

Pranzo di Pasqua al ristorante per oltre 6 milioni di italiani

Pasqua alta, alte le aspettative. Nonostante le incertezze metereologiche domenica 21 e lunedì 22 aprile saranno all'insegna del pranzo fuoricasa, secondo le stime della Fipe. Ben 6,3 milioni saranno infatti i clienti che consumeranno il pranzo di Pasqua nei ristoranti del Belpaese, per una spesa complessiva di 328,8 milioni di euro. "Stime in leggera flessione rispetto allo scorso anno, a causa delle previsioni meteo non favorevoli, ma che confermano, ancora una volta, quanto la ristorazione e la cultura del fuoricasa costituiscano una parte integrante dell'offerta turistica.

Particolarmente significativi – è il commento di Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe – anche i dati relativi alle aperture, a conferma del tessuto sano delle nostre imprese e di un comparto che ogni giorno opera con professionalità e passione, anche quando tutti gli altri festeggiano o sono in vacanza. Principi che testimoniano un'etica del dovere e del fare che rendono il nostro settore fondamentale per il futuro del Paese".

I dati Fipe per il giorno di Pasqua

Presenze e aperture

Per domenica 21 aprile i ristoranti in attività saranno il 90% del totale, in leggera flessione (1,5%) rispetto allo scorso anno a causa dell'incertezza delle condizioni meteo che ancora impediscono alla stagione di decollare. Previsioni che tuttavia potranno risultare pienamente attendibili solo a consuntivo. Per quanto riguarda le presenze sono previsti 6,3 milioni di clienti che consumeranno il pranzo pasquale nei ristoranti del Belpaese. La metà saranno turisti, per la

maggior parte di nazionalità italiana.

I menù e i piatti

A Pasqua i ristoranti proporranno soprattutto menù “a degustazione” (nel 63% del totale), perlopiù composti da sei portate ad un prezzo medio di 53 euro con bevande incluse, in leggero aumento rispetto allo scorso anno. Il 37% degli esercenti offrirà invece menù alla carta di tre portate ad un prezzo medio di 50 euro, bevande escluse. I ristoranti che propongono sia degustazione che à la carte confermano la preferenza dei clienti per la possibilità di comporre il pranzo a proprio piacimento. La spesa complessiva viene stimata in 328,8 milioni di euro. Ma cosa si mangerà prevalentemente sulle tavole pasquali? Nel 76,5% dei casi a farla da padrone sarà la tradizione, all’insegna dei piatti tipici del periodo come l’agnello. Per quanto riguarda i primi piatti non mancherà la pasta fresca, declinata principalmente nella variante delle tagliatelle e dei ravioli; venendo al dessert sarà un trionfo di dolci tipici come pastiere, colombe e cassate, mentre molti piatti avranno la fragola come grande protagonista in qualità di frutto di stagione. Un ristorante su quattro ha invece pensato a menù con rivisitazioni creative e reinterpretazioni della gastronomia locale. Particolare attenzione sarà riservata alle famiglie con bambini, con menù dedicati ai più piccoli nel 37,5% dei ristoranti. Cresce la sensibilità dei ristoratori anche nei confronti di chi ha esigenze alimentari specifiche, da chi soffre di intolleranze alle persone vegetariane o vegane: il 14,7% degli esercenti proporrà menù ad hoc per soddisfare richieste di questo tipo.

Parola d’ordine, sostenibilità: cresce la pratica della doggy bag, anzi, del rimpiattino

Saranno festività antispreco nei ristoranti del Belpaese: il 76% degli esercenti è infatti pronto a mettere a disposizione dei propri clienti un rimpiattino per consentire loro di portare a casa cibi e bevande non consumati sul posto. In ogni

caso in linea generale i ristoratori ritengono che almeno per il giorno di Pasqua lo spreco risulterà moderato.

I dati per Pasquetta

Presenze e aperture

Lunedì 22 aprile l'82,2% dei ristoranti sarà operativo, un dato leggermente inferiore rispetto al 2018 (-1,1%), tenendo conto della Pasqua molto alta che, meteo permettendo, potrebbe favorire le gite fuori porta. Per quanto riguarda le presenze sono attesi 4,7 milioni di clienti, in linea con i numeri dello scorso anno: per il 59,6% saranno turisti e per il 41% clienti "autoctoni".

