

# **NutriMenti alla Carrara, la cultura sposa l'enogastronomia**

L'iniziativa, dopo due edizioni a Venezia, approda, per la prima volta, nella città dove Luigi Veronelli a lungo ha vissuto e lavorato, sede del Seminario, da giovedì a domenica 25 ottobre

---

## **“Il Borgo in Piazza”: in Città Alta debutta il dehors condiviso dai commercianti**

Da ostacolo (che rimane) a volano (per una volta) per la ristorazione e il commercio. Il Covid è ovviamente un boccone amaro da mandar giù ma per una volta la pandemia e le relative norme anti-covid strizzano l'occhio agli esercenti: l'azzeramento dei costi di gestione di dehors ha infatti consentito di dar vita al progetto “Il Borgo in Piazza”, iniziativa che nasce dall'idea di poter mettere in condivisione per le attività commerciali di Bergamo Alta che non possono avere suolo pubblico occupato, uno spazio centrale in un luogo simbolo della città come Piazza Vecchia, e precisamente lo spazio all'aperto davanti all'ex Taverna Colleoni.

Un centinaio tra avventori e commercianti del centro storico si sono ritrovati ieri sera per brindare al nuovo progetto di condivisione tra esercenti. Al momento sono cinque le attività coinvolte, con finalità commerciali e coinvolgimenti

differenziati: Il Fornaio di Pesenti e Consonni; Il Sole in Bocca; Bar Ristorante Lalimentari; Stekko; Profilo Abbigliamento.

### **Aperto fino al 31 ottobre**

Aperto fino al 31 ottobre, il Borgo in Piazza funzionerà tutti i giorni dall'ora di colazione fino all'ora di chiusura fissata come da bando alle 24, con un servizio di bar e ristorante di qualità. Nessun tipo di attrezzatura per la cottura dei cibi sarà allestito nello spazio concesso. "Ogni operatore coinvolto porterà al progetto una o più sue caratteristiche: potrebbero essere dei prodotti, dei servizi o delle competenze, mettendo "in rete" con gli altri un vero effetto condivisione a costo zero – spiega lo chef Paolo Chiari del ristorante Lalimentari, base logistica del progetto per la sua vicinanza alla piazza -. Noi mettiamo a disposizione il nostro personale e integriamo nel nostro menù i prodotti che ci forniscono le altre attività capofila del progetto. Il menu de Lalimentari sarà infatti integrato e modificato in parte, aggiungendo dei prodotti peculiari che identificheranno per tutta la durata della concessione o in modo temporaneo, i soggetti coinvolti".

Alcuni esempi? "Il Fornaio famoso per le sue pizze in teglia, lievitate lentamente e farcite con prodotti di qualità freschi di giornata, che nei suoi spazi originali non può garantire un servizio al tavolo in esterno, vedrà in questo modo realizzata la possibilità di consumazione direttamente sulla Piazza Vecchia, con uno standard di servizio degno del luogo – prosegue Chiari -. Il Sole in Bocca, noto per le sue granite siciliane realizzate con prodotti freschi come mandorle e pistacchi, caffè e gelsi neri, impossibilitato nei suoi spazi originali a garantire un servizio al tavolo in esterno potrà farne godere nel luogo simbolo della città, con lo standard di qualità che meritano. E anche Stekko, laboratorio artigianale di gelati di alta qualità in stecco che nei suoi spazi non può garantire un servizio al tavolo avrebbe in questo modo

garantito un servizio ai tavoli in esterno degno dei suoi prodotti. È coinvolto è anche il Panificio Fratelli Nessi forno storico del borgo che produce artigianalmente il dolce tipico e folcloristico e cioè la Polenta e Osei, dove gli uccellini diventano di cioccolato”.



### **Borgo “aperto” a tutti i commercianti**

Questi sono gli esempi dati dai capofila de Il Borgo in Piazza, ma la stessa modalità di coinvolgimento può essere applicata a qualsiasi operatore commerciale di Bergamo Alta. È importante sottolineare che al progetto potranno partecipare in modo attivo se lo vogliono tutte le attività di Città Alta. È il caso di Profilo, co-ideatore del “Il Borgo in piazza” e specializzato in abbigliamento e accessori, che farà da coordinatore di attività di co-marketing che si svilupperanno nello spazio acquisito e potranno dare la possibilità anche

alle attività no-food di offrire a loro clienti e amici, momenti piacevoli di promozione del proprio punto vendita o di singoli prodotti, in serate o altri momenti della giornata (no attività di vendita o di intrattenimento). Il tutto senza costi di locazione del luogo e per questo motivo accessibile a tutti.

