

Role playing, così l'azienda fa decollare la formazione

Il role playing è un efficace strumento di formazione aziendale che rappresenta una reale risorsa per il miglioramento delle performance a 360 gradi; basato sulla simulazione di una situazione specifica o di un evento, presuppone il coinvolgimento di un gruppo di persone, che sono chiamate ad immedesimarsi e a vestire "un ruolo" e ad ipotizzare soluzioni...

Alzano, nuovo sprint per le Botteghe. Arrivano quattro notti bianche

Da maggio a settembre un appuntamento al mese. Filo conduttore una gara musicale per artisti emergenti, nelle vie e nelle piazze non solo nel capoluogo ma anche di Alzano Sopra e Nese, collegati da una navetta. La presidente: «Hanno aderito più di 50 attività, un segnale importante di svolta»

«All'ex Upim per dare una

svolta alle nostre attività»

A Treviglio, parlano i primi commercianti che hanno deciso di insediarsi nel complesso in pieno centro storico. Il bar: «Puntiamo su un luogo di forte aggregazione». La gelateria: «Così potenziaremo l'offerta». I gioiellieri: «Qui garantita una maggiore visibilità»

Imprenditori lungimiranti e aziende storiche, cinque i premi

L'Ascom assegnerà un riconoscimento a tre personalità benemerite per la fedeltà associativa e il contributo allo sviluppo economico e alle due "Storiche attività" di recente entrate nell'elenco regionale

BENEMERITI

Betti e C. srl di Cividate al Piano / Andrea Betti

Vino e bevande, «capaci di seguire l'evoluzione dei consumi»

La storia che sta dietro alla bottiglia con il papillon giallo, celebre marchio bergamasco di distribuzione di bevande, inizia alla fine degli anni Venti con l'apertura del primo impianto a Cividate da parte dei fondatori e gassosai Giovanna Bellometti e Battista Betti. La trasformazione in una moderna azienda di importazione e distribuzione di bevande si deve ad Andrea Betti, tra i primi soci Ascom con l'iscrizione nel 1950, che entra giovanissimo in azienda nel secondo dopoguerra. Alla produzione di gassosa, spume e bitter Andrea

Betti affianca infatti la vendita di acque minerali e di birra finché nel 1986 l'attività di distribuzione soppianta la produzione, anche a seguito del dominio dei colossi di bevande mondiali. Andrea Betti, ancora oggi a 86 anni un punto di riferimento per tutti in azienda, ha costruito a suon di consegne effettuate da ragazzino ancora con il carretto, una rete di distribuzione che i figli Giuseppe, Gian Battista e Stefano hanno consolidato concentrandosi sugli aspetti organizzativi, sulla componente dei servizi per il canale Horeca oltre che su marketing e logistica per competere con le realtà distributive multinazionali. L'azienda è sempre stata in grado di anticipare e stare al passo con le grandi evoluzioni dei consumi e dei pubblici esercizi, cogliendo la tendenza dell'acquisto da parte delle famiglie delle prime bottiglie di acqua minerale, istruendo i baristi nella spillatura di birre alla spina con l'importazione in esclusiva di marchi tedeschi negli anni Ottanta, valorizzando i vini del territorio e le migliori etichette dopo lo choc della vicenda metanolo. Oggi l'impresa, tra le prime ad ottenere il marchio di certificazione di qualità Iso 9001:2008, importa e distribuisce birre tedesche, inglesi, belghe, giamaicane e statunitensi ed ha a catalogo i migliori vini italiani e francesi, grandi distillati e una lunga lista di bevande ed acque minerali.

Dif Spa di Azzano San Paolo / Ugo Corno

Passi da gigante nella distribuzione della stampa

Da più di 20mila notti la Dif, associata Ascom sin dalla sua fondazione, distribuisce giornali in 650 punti vendita ed edicole lombarde. L'azienda nasce nel 1957, quando grazie alla fiducia di un importante editore di quotidiani, a Ugo Corno viene affidata la distribuzione del giornale in tutto il territorio bergamasco, cento punti vendita tra città e provincia. La Dif muove così i primi passi nella distribuzione fino a diventare una moderna azienda di servizi che alla storica attività affianca anche la rivendita e il