I menù

A Pasquetta il 79% dei ristoranti proporrà menù à la carte, in generale composti da tre portate. I menù degustazione avranno invece un prezzo medio di 46,50 euro con bevande incluse. Per il giorno di Pasquetta si stima una spesa complessiva di 229,1 milioni di euro.

Le aperture per il 25 aprile e il 1 maggio

Per le festività del 25 aprile e del 1 maggio gli esercenti mostrano ottimismo, con un saldo positivo tra chi dice che saranno giornate migliori rispetto allo scorso anno e chi pensa che saranno peggiori. Particolarmente significativo il dato relativo alle aperture, con la quasi totalità dei ristoranti (il 98,2%) che sarà aperta.

Treviglio sempre più competitiva sul versante commerciale

I dati presentati dall'osservatorio economico della città di Treviglio confermano che imprese e negozi attivi hanno registrato un record di ben 2.741 unità, l'anno precedente erano 2.717, numeri che stanno a dimostrare la vitalità e l'operosità del settore produttivo della città di Treviglio.

Il settore commerciale ha avuto un forte aumento di superficie di vendita raggiungendo 61.261 mq contro i 59.383 nel 2017. Le medie strutture sono passate da 15.226 a 21.230 mq mentre i negozi di vicinato registrano una flessione in termini di superficie passando da 37.706 mq del 2017 a 33.500 mq.

In termini numerici l'osservatorio registra 535 attività tra esercizi di vicinato (499) medie strutture (35) e grandi strutture (1). In termini di offerta merceologica il 50,28% è riferito alla vendita di generi vari, il 18,69 % ad abbigliamento e il 19,81% a generi alimentari.

Le attività commerciali cittadine si concentrano per il 44% nel centro storico il 15,7% nella zona sud est e per il 13,8% nella zona nord ovest.

Inoltre gli esercizi della somministrazione sono 162 di cui 64 nel centro storico.

Il saldo occupazionale tra entrate e uscite è positivo (+ 0,4%); confermando il trend di crescita degli ultimi 4 anni.

I dati relativi al fatturato delineano un andamento non positivo sulla stessa linea del dato provinciale e regionale nonostante Treviglio sul versante commerciale è sempre più competitiva ed attrattiva.

Il settore del commercio rappresenta una forte innovazione nell'offerta merceologica non solo per la popolazione residente ma come attrazione per l'intera bassa pianura.

Sono dati che incoraggiano e spingono ad un nuovo salto di qualità la città in quanto Treviglio rappresenta una polarità nel territorio della media pianura lombarda, in cui la vocazione commerciale medio alta si accompagna a una vocazione turistica che sta attraversando una fase di riscoperta legata non solo al patrimonio artistico culturale ma in particolar modo al patrimonio ambientale e rurale.

Alla sua nascita il Distretto di Treviglio aveva scelto come missione quella di rafforzare l'attrattività del centro storico in quanto contenitore di offerta commerciale ed extra commerciale, coordinando azioni e iniziative a favore del commercio e dei servizi dell'area centrale della città, ma anche volte a rafforzare la funzione di tale area come luogo di frequentazione e identificazione sociale attraverso una sua maggiore vivacità e vitalità.

Con l'ampliamento dei confini del distretto all'intero territorio comunale, la mission del distretto si amplia per fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio comunale, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue diverse polarità commerciali, creando sinergia tra

pubblico e privato.

Tre sono le direttrici che il nuovo distretto di Treviglio dovrà affrontare: dismissioni commerciali e valorizzazione dei negozi sfitti aprendo un tavolo di confronto con la proprietà immobiliare; estensione e rafforzamento delle iniziative promozionali e, per ultimo, rafforzamento del ruolo istituzionale del distretto come luogo di proposta e di confronto degli interventi di natura pubblica (arredo urbano, parcheggi, orari della città rigenerazione urbana...).

Altra sfida che deve essere raccolta per il salto di qualità è la nuova Fiera di Treviglio.

Un polo espositivo che produrrà sicuramente dei benefici per il tessuto produttivo di Treviglio e che darà un impulso a tutta l'economia della bassa pianura.

Competenze al centro della ricerca di un nuovo modello formativo

Nell'accelerazione del cambiamento occorre domandarsi quanto del nostro lavoro resterà stabile e quanto si modificherà. Per molti il cambiamento sarà radicale tanto nei lavori attuali quanto nelle nuove professioni che nasceranno. L'interrogativo per tutti è quali competenze serviranno per affrontare le novità sia per i già occupati sia per i futuri lavoratori. È questo il senso della ricerca 'Futurability: l'Italia del

futuro raccontata da 100 protagonisti dell'economia', presentata in anteprima in un evento di CFMT all'hotel Excelsior Gallia di Milano lo scorso 16 aprile.