### **L'adesione al progetto "Identità verde nei dehors in Piazza Vecchia" dell'architetto Albano**

Il progetto, che vedrà concesso il patrocinio de La Comunità delle Botteghe di Bergamo Alta, aderisce all'"Identità verde nei dehors in Piazza Vecchia" a cura dell'architetto Paolo Albano presentata in coordinamento con ogni locale che occuperà con dei tavoli e delle sedie la piazza nei prossimi mesi. Si tratta di un progetto di arredo verde temporaneo e coordinato nel rispetto delle linee guida emanate e che andrà a integrare la manifestazione dei Maestri del Paesaggio in programma a settembre e che avrà come sempre la sua installazione principale vicino alla Fontana del Contarini. L'area sarà sempre presidiata, ordinata, pulita e sanificata dal personale de Lalimentari che vista la breve distanza sarà il soggetto preposto al adeguamento del servizio e del luogo anche in seguito a futuri cambiamenti disposti per legge in merito all'emergenza Covid19.

---

## **Asporto, in quarantena vince la pizza, boom anche per il**

# gelato

Con l'obbligo di stare a casa a causa del Covid-19, il delivery si è affermato come un'abitudine. Dopo qualche settimana di disorientamento molte attività, che non lo facevano, hanno deciso di aprire alle consegne, per non perdere clienti e per mantenersi attivi e ora che lo smart è diventato un modus vivendi per tenerci in contatto da casa seppure distanti, ordinare il cibo al telefono o dal computer per farcelo recapitare a casa è una prassi quanto mai accessibile. L'Osservatorio annuale sul mercato del cibo a domicilio di una delle principali realtà del settore, Juat Eat, ha redatto un focus che fa il bilancio di oltre un mese e mezzo dal lockdown del Paese. Al centro ci sono i consumi del food delivery tra marzo e aprile 2020, e i cambiamenti o le conferme nelle abitudini.

Il food delivery, che resta consentito per ristoranti, locali e pizzerie chiuse al pubblico, rappresenta per il oltre il 90% del campione intervistato un servizio importante o essenziale in questo momento, cogliendone l'importanza soprattutto per i ristoranti, che possono continuare a fare consegne, nonostante siano chiusi al pubblico (66%) ma anche per chi ordina ed è costretto a casa (30%). Quasi il 60% del campione rivela inoltre di ordinare cibo a domicilio in questi giorni, mentre chi non lo fa dichiara come motivazione principale di dedicarsi soprattutto alla cucina, passando molto tempo in casa.

Si riscontra inoltre un incremento della richiesta di attivazione del servizio da parte dei ristoranti e anche da parte di realtà che non ne usufruivano in precedenza, e che vedono nel food delivery un supporto concreto al proprio business.

La pizza si conferma al primo posto come il piatto più ordinato, seguita dall'hamburger, dal sushi, dal pollo e dalla cucina italiana, soprattutto in alternativa al cucinare a casa in questi giorni di isolamento. Una new entry assoluta è invece il gelato che si inserisce in classifica al quinto posto tra le cucine più ordinate nelle ultime tre settimane, a

differenza dei trend dei periodi “più standard” quando sfiora ma non rientra in top 10.

Tra i principali trend di crescita si attestano poi proprio i dolci e i gelati (+133%), ma anche sushi e cibo giapponese nei formati da mangiare in famiglia e in gruppo, come le barche e i mix (+124%) e le ormai famose pokè bowl (+54%). Emergono inoltre trend specifici come la crescita dei menù dedicati al pranzo, utili per chi lavora da casa, quelli per i più piccoli (menù baby), dolci e sfiziosità, birre artigianali e qualche bottiglia di buon vino. Questi trend di scelta spiegano anche i desideri che spingono gli italiani a ordinare food delivery e che emergono dal campione di 30.000 clienti intervistati. Se infatti, in questo momento, a ordinare sono più gli uomini delle donne (60% vs 56%), il primo motivo per farlo è regalarsi una coccola (59%), soprattutto per le donne (56%), ma anche una comoda alternativa all'andare a fare la spesa, limitando così il numero delle uscite (48%). Per chi è in smart working è pratico ordinare a pranzo o a cena non avendo tempo di cucinare (15%), soprattutto per gli uomini (56%), e per evitare le code ai supermercati e le attese per la spesa online (17%).