merchandising. Dalla fine degli anni Ottanta il fondatore può contare sul prezioso aiuto del figlio Giorgio, attualmente vicepresidente della società. Il primo impulso alla modernizzazione aziendale avviene nel 1992 con l'integrazione della logistica che prima era affidata ad esterni, ma la vera svolta si ha con l'apertura al mondo del retail con l'inaugurazione nel 1998 del primo punto vendita ad Orio al Serio in aeroporto. Gli anni Novanta si chiudono con l'acquisizione della distribuzione della provincia di Sondrio, mentre il nuovo millennio si apre con l'inaugurazione dei punti vendita all'aeroporto Catullo di Verona e D'Annunzio di Montichiari oltre alla gestione degli spazi di vendita di giornali e riviste all'interno di punti vendita a libero servizio presso ipermercati e centri commerciali. Nel 2009 Dif diventa distributore unico per Bergamo e Sondrio e parte della provincia di Lecco e nel 2013 si dota di un nuovo e moderno sorter industriale per migliorare ulteriormente lo smistamento dei giornali. L'azienda ha inoltre progettato negli ultimi anni un sistema di promozione e merchandising a sostegno dei marchi editoriali e dello sviluppo delle vendite attraverso azioni commerciali, comunicazione non convenzionale, affissioni elettroniche e il presidio di hostess e degli intramontabili strilloni attraverso iniziative speciali.

Garletti Snc di Bergamo / Giovanni Garletti

Pionieri nell'import di frutta esotica

Negli anni Venti il Cavalier Felice Gandolini iniziò ad importare in Italia la frutta esotica dalle Colonie d'Africa, spinto da un naturale spirito d'avventura. Dopo un'esperienza a Imperia e poi a Genova, nel 1927 avviò all'Ortomercato di Bergamo, allora con sede in via Baschenis, la prima impresa del territorio specializzata nella commercializzazione di banane. Il genero Giovanni Garletti affianca il fondatore dal 1962 e subentra nella gestione nel 1970. Garletti allarga la rete di fornitori, intessendo relazioni commerciali con i produttori in tutta Italia – dalla Sicilia per gli agrumi alla

Romagna per le pere fino all'Alto Adige per le mele – oltre a importare direttamente frutta dall'“altro mondo”. In questi anni, con la soppressione nel 1965 dell'Azienda Monopolio Banane, Garletti crea con altri imprenditori una rete per l'acquisto di banane e altra frutta esotica dal Centro America, oltre che da Somalia, Eritrea e Costa d'Avorio, per assicurarsi un posto in un mercato dominato dalle multinazionali. Negli anni Novanta i figli Luca e Carlo entrano in azienda e danno, a fianco del padre, ulteriore impulso all'impresa che si conquista spazio anche sugli scaffali della grande distribuzione. Oggi l'azienda, che trova sempre in Giovanni Garletti un punto di riferimento imprescindibile, si è fatta in due: la Mc Garlet, gestita da Luca, dal 2007 è specializzata nella frutta esotica e nell'alimentazione etnica, mentre la Garletti rinnova con Carlo la tradizione dei migliori frutti della terra selezionati da una rete di eccellenti produttori. La clientela spazia dalla Lombardia all'estremo oriente per la frutta esotica. Le banane restano il prodotto più richiesto in tutta Italia, oggi portato a maturazione in celle speciali che sfruttano i raggi del sole attraverso pannelli fotovoltaici nel magazzino recentemente ristrutturato di Seriate.

STORICHE ATTIVITA'

Albergo ristorante Alpino / Passo della Presolana

Dal 1925 l'ospitalità è una dote di famiglia

A quota 1.300 metri al Passo della Presolana, la struttura che ospita dal 1925 l'Hotel e Ristorante Alpino risale al 1840. Costruita dagli austriaci e utilizzata come caserma, divenne in seguito stazione di posta e punto di ristoro per le diligence che percorrevano la strada tra Clusone e Schilpario e poi ancora locanda e infine albergo. Dal 1925 la gestione è sempre stata portata avanti dalla famiglia Vecchio. Il fondatore fu nonno Camillo, originario di Albuzzano in provincia di Pavia, che dopo essersi fatto le ossa come maitre a Manchester e a Londra (e dopo la batosta di un investimento

in rubli finito in fumo a causa della rivoluzione russa) ricominciò da zero in patria. Da Sanremo, salì man mano di quota, passando a gestire l'albergo Sant'Antonio a Lovere, paese della moglie, e approdando infine al Passo della Presolana. Il testimone passò al figlio Aldo, scomparso nel 1981, e da lui a quattro dei sei figli, Cristina, Daniele, Elena e Stefania, ancora oggi supportati dall'attivissima mamma Germana, 82 anni, milanese che in vacanza a Bratto ha conosciuto il marito e non ha più lasciato l'alta valle. Nel tempo la struttura ha subito diverse trasformazioni, si possono però ancora apprezzare le vetrate ad arco, gli archi interni e il soffitto in travi di larice ben valorizzato dall'ultima ristrutturazione. L'albergo ha 18 camere, un ristorante, "La Vecchia cantoniera", un bar e una tabaccheria, anch'essa storica, visto che la licenza è del 1947. Il successo dell'Alpino sta nella famiglia e nella sua tradizione oltre che nell'integrazione tra le attività. Il ristorante, con Elena ai fornelli, propone la cucina di montagna tipica, piatti semplici e genuini, come casoncelli, polenta, funghi e selvaggina, ma anche il bar regala sempre golose sorprese: è infatti rinomato per le merende a base di torte, secondo le ricette di mamma Germana.