Gli stakeholders di Cfmt, Confcommercio e Manageritalia, condividono l'ipotesi di partenza che il lavoro delle persone resti centrale nelle imprese e che i processi formativi attuali siano inadeguati per rispondere al necessario innalzamento delle competenze. Da una parte esiste un sistema della formazione datato, autoreferente ed incapace di rispondere ai bisogni delle imprese.

Le imprese vorrebbero assumere ma non trovano candidati in grado di rispondere ai profili richiesti. Dall'altra le imprese italiane, inchiodate da "crescita zero", pressione fiscale e costo del lavoro non offrono sbocchi immediatamente appetibili per i giovani talenti con la conseguente "fuga di cervelli" all'estero. Il problema si sta acuendo negli ultimi anni e i processi devono essere governati per renderli meno anarchici e dissipativi. Per Confcommercio e Manageritalia la rappresentanza delle imprese deve essere forza attiva per il cambiamento di rotta.

Con senso di responsabilità occorre partire dai limiti del modello formativo e offrire soluzioni alla politica oggi incapace da sola di risolvere il problema del mondo economico. Il problema – come ha ricordato la vicepresidente di Confcommercio Imprese per l'Italia Donatella Prampolini – non è solo degli ingegneri per la ricerca e sviluppo delle grandi imprese.

Tocca tutte le persone e in tutti i settori, perché gli effetti saranno trasversali. Anche il terziario il commercio il turismo e i servizi. Il problema delle nuove competenze investirà tutti, commessi, camerieri e impiegati, in tutti i ruoli e in tutte le imprese, anche tradizionali, dalla grande alla piccola. Dal seminario sono emerse due tendenze di pensiero: una brutale che propone di cambiare molto e in

fretta perché un terzo dei lavoratori è già fuori mercato oggi e nel giro di un triennio non potrà più ricollocarsi.

Questo è un Paese che spende molto in formazione ma disperde risorse. Se molto del futuro sarà basato sulle soft skill che peraltro sono quelle capacità difficili da produrre e da misurare allora il sistema formativo deve essere completamente reinventato. Dall'altra c'è chi sostiene che nel cambiamento epocale non si può buttare tutto ma implementare. La scuola in Italia è buona ma occorre renderla più moderna e funzionale. Nuovi canali, strumenti e modelli formativi rispetto a quelli tradizionali.

Occorre quindi innovare nella tradizione per rimettere un Paese che è tradizionalmente fermo. La proposta del presidente di Manageritalia Guido Carella in questo senso è stata forte. Occorre creare un osservatorio nazionale per studiare i cambiamenti degli scenari e trovare modelli formativi che producono maggiore occupabilità delle persone. Modelli come il sistema complessivo VET francese opera sulla base di competenze condivise tra lo Stato francese (Ministeri dell'Istruzione, Università, Lavoro, Agricoltura e Affari Sociali, ecc), le Regioni, gli enti di formazione e formazione professionale e le parti sociali che sono tutti coinvolti nella progettazione di programmi di formazione.

Sembrerebbe utopia pensare di raggiungere un'unità di intenti tra soggetti disgregati e ottenere un cambio di passo in tempi brevi ma è chiaro che qualsiasi soluzione, perché sia realmente efficace dovrà essere di grande discontinuità rispetto al passato. Difficilmente divisi e a strattoni potremo ottenere risultati tangibili.

Futurability convegno di presentazione di CFMT

FuturAbility è la ricerca presentata in anteprima in un evento di CFMT all'hotel Excelsior Gallia di Milano lo scorso 16 aprile.

La ricerca sarà pubblicata in un libro di Cosimo Finzi e Giorgio Del Mare, edito da Franco Angeli e disponibile da giugno 2019.

Futurability è un osservatorio innovativo di CFMT sul futuro del Terziario volto a mettere a fuoco una serie di trend, trasversali o settoriali, che avranno un impatto significativo nell'arco del periodo temporale 2019-2021, grazie al coinvolgimento di 100 protagonisti dell'economia italiana.

Partendo dallo studio approfondito degli scenari più qualificati disponibili a livello mondiale si è giunti a realizzare una lista di trend potenzialmente impattanti sul Terziario in Italia sulla quale sono stati chiamati ad esprimere la propria opinione esperti, manager ed imprenditori.