Esplorando poi le diverse fasce di età, emerge la voglia di staccare la spina con il food delivery ordinando qualcosa di goloso soprattutto per la fascia 18-25 anni, l'ordine a pranzo soprattutto per i giovani dai 26 ai 35 anni, l'evitare la coda ai supermercati o l'attesa per la spesa on-line per i 36-45 anni e un'alternativa all'andare a fare la spesa, limitando il numero di uscite, soprattutto per la fascia 45-54 anni.

---

# Ritorna la Caccia in cucina, fino al 1°aprile la selvaggina trionfa nei menu



Ritorna a Bergamo fino al 1°aprile la "Caccia in cucina", la rassegna gastronomica dedicata alle carni selvatiche che quest'anno è alla sua diciottesima edizione. Un traguardo che ne fa un appuntamento consolidato e apprezzato sia dai ristoratori che dal pubblico. In Bergamasca la tradizione venatoria è storicamente radicata, con oltre 5mila cacciatori, e selvaggina e

cacciagione continuano ad essere apprezzati a tavola, dai tradizionali ragù che accompagnano paste fresche a salmì, stufati e brasati. La manifestazione è promossa dal Gruppo Ristoratori Ascom Confcommercio Bergamo in collaborazione con Anuum (Associazione dei migratoristi italiani per la conservazione dell'ambiente naturale) e ha l'obiettivo di recuperare la tradizione gastronomica venatoria. La carne di selvaggina, che nel territorio bergamasco ha enormi potenzialità considerata la presenza di oltre 13mila ungulati selvatici tra cui cervo, camoscio, capriolo e cinghiale, ha tutte le carte in regola per essere valorizzata come eccellenza alimentare, a chilometro e impatto zero. Per un mese 19 tra ristoranti, osterie e trattorie sparsi tra la città e la provincia caratterizzeranno la loro proposta in carta, con almeno due portate a base di cacciagione. In cucina sarà un tripudio di sapori del bosco, dal cervo al cinghiale, dalla lepre al capriolo, dall'asino al daino. E c'è chi inserisce anche selvaggina da paesi lontani, dal canguro al guanaco.

## **L'elenco dei ristoranti aderenti**

In città: La Torre. In provincia: Ristorante Corona (Branzi); Locanda Vecchio Mulino (Viadanica); Albergo Ristorante Quadrifoglio (Urgnano); Locanda della Corte e La Trattoria del Brugo (Alzano Lombardo); Da Pacio (Spinone al Lago); Trattoria Del Moro e Tandy La Gioia dei Sapori (Ponteranica); Cucina Cereda (Ponte San Pietro); Trattoria Bolognini (Mapello); Taverna Covo dell'artista (Villa d'Adda); Da Gianni e La Staletta (Zogno); Trattoria Taiocchi (Curno); Ristorante della Torre (Trescore Balneario); Isola Zio Bruno (Albino); Ristorante Drago (Oltre il Colle); Trattoria dei Portici (Clusone).

Per scoprire menù e ristoranti aderenti: [www.ascombg.it](http://www.ascombg.it).

---

## **Nuovo successo per i Cerea: al Da Vittorio St. Moritz la seconda stella Michelin**

Nuovo riconoscimento per i fratelli Cerea. Il Da Vittorio al Carlton di Saint Moritz ha conquistato la seconda stella Michelin nella guida 2020 dedicata alla Svizzera. Da Vittorio Saint Moritz è il primo 2 stelle della famiglia Cerea fuori dall'Italia. Ora le stelle dei locali di proprietà della famiglia bergamasca sono diventate sei: tre al ristorante di Brusaporto, due a Saint Moritz e una a Shanghai. Il ristorante svizzero aveva conquistato la sua prima stella nel 2014, dopo una sola stagione invernale dalla sua apertura. Aperto nel 2012 all'interno dell'Hotel Carlton, è guidato dello chef Paolo Rota, da sempre a fianco di Chicco e Bobo Cerea (di cui è anche cognato) nella gestione fine dining del Gruppo.