Calzature Mager / Sant'Omobono

Da tre generazioni "ai piedi" della Valle Imagna

Da una vita il negozio di Calzature Mager è "ai piedi" della Valle Imagna. La bottega fu inaugurata a Sant'Omobono Terme nel 1953 da Amelia Micheletti, che ancora oggi, a 85 anni, distribuisce i suoi preziosi consigli agli affezionati clienti. A darle man forte ci sono la figlia Luigina Mager e, dal 2000, il nipote Giordano Facchinetti. Tre generazioni che fianco a fianco hanno saputo tenere il passo e rispondere alle mutate esigenze della clientela, soffiando con orgoglio insieme sulle 60 candeline nell'anniversario che ha portato anche il prestigioso riconoscimento di Storica attività da parte della Regione. Il negozio è stato il primo specializzato

in calzature del paese, un punto di riferimento per gli abitanti ma anche per i primi villeggianti e oggi i sempre crescenti turisti internazionali. Nato come piccola bottega, è cresciuto fino a trasferirsi dall'altro lato della strada nella sede attuale e per fare spazio a nuove idee e nuovi modelli, in piena crisi economica, nel 2008 ha fatto un altro salto di qualità, ampliando la superficie di vendita da 35 a 100 metri quadri. Il rinnovo del locale ha modernizzato l'esposizione ma anche lo stile della vendita e ha permesso di inserire marchi prestigiosi, sempre più ricercati da una clientela esigente. L'offerta spazia dalle scarpe per i bimbi all'offerta uomo e donna oltre ad accontentare anche gli sportivi. Per contrastare la crisi oltre a marchi di prestigio è stato introdotto il servizio di riparazione, in collaborazione con un calzolaio. Il negozio sta ora rafforzando la sua presenza sul web e il legame con la clientela attraverso la presenza sui social network.

Legge sul pane, scontro tra Ue e Lombardia

La Commissione contesta un vizio di forma alla nuova legge regionale. Sotto osservazione l'obbligo di indicare la provenienza del pane precotto o congelato. Capello (Aspan): «Noi ci mettiamo la faccia tutti i giorni, perché il consumatore non dovrebbe conoscere anche l'origine di questi prodotti?». In Assemblea l'analisi delle opportunità offerte dalla normativa

Decalogo della Coldiretti, «L'agricoltura torni al centro dell'attenzione»

«Ridare centralità al settore agricolo, valorizzando il suo legame con il territorio e la sua funzione sociale ed economica». È la richiesta del presidente della Coldiretti provinciale Alberto Brivio ai candidati delle varie formazioni politiche che tra poco meno di un mese si confronteranno nella sfida elettorale che porterà al rinnovo di buona parte delle amministrazioni dei comuni bergamaschi.

Il nodo più spinoso è senza dubbio quello del consumo indiscriminato di suolo che nel corso degli ultimi 10 anni ha sacrificato quasi il 25% della superficie agricola della provincia. «Serve un'urgente inversione di tendenza – sottolinea Brivio -. Troppo spesso negli strumenti urbanistici osserviamo che il suolo agricolo viene considerato solo come base di nuovi insediamenti produttivi o civili, senza considerare che esso è il principale fattore di produzione dell'attività agricola, è sinonimo di paesaggio e ambiente e per questo suo ruolo andrebbe tutelato e salvaguardato».

Per stimolare un dibattito sui temi fondamentali per il settore agricolo, la Coldiretti bergamasca ha stilato un decalogo con le priorità che chiede vengano inserite nei vari programmi elettorali e lo ha messo a disposizione di tutti i suoi 120 dirigenti territoriali affinché ne facciamo una bandiera nel corso dei vari incontri con i candidati, ma soprattutto affinché diventino indicazioni preziose per l'attività delle future amministrazioni comunali.