Lo studio tocca molti argomenti attuali divisi in tre filoni.

Il primo riguarda le persone e nel seminario è stato intitolato "rischi e opportunità per le risorse umane". Questa parte ha affrontato diversi temi tra cui lo skill gap, nuovi lavori e professioni e smart working.

Il secondo tema è la tecnologia con "Il digitale per molti ma non per tutti" con l'esame dei big Data, software predittivi, ai robot ma anche social commerce, food delivery, virtual experience e sharing. In ultimo il business che riguarda sia filoni trasversali come l'accesso anziché il possesso, l'acquisto etico a quelli settoriali che riguardano il retail

e l'e commerce, nuovi target per il turismo e la terziarizzazione dell'economia.

Di ogni argomento si è verificato la posizione del campione tra consonanza o dissonanza e le peculiarità, in questo modo si sono registrati sia gli aspetti che costituiscono criticità sia le potenzialità sul tema.

Agenti immobiliari: stop alle incompatibilità dopo l'approvazione della legge europea

La Consulta Interassociativa Nazionale dell'Intermediazione, composta dalle associazioni rappresentative degli agenti immobiliari Fimaa, Fiaip e Anama, plaude all'approvazione della nuova Legge Europea 2018 che si configura come una vera e propria "rivoluzione" per gli agenti immobiliari. La legge approvata oggi al Senato modifica le incompatibilità per chi svolge la professione di agente immobiliare, escludendo dall'esercizio della stessa i dipendenti di istituti bancari, finanziari, assicurativi, di enti pubblici o privati e le professioni intellettuali in situazioni di conflitto di interesse con l'attività di mediazione.

"Finalmente vengono accolte le istanze della Consulta Interassociativa Nazionale dell'Intermediazione in materia di incompatibilità per chi svolge l'attività di agente immobiliare – commentano all'unisono i Presidenti Santino Taverna (Fimaa), Gian Battista Baccarini (Fiaip), Renato Maffey (Anama) – "Con la legge europea appena approvata si

aprono ora nuove opportunità per gli agenti e si assicura a chi svolge l'attività di mediazione la possibilità di erogare nuovi servizi collaterali alla propria attività, a vantaggio dei clienti-consumatori".

I tre Presidenti di Fimaa, Fiaip ed Anama ribadiscono come "Il provvedimento, introduce nell'intermediazione il concetto di conflitto di interesse per banche e per le professioni intellettuali e si cancella al contempo le incompatibilità per chi svolge l'attività di mediazione, consentendo agli agenti immobiliari di crescere ed evolvere la loro professionalità alle esigenze degli attuali processi economici".

Taverna nella sua lettera ha inoltre affermato: "Fimaa-Confcommercio, nel proprio ruolo di coordinatrice della Consulta Interassociativa Nazionale dell'Intermediazione, ha lavorato assiduamente per raggiungere l'obiettivo di tutelare la categoria degli agenti immobiliari, che nella prima stesura della norma veniva pesantemente penalizzata. Voglio ringraziare tutti Voi per l'apporto che date quotidianamente alla crescita della Federazione, perché per far sentire la voce degli operatori nelle 'stanze dei bottoni' servono credibilità e numeri. E se questo binomio contraddistingue la Fimaa è anche merito Vostro".

Partito il primo incontro del seminario per lo sviluppo del business online

Il gruppo Giovani Imprenditori di Ascom Confcommercio Bergamo organizza un seminario gratuito di quattro incontri (distribuiti su tutto l'anno 2019) con lo scopo di sviluppare

concretamente il business on-line.

Il seminario gratuito “Quattro incontri strategici e gratuiti per sviluppare concretamente il business on-line delle aziende” è partito oggi, giovedì 18 aprile in sede Ascom Confcommercio Bergamo con il corso “Parti in testa nei motori di ricerca con la SEO e Google My Business”. Nel primo incontro (della durata di circa due ore) sono stati analizzati: la SEO (Search Engine Optimization), come strumento strategico, e Google My Business, come strumento tattico, per posizionarsi al meglio nei risultati dei motori di ricerca, e quindi dare reale visibilità ai contenuti del proprio sito e anche dei propri social.