Accanto a Paolo Rota, nell'avventura elvetica, ci sono il maître Giulio Bernardi e il sommelier Giorgio Spartà.

---

## **Bocuse d'Or Italia al via. Beltrami (Fipe): “Un'occasione da non perdere anche in chiave turistica”**

Tre team si sfideranno ad Alba il 27 gennaio per portare in alto la ristorazione italiana a Tallin, sede del concorso nel 2021 del concorso internazionale dedicato al grande chef Paul Bocuse

---

## **Bergamo è Città Creativa Unesco per la gastronomia**

Bergamo è Città Creativa Unesco per la gastronomia: il board del Patrimonio Mondiale ha diramato oggi pomeriggio la lista delle 66 città che entrano nella lista delle Città Creative del pianeta, riconosciute come “laboratori di idee e pratiche innovative”, capaci di costruire “un contributo tangibile al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile attraverso pensieri e azioni innovativi”. È il secondo importante riconoscimento che Bergamo riceve dall'Unesco, dopo quello delle Mura che cingono Città Alta, inserite nel 2017

nella lista del Patrimonio Mondiale insieme alle fortificazioni veneziane di altre cinque città.

### **Il sindaco Gori: “Premiato il saper fare bergamasco nell’arte casearia”**

“Questo riconoscimento è per noi motivo di grande soddisfazione: – spiega il sindaco di Bergamo, Giorgio Gori – Bergamo entra oggi nella rete delle 246 Città Creative del mondo grazie al valore della produzione casearia del suo territorio montano, con i suoi 30 formaggi tradizionali, di cui 9 Dop e 3 presidi Slow-Food. Nel nostro Paese esistono 50 formaggi Dop, Bergamo da sola ne vanta quasi un quinto: nessuna provincia in Europa può vantare un record simile, ma soprattutto nessun altro territorio italiano vanta un “saper fare” come quello bergamasco nell’arte casearia. Questa candidatura è nata intorno all’idea di un’alleanza – quella tra il capoluogo e le sue valli, negli ultimi decenni in sofferenza a causa dello spopolamento; la città si candida ad essere la grande vetrina di un’eccellenza bergamasca con l’obiettivo di valorizzare la produzione casearia delle valli e di contribuire così alla sostenibilità economica del settore, fondamentale anche per la conservazione del paesaggio. Oggi Bergamo e le sue valli vincono insieme. Un grande grazie a tutti gli enti che hanno sostenuto il processo di candidatura.”



## **La tradizione dei bergamini**

La produzione dei formaggi orobici ha le sue radici nella tradizione dei bergamini, gli antichi allevatori basati nelle montagne bergamasche, che attraverso la transumanza hanno diffuso tecniche e conoscenze in tutta la Pianura Padana, e a cui quindi si deve la nascita e allo sviluppo dell'industria casearia italiana, tra le più prestigiose del mondo. "Questi formaggi – aveva detto Gori a Parigi, presentando la candidatura di Bergamo – sono un simbolo del nostro territorio, nel quale pratiche tradizionali, accompagnate dall'abilità di stringere relazioni commerciali, hanno consentito di proteggere la bellezza dei luoghi, rendendoli un modello di sostenibilità."

"Questo riconoscimento – sottolinea Francesco Maroni, dell'Associazione San Matteo Le tre Signorie – è davvero importante per la nostra Associazione che da sempre lavora perché la sapienza dell'arte casearia della Cheese Valleys vengano riconosciute a livello internazionale. Ora inizia il lavoro per far sì che i territori si uniscano in un progetto comune di valorizzazione del proprio patrimonio gastronomico legato alle Cheese Valleys."