«Crediamo molto nell'importanza di puntare sul settore primario – afferma Brivio – ma in modo concreto e non solo quando si celebra l'Earth Day e ci si deve per forza ricordare del futuro del nostro pianeta e dell'ambiente. Non abbiamo bisogno di un'agricoltura “da salotto” ma di un'agricoltura

vera, che possa esprimere le sue potenzialità e contribuire a far crescere tutta la comunità, perché gli agricoltori non delocalizzano e il valore che producono rimane dove vivono e lavorano con risvolti positivi per tutta la collettività».

Oggi l'agricoltura si sta rivelando anche un ambito lavorativo di richiamo per i giovani che hanno riscoperto il valore della terra e del lavoro in campagna. «Se sapremo assecondare questo ritorno – conclude il presidente – creeremo nuove speranze e un nuovo futuro per le giovani generazioni. Come Coldiretti crediamo molto in questa opportunità per questo abbiamo messo in campo il nostro progetto per una filiera agricola italiana e la valorizzazione del Made in Italy. Chiediamo alle istituzioni locali di sostenerci e di favorire la diffusione di un modello di sviluppo con al centro il nostro agroalimentare, la salvaguardia del territorio e del cibo».

Fino al 30 giugno / Le ricette bergamasche regalano premi

Fino al 30 giugno gli appassionati di cucina possono partecipare al concorso della Camera di commercio con piatti che esaltino i sapori del territorio. Le proposte raccolte in un blog. In palio cesti di specialità e cene al ristorante

I prodotti e le ricette della tradizione bergamasca regalano premi. La Camera di commercio ha infatti lanciato il concorso "Bergamo Mille ricette", dedicato agli appassionati dei fornelli che vorranno condividere i loro piatti legati alle tipicità della nostra cucina. L'iniziativa si snoda attraverso gli strumenti della comunicazione social, le ricette vengono

infatti pubblicate in un blog sul portale Giallozafferano (<http://blog.giallozafferano.it/bergamomillesapori/>), su Facebook e Youtube e la selezione dei finalisti avverrà con una votazione via Internet. Nel percorso di promozione e valorizzazione dell'enogastronomia del territorio, dopo produttori e ristoratori, l'ente camerale coinvolge ora la community dei food lover (di tutta Italia, che abbiano compiuto i 18 anni di età al momento della registrazione), chiamati a mettere in campo ricette di famiglia o proprie creazioni che esaltano i sapori nostrani.

Due le categorie previste: "fotoricette e ricette", ossia ricette descritte tramite la lista degli ingredienti e la spiegazione dettagliata della preparazione, accompagnate eventualmente da immagini della lavorazione e del prodotto finito; e "videoricette", descritte tramite la lista degli ingredienti e la spiegazione scritta della preparazione, accompagnate da un filmato che illustra il procedimento con eventuale commento sonoro.

Tutte le ricette dovranno rifarsi alla tipicità della cucina bergamasca e prevedere almeno un ingrediente scelto tra i prodotti tipici a marchio "Bergamo, città dei Mille... sapori" il cui elenco è pubblicato sul sito della Camera di commercio (www.bg.camcom.gov.it/millesapori/it/). Ogni ricetta può essere proposta solo per una categoria di concorso.

Le ricette vanno inviate entro il 30 giugno 2014, tramite posta elettronica, all'indirizzo: brevetti@bg.camcom.it, unitamente alla scheda di partecipazione, compilata e firmata (info Ufficio marchi e brevetti tel. 035 4225333)

Le ricette saranno pubblicate sul blog in ordine di ricezione. La fase di votazione on line andrà dal primo luglio al 31 ottobre 2014. Le dieci proposte più votate per ogni categoria saranno esaminate entro il 30 novembre 2014 da un'apposita giuria, che formerà una graduatoria e proclamerà i vincitori di entrambe le categorie. In palio per la sezione "fotoricette e ricette" cinque cesti di prodotti dei Mille sapori del valore commerciale di 157 euro. Per la categoria videoricette sono invece a disposizione buoni per menù o piatti della

tradizione in alcuni ristoranti dei Mille sapori (www.bg.camcom.gov.it/ristorantideimillesapori/it/) del valore commerciale di 302 euro.

Il regolamento è disponibile sul sito camerale www.bg.camcom.gov.it/millericette.

Anche chi non è a proprio agio tra i fornelli potrà comunque trovare nel nuovo blog dei mille...sapori un utile strumento di informazione e aggiornamento. Lo spazio on line si occuperà infatti delle tradizioni gastronomiche e del valore dell'ospitalità bergamasca declinati a seconda delle stagioni, delle caratteristiche e della storia dei prodotti gastronomici, dai formaggi ai dolci, dai salumi alla polenta, capaci di soddisfare ogni palato. A disposizione dei buongustai anche una newsletter dedicata e un profilo Facebook.