Questi strumenti hanno assunto un ruolo fondamentale anche con le ultime versioni dell’algoritmo di Google, particolarmente votate alla geolocalizzazione dei risultati. Il corso è tenuto da Gianluca Sigiani, Digital & marcom consultant e CEO di ShareNow! Srl società di consulenza e servizi digitali. La partecipazione al corso è gratuita previa accreditamento [cliccando qui](#)

Per info: Ascom Confcommercio Bergamo – tel. 035.4120135 – alessandro.rota@ascombg.it





(Mozzo), Natale Bettinelli (Brembate Sopra) e Pierantonio Chiari (Ranica).



Franco Pulcini il nuovo presidente di 50&Più

Affitti brevi: La Corte Costituzionale ha dato il 'via libera' al CIR per Airbnb

La Corte Costituzionale ha dato il "via libera" all'indicazione del Codice Identificativo di Riferimento (CIR) per le case vacanza.

Si ricorda che il Tar Lombardia aveva respinto le richieste di Airbnb, che si rifiutava di applicare la legge sugli affitti brevi con l'utilizzo del CIR.

Regione Lombardia, continuando la lotta all'illegalità, implementerà sanzioni a chi non indica il CIR, che attesta la regolarità fiscale e amministrativa, nel proprio annuncio. Per ottenere il codice CIR è necessario registrarsi sul portale "Turismo 5" come gestori di Esercizi Ricettivi.

Airbnb dovrà, quindi, applicare la legge sugli affitti brevi, che impone alle piattaforme online di trattenere dagli utenti il 21% di tasse dai compensi e di versarlo al fisco.

La sentenza della Corte Costituzionale conferma la priorità della lotta all'abusivismo e all'illegalità, proteggendo il settore del turismo soprattutto nel periodo dell'anno più atteso per l'organizzazione delle vacanze estive.

"Siamo molto soddisfatti che l'Alta Corte abbia accettato le ragioni di Regione Lombardia sulla difesa di un procedimento che nel frattempo non è stato solo oggetto di deliberazione da parte di questa regione, ma anche da altre regioni di Italia, segnale che l'esigenza è sentita. La nostra associazione ha sempre sostenuto questa battaglia con Regione: una battaglia di dignità, che non vuole ostacolare nessuno, ma vuole

applicare le stesse regole allo stesso mercato”, afferma Giovanni Zambonelli presidente di Ascom Confcommercio Bergamo.

“Sebbene alcune amministrazioni come Bergamo siano già partite con i controlli, auspichiamo che nelle prossime settimane quest’azione si possa rafforzare. Non c’è dietro una volontà persecutoria ma solamente quella di informare i cittadini dell’esistenza della legge e dell’obbligo di indicare questo codice a tutela del turista che prenota”, commenta il direttore Ascom Confcommercio, Oscar Fusini.

Salvaguardiamo le imprese storiche, un valore per le nostre comunità

Il problema del nostro territorio non è favorire il tasso di imprenditorialità. I bergamaschi sono storicamente propensi a creare un’attività d’impresa: è nelle corde storiche di un popolo lavoratore e di emigranti.

È necessaria, invece, la conservazione del tessuto delle imprese del terziario in un momento di difficoltà che incide sulla sopravvivenza dell’azienda stessa.

In questi anni le politiche centrali e regionali hanno incentivato la creazione di impresa e aiutato le nuove imprese senza renderle strutturalmente più forti. A parte le start up innovative che da noi restano poche, per le altre non ci sono stati veri e propri incentivi.

Misure che non chiamerei neppure “tampone” e destinate a non dare frutti. Anzi in alcuni casi gli aiuti hanno richiesto lo

sforzo postumo da parte dei nostri imprenditori di restituire gli incentivi, in quanto non sono stati in grado di far fronte alle richieste che l'erogazione del contributo imponeva.

Statistiche alla mano, negli ultimi anni hanno chiuso due nuove imprese su tre.

Troppo poco invece si è fatto per la sopravvivenza delle imprese, soprattutto di quelle storiche per le quali si sono spesi riconoscimenti e belle parole e poco altro. Non vogliamo essere corporativi.

Un'impresa nuova non ha meno dignità di una che è sul mercato da molto tempo; anzi molto spesso è portatrice di valori imprenditoriali e competenze, soprattutto digitali, superiori a quelle tradizionali. Il problema è la capacità di sopravvivere a lungo termine e di offrire in continuità servizi e lavoro.

Vent'anni fa le imprese passavano per successione familiare o vendita. In entrambi i casi, con il necessario periodo di affiancamento, veniva garantita una continuità di mercato e un passaggio di competenze. Oggi, salvo poche eccezioni, le imprese chiudono ed aprono in discontinuità assoluta, settoriale e soggettiva.

