

Lego e mattoncini, Fieramente Birra, Bergomix e Io compro siciliano

Dopo i grandi successi delle scorse edizioni, la Campionaria ripropone 'Mattoncini a Bergamo', l'imperdibile mostra di opere uniche realizzate con i mitici mattoncini firmati LEGO®. Quest'anno si punta in particolare ad un Guinness World Record, con "Il mosaico lenticolare LEGO® più grande" sul tema di Bergamo Brescia Capitale italiana della Cultura. La principale attrazione di quest'anno sarà composta da un incredibile numero di 811.008 mattoncini LEGO® di 25 colori diversi, che si estende per poco di 3 metri d'altezza e 16 metri di lunghezza. Ma i numeri impressionanti vanno oltre: al termine della sua realizzazione saranno impiegate 3.168 basi e oltre 15.300 pin di collegamento LEGO® Technic con un peso complessivo di circa 400kg, mentre il lavoro complessivo è stato portato avanti per oltre 5mila ore.

Torna anche Fieramente Birra, evento dedicato ai microbirrifici artigianali, che ha proprio in Bergamo una tra le province più attive nel panorama nazionale delle birre artigianali. Tra una birra e l'altra ci si potrà deliziare anche al punto ristoro dedicato ai gustosi tortellini di Valeggio sul Mincio e al ristorante con le specialità altoatesine, a cui si sommano i tanti stand e spazi dedicati al food e beverage, con la possibilità di degustare ed acquistare moltissimi prodotti tipici dell'enogastronomia italiana.

Quest'anno la Campionaria vedrà una partecipazione organizzata della Sicilia. Con un'area collettiva voluta da Io Compro Siciliano, in collaborazione con Promoberg. Come spiega il presidente di 'Io Compro Siciliano', Davide Morici, stiamo parlando del brand che rappresenta il Made in Sicily. Questa prima partecipazione alla Campionaria di Bergamo, con una selezione di prodotti di assoluta eccellenza dalla Sicilia,

intende avviare un percorso di cooperazione stabile con Promoberg al fine di favorire scambi in cooperazione e collaborazione tra Sicilia e Lombardia.

La galleria centrale della Fiera ospita in uno stand firmato Bergomix, con i suoi favolosi ospiti dal mondo della Nona Arte; un'occasione imperdibile certamente per i fans dei fumetti, ma soprattutto per chi ancora non conosce alcuni dei più importanti artisti locali e nazionali di questo media, per farsi raccontare tutti i segreti del mestiere, scattarsi un selfie e vederli all'opera nel realizzare disegni dal vivo. (Per il calendario degli appuntamenti presso lo stand di Bergomix, vedasi documento allegato). Dopo il grande successo ottenuto lo scorso anno, torna l'Associazione Arma Aeronautica di Bergamo, con una presenza ancora più importante per celebrare al meglio il centenario di fondazione dell'Arma. Nell'ampio stand (pad. B) ben quattro simulatori aerei, un viaggio virtuale nella Stazione spaziale internazionale (ISS, International Space Station), un simulatore della Torre di controllo e molto altro ancora. Anche per la Campionaria saranno alla consolle gli speaker di Radio Aut, sintesi delle radio web UPT Pod (www.uptpod.com) e Indie Life Radio (www.indieliferadio.it) per l'inclusione sociale promossa da Spazio Autismo Bergamo presieduto dall'inesauribile Tino Manzoni.