L'offerta turistica a Bergamo, "Explora" incontra gli operatori

Mercoledì 7 maggio, dalle 16, all'ex Borsa Merci di Bergamo, si terrà un incontro organizzato dalla Camera di Commercio in collaborazione con "Explora", società costituita tra Regione Lombardia e la Camera di Commercio di Milano, in coordinamento con le realtà istituzionali associative locali, per Expo Milano 2015.

è la seconda edizione dell'incontro già tenuto il 6 febbraio scorso.

In questo secondo appuntamento Explora presenterà gli strumenti ideati per valorizzare e commercializzare l'offerta turistica del territorio lombardo in vista dell'Esposizione

universale.

Explora ha compilato un manuale di vendita del territorio lombardo, da utilizzare in occasione di importanti appuntamenti internazionali, per la commercializzazione del prodotto turistico regionale.

Accanto a questa iniziativa, Explora propone i “Club di prodotto” a cui possono aderire, dietro pagamento di una contenuta quota, gli operatori in possesso dei requisiti che vogliono incrementare la propria visibilità e aumentare quindi il proprio vantaggio competitivo.

Sulla base dei prodotti turistici individuati nella regione Lombardia, sono stati selezionati diversi Club di prodotto destinati ad altrettanti mercati di riferimento.

L'incontro è rivolto a: agriturismi in zone rurali e aziende agricole che offrono la possibilità di effettuare visite, percorsi di scoperta, degustazioni; cantine vinicole che offrono la possibilità di effettuare visite guidate e degustazioni di prodotti propri; centri benessere di qualità e centri termali; fattorie didattiche; golf club aperti al pubblico; guide alpine; operatori turistici; produttori di prodotti tipici che offrono la possibilità di effettuare visite guidate e degustazioni di prodotti propri; strutture alberghiere ed extra-alberghiere.

Per partecipare all'incontro è necessario iscriversi compilando il modulo online sul sito della Camera di Commercio. Info 035 4225-270/223/213.

Negozi di vicinato tra crisi e innovazione, confronto in

Università con i Giovani

Ascom

Il Gruppo Giovani dell'Ascom riporta in ambito accademico il confronto sul futuro del piccolo commercio. Per il secondo anno gli imprenditori under 40 partecipano con un proprio appuntamento ad Unibergamorete, il ricco calendario di eventi culturali che l'ateneo cittadino offre al territorio. L'iniziativa è in programma nella giornata di chiusura della rassegna, mercoledì 7 maggio alle ore 15, nell'aula 4 della sede di via Moroni 255 dell'Università di Bergamo, ed ha per titolo "Il commercio tradizionale alla prova della crisi – Innovazione e diversificazione per la sostenibilità dei negozi di vicinato". Inserito tra le iniziative che indagano sul rapporto tra l'Università, la comunità e il lavoro, l'incontro analizzerà i problemi e le prospettive del commercio di prossimità, una realtà il cui valore sociale e culturale è universalmente riconosciuto, ma a cui il perdurare della crisi impone di individuare nuove idee, strade e modalità. Apriranno i lavori Piera Molinelli, prorettore delegato all'Orientamento universitario di Ateneo, e Paolo Malvestiti, presidente dell'Ascom e della Camera di commercio di Bergamo. "Poche luci e molte ombre del commercio che resiste alla crisi" sarà l'intervento con il quale il vicedirettore dell'Ascom Oscar Fusini illustrerà la situazione generale, controbilanciato dalla sua stessa chiusura nella quale saranno invece analizzati modelli di aggregazione e proposte di sostenibilità per il commercio. Il punto di vista dei giovani imprenditori sarà portato da Luca Bonicelli, presidente del Gruppo Giovani Ascom, che affronterà la ricerca di nuovi sbocchi da parte del commercio di vicinato tra tradizione e innovazione, e Andrea Suardelli, consigliere del Gruppo e del direttivo dell'Ascom, che illustrerà le esperienze dei panifici bergamaschi sui versanti della specializzazione e della diversificazione. Per informazioni ed iscrizioni i recapiti della segreteria del

convegno sono: tel. 035 4120304, fax 035 4120149,
info@ascombg.it

Imprese & Territorio ai candidati: «Ecco le priorità per le aziende»

Dalla lotta alla burocrazia al lavoro, dal rilancio della città al turismo: molti i temi affrontati nell'incontro con Franco Tentorio (Centrodestra), Giorgio Gori (Centrosinistra) e Marcello Zenoni (M5S)