Il sistema perde quindi le competenze tecniche e imprenditoriali di chi chiude definitivamente.

Non è un caso che per le attività maggiormente in rotazione, come i bar, la successione sia solo nel valore degli arredi. In questi anni notiamo imprese più deboli che sostituiscono quelle che chiudono, con sempre meno risorse disponibili per ammodernare.

Cosa fare? Se in altri settori potrebbe bastare agire sulle condizioni fiscali e il costo del lavoro per evitare delocalizzazioni, nel terziario occorre agire sulle regole di apertura. La deregulation, travestita da liberalizzazione, ha

spaccato il settore. Negli altri Paesi europei, come la Germania, non si è liberi di aprire dove e quando si vuole. Il decreto Bersani, a vent'anni dalla sua introduzione, non risponde più alle esigenze dello sviluppo equilibrato del commercio. Bisogna porvi presto rimedio.

Ma non basta. Occorre riconoscere la funzione di servizio delle piccole attività commerciali e riconoscere sgravi e incentivi tali da metterle in condizioni di equilibrio rispetto ai concorrenti, grande distribuzione e on line.

La "Rete di imprese storiche" non vuole essere il museo da rimpiangere ma un ecosistema vivo di relazione e di servizio per la gente che va conservato. Il nostro progetto di valorizzazione delle imprese storiche è il primo passo per porre l'enfasi sul bisogno e trovare soluzioni.

Le difficoltà dei negozi e dei pubblici esercizi della montagna e dei piccoli comuni vanno evidenziate. Altrimenti le piccole imprese, nuove e storiche, non ce la faranno. La prossimità dei nostri negozi non è solo geografica ma è di relazione. È questo che vogliamo salvaguardare.

“Historiae Casei”, terzo appuntamento con “Sapore e sapere: Le vie del formaggio”

Formaggio: amore e odio, quasi un cibo maledetto. Così un'intera tradizione, medica e non solo, ha giustificato nei secoli la cautela, il sospetto, addirittura la condanna verso

questo alimento animale. La ragione è presto detta: il formaggio ha da sempre suscitato (e in verità continua a suscitare) i più sprezzanti disgusti e i più sfrenati amori. Sembra che questo cibo sia fatto apposta per ricordarci la lotta antica che il latte contiene, tra umanità e bestialità, tra scrematura e scorie, tra purezza e putredine, tra vita rinnovata e deperimento. Seguendo queste vie, scopriremo che i segni che danno gusto al formaggio sono gli stessi che danno sapore a tutto il nostro sapere sulla storia, sul mondo e sull'uomo.

Tutte le varie sfaccettature della tradizione del formaggio verranno analizzate al terzo appuntamento "Sapore e sapere: Le vie del formaggio" di "Historiae Casei", iniziativa promossa da Progetto Forme che si svolge fino al 21 maggio.

L'incontro con il docente master in filosofia del cibo e del vino dell'Università Vita e Salute San Raffaele, Giulio Goria, si terrà venerdì 19 aprile alle ore 19.00 presso la sala Giunta Confindustria Via Camozzi, 70 a Bergamo.

Partecipazione gratuita fino ad esaurimento posti. Per iscrizioni info@progettoforme.eu



GIULIO GORIA

DOCENTE MASTER IN FILOSOFIA DEL CIBO E DEL VINO, UNISR

Giulio Goria svolge attività di ricerca presso l'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano, dove insegna presso il Master in Filosofia del vino e del cibo. Già borsista presso l'Istituto Italiano di Studi Storici, insegna Filosofia della comunicazione presso l'Università di Cassino e del Lazio Meridionale. È autore del libro *Il fenomeno e il rimando. Il fondamento kantiano della finitezza della ragione umana* (2014).

SAPORE E SAPERE: LE VIE DEL FORMAGGIO

GIULIO GORIA | DOCENTE MASTER IN FILOSOFIA DEL CIBO E DEL VINO
UNIVERSITÀ VITA-SALUTE SAN RAFFAELE

VENERDÌ 19 APRILE

ORE 19:00 | SALA GIUNTA CONFINDUSTRIA,
VIA CAMOZZI, 70 - BERGAMO

DEGUSTAZIONE FINALE DI PRODOTTI CASEARI A CURA DI ONAF

Partecipazione gratuita fino ad esaurimento posti.

Per iscrizioni info@progettoforme.eu | Google Maps: [Confindustria Bergamo](#)