Terziario e sostenibilità, cresce la sensibilità sui temi Esg

La crisi energetica ha accelerato la svolta green : il 66% delle imprese ha investito in efficientamento Crescono interesse e sensibilità tra le imprese del terziario rispetto ai temi Esg (Environmental, Social, Governance), centrali nell'agenda Onu 2030. È quanto emerge dalla terza analisi sulla sostenibilità lanciata da Confcommercio Lombardia nel secondo semestre 2023, in collaborazione con Fondazione Lombardia per l'Ambiente, nell'ambito di un gruppo di lavoro con accademici ed esperti del mondo delle imprese e delle tematiche green. L'“Osservatorio sostenibilità nel terziario” è stato presentato durante l'evento in Confcommercio Lombardia “Terziario e sostenibilità: parametri ESG per crescere e competere”. “Il tema dei fattori Esg è strategico e anche critico per tutti i settori produttivi. Da una parte è già attuale nelle scelte dei consumatori e nella valutazione del merito del credito degli istituti bancari e lo sarà sempre di più- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. La ricerca evidenzia che sebbene la sensibilità delle imprese del terziario bergamasco sia migliorata, c'è ancora molto da fare per far comprendere l'urgenza del cambiamento. Un'accelerazione è comunque in atto, spinta dai rincari energetici, che ha visto la maggior parte delle imprese mettere in campo investimenti su questo fronte. Questo non basta però: nei prossimi anni sarà compito della nostra Associazione mettere in agenda come prioritario questo tema”. In questa direzione, dal questionario emerge l'importanza delle organizzazioni di rappresentanza, in particolare nel sollecitare incentivi economici (richieste dal 56% delle imprese), linee di credito dedicate e avviare percorsi formativi (27%).

I dati bergamaschi

Al questionario ha risposto un campione rappresentativo di imprese del commercio (51%), turismo (17%), ristorazione (17%) e servizi e professioni (15%) di Bergamo e provincia. Il 59% delle imprese ha una donna tra i soci e titolari. Dalla ricerca emerge che solo il 27% delle imprese non è a conoscenza delle tematiche Esg. Il 70% le conosce ma non in dettaglio, mentre il 3% ha approfondito già il tema. L'interesse si conferma alto per tutti: il 73% ha espresso la propria disponibilità ad approfondire con webinar ed eventi le tematiche, mentre il 27% è disponibile a corsi e formazione sui criteri Esg. Per le pmi del terziario la figura del sustainability manager è appannaggio di una minoranza di imprese: solo il 2% degli intervistati dichiara di avere una figura specializzata in azienda. Negli ultimi 12 mesi il 66% delle imprese ha però investito nell'ammodernamento o sostituzione di attrezzature per l'efficientamento energetico. Il 12% delle pmi del terziario ha avviato collaborazioni con altre imprese con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale. In particolare nei servizi congiunti (80%), nella logistica condivisa (20%) oltre che nei fornitori locali (20%). Il 37% delle imprese usa anche criteri di sostenibilità per la scelta dei fornitori e degli input, contribuendo a creare una filiera Esg virtuosa. Il 5% delle imprese ha già effettuato un check-up della propria impresa sull'impatto ambientale e sui possibili miglioramenti in tema di sostenibilità. Solo il 29% ha espresso il suo interesse ad effettuare uno studio approfondito per mettere alla prova la propria impresa. Il 48% delle imprese non ha ancora modificato la propria offerta di prodotti e servizi in direzione della sostenibilità. Il 38% ha invece apportato diverse modifiche all'offerta di prodotti e servizi, anche in risposta alla crescente attenzione pubblica e dei clienti ai temi. Il 12% ha pianificato un aggiornamento dell'offerta con opzioni più sostenibili da attuare entro il 2024.

Il dato lombardo

Il 64% delle imprese del terziario lombarde è a conoscenza dei parametri ESG, anche se solo il 12% in modo approfondito, oltre la metà ha effettuato interventi di efficientamento energetico negli ultimi 12 mesi e più di una su quattro utilizza criteri di sostenibilità per la scelta dei fornitori, con in testa prossimità geografica e logistica a basso impatto. Emerge chiaro come le imprese siano consapevoli che investimenti in sostenibilità abbiano ricadute positive sul loro business: per migliorare la reputazione aziendale e aumentare l'attrattività, oltre che per fronteggiare – si pensi all'efficientamento energetico – eventi avversi. Così consapevoli, che il 45% delle attività ha apportato modifiche all'offerta di prodotti e servizi o ha pianificato un suo aggiornamento. Questo dato incoraggiante si scontra però con il numero di imprese – il 26% – che hanno adottato una strategia formale di sostenibilità. Se il 30% non ritiene prioritario il tema, il 60% è invece frenato dalla carenza di risorse economiche e di personale formato e dall'inadeguatezza di strumenti e procedure. Per incrementare il processo per la sostenibilità le imprese chiedono alle istituzioni soprattutto investimenti a fondo perduto (36%), formazione (27%) e liquidità attraverso finanziamenti agevolati (20%).