## **Le altre città creative Unesco**

Le città creative dell'Unesco sono diventate così 246. Le altre città italiane Creative sono Bologna (musica), Fabriano (artigianato e arte popolare), Roma (cinema), Parma (gastronomia), Torino (design), Milano (letteratura), Pesaro (musica), Carrara (artigianato e arte popolare) e Alba (gastronomia). Da oggi anche Biella si unisce al novero delle Città Unesco grazie al suo artigianato tessile, mentre Como e Trieste – che pure erano candidate – non hanno trovato l'approvazione della Direttrice Generale dell'Unesco M.me Audrey Azoulay, cui spettava il giudizio finale.

L'annuncio sul sito Unesco:  
<https://en.unesco.org/creative-cities/events/unesco-designates>

# Forme al via, con Ascom ottobre è il mese del formaggio

Forme ma non solo. Tutto il mese ottobre è dedicato al formaggio e i prodotti caseari sono protagonisti nei menù dei ristoranti e nei negozi, con iniziative ad hoc organizzate da gastronomi, fioristi, panificatori e salumieri. Il messaggio è chiaro: il formaggio si conferma un elemento che valorizza l'attività nel suo complesso, driver dell'offerta distributiva e leva di sviluppo per il turismo, l'ospitalità alberghiera e, quindi, per tutta l'economia del territorio.

Parola di Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo, dal 2017 un «pilastro» del progetto Forme: «Forme ha una forte valenza identitaria perché aiuta a riconoscere il patrimonio e l'eccellenza di un territorio nelle sue diverse sfaccettature – conferma Zambonelli -. In un sistema commerciale sempre più globalizzato, la forza di un territorio emerge proprio dalla sua capacità non solo di produrre ma anche di trasmettere l'identità di un luogo attraverso i suoi prodotti. L'enogastronomia è dunque un comune denominatore che unisce turismo, commercio e servizi e può essere una motivazione importante di spesa del consumatore-turista. Non è un caso, infatti, che tra le medie città italiane solo quelle come Bergamo sono cresciute grazie al turismo e a una solida rete di negozi di eccellenza».



Giovanni Zambonelli

Consapevole del proprio primato caseario, Bergamo è anche chiamata a non esaurire l'impegno nei quattro giorni di Forme: «Il legame territorio-cibo abbinato alla ricerca di qualità deve contraddistinguere il modus operandi delle nostre imprese – aggiunge il direttore Oscar Fusini -. In quest'ottica Forme interpreta il cambiamento in atto e legato al fatto che i piccoli esercizi stanno puntando sulla specializzazione e sulla qualità dei prodotti. Qualità che rappresenta l'unica possibilità di competizione rispetto alla standardizzazione dell'offerta delle medie e grandi superficie di vendita».

Infine, Forme si conferma un grande volano di informazione e cultura del consumatore: «la manifestazione offre la possibilità al pubblico di apprezzare prodotti nuovi, spesso di nicchia e che normalmente si trovano solo nei loro territori di riferimento – prosegue Fusini -. Valorizzando le piccole produzioni, Forme può fare da cassa di risonanza alla rete distributiva di questi formaggi, rappresentando uno stimolo competitivo in più per le nostre imprese, chiamate a portare a Bergamo gioielli caseari che difficilmente si trovano sugli scaffali».



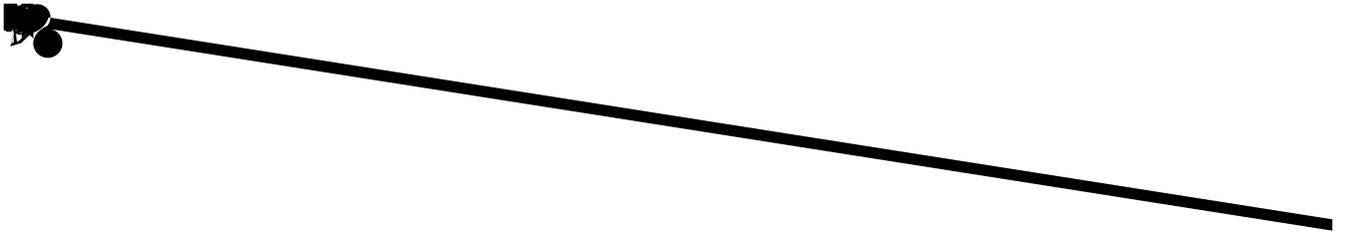
Oscar Fusini

## **Un centinaio le attività coinvolte. Dai taglieri ai centrotavola fino ai menù dedicati**

Salumieri, ristoratori, panificatori e fioristi protagonisti dentro e fuori Forme. Ciascuna categoria omaggerà infatti i prodotti caseari a modo proprio, ma con lo stesso obiettivo: promuovere i formaggi bergamaschi e italiani (le attività aderenti sono riconoscibili da una vetrofania dedicata). Per tutto ottobre i gastronomi salumieri proporranno ai clienti «Il tagliere di Forme»: due diverse proposte da cinque formaggi ciascuna, una delle quali con soli prodotti bergamaschi, con la guida degli esperti Onaf. Sempre in collaborazione con Onaf, Ascom propone «Il centrotavola di Forme»: oltre a quello ad uso domestico, ci sarà un centrotavola ad uso professionale (per i ristoranti): entrambi, ovviamente richiamano il mondo dei formaggi per design, colori e profumi.

Nel «fuori salone» di Forme, infine, non potrà mancare la proposta della ristorazione e i ristoranti proporranno «Il formaggio al ristorante» arricchendo la propria carta dei formaggi o mettendo in carta un piatto a base di formaggi locali o italiani. Infine, c'è anche la «Carta del pane e dei formaggi» studiata da Aspan e che contiene alcune proposte di abbinamento di pane con una selezione di formaggi bergamaschi.





---

**Settimana**

**della**

# **stracciatella: nelle gelaterie bergamasche arriva il concorso “Straccia e vinci”**

Nelle gelaterie bergamasche dal 2 all'8 settembre arriva il concorso “Straccia e vinci”. Aderiscono oltre 50 punti vendita. In premio per i clienti 100 kg di gelato alla stracciatella. Info: [www.lastracciatellailgelatodibergamo.it](http://www.lastracciatellailgelatodibergamo.it).

---

# **Estate, è il cibo l'argomento più chiacchierato e fotografato in vacanza**

È il food sharing il fenomeno dell'estate, che trascorre tra la fotografia di un piatto e l'altra. Di cibo si parla in spiaggia, in montagna e tra le vie delle città d'arte, ma è soprattutto sulla rete che si “scatena” la discussione. Con il selfiefood, il cibo diventa quasi un rito, con una regola fondamentale, prima di essere gustato, un piatto deve essere fotografato e postato. Anche per questo cresce sempre più l'attenzione verso il lato estetico dei piatti, i ristoratori non possono che adeguarsi ed assecondare la crescente propensione dei consumatori a pubblicare i piatti sui social attraverso foto e video, al fine di esaltarne forme e cromatismo.

Il food sharing è un fenomeno ormai globale, che riguarda

tanto i piatti cucinati dagli chef quanto quelli “casalinghi” e, soprattutto se italiano, il food è un valore aggiunto, tanto da dare vita a decine di hashtag a tema, tra gli altri: #italianfood, #italianfoodlover, #italianfoodstyle.

“Anche in estate il rapporto con il cibo si dimostra un tratto distintivo della cultura degli italiani, ma non solo: il proliferare di hashtag che sintetizzano in una parola la ricchezza della nostra tradizione culinaria è l’ulteriore dimostrazione del fatto che la cucina italiana è una passione e un’ispirazione anche per milioni di turisti”, dichiara Lino Enrico Stoppani, Presidente Fipe. “Sono orgoglioso di rappresentare una categoria che ancora una volta si dimostra fondamentale per la valorizzazione della filiera agro-alimentare del Paese in quanto vetrina del Food in Italy e formidabile strumento di promozione della cultura e dei valori dell’Italia”.

## **I PIATTI DELLE VACANZE**

Ma quali sono i piatti delle vacanze? Al primo posto il piatto unico, meglio se vegetariano, forse non tanto o non solo per esigenze salutistiche quanto piuttosto perché in vacanza il tempo dedicato alla cucina non è poi così tanto. Sul podio anche pasta e pesce, mentre si consuma meno la carne. Per le bevande, invece, tanta acqua per rimanere idratati e birra più che vino.

## **LA SPESA FUORICASA E L’ANDAMENTO DEI CONSUMI ESTIVI**

La spesa per il cibo dei 24 milioni di italiani che andranno in vacanza quest’estate – 11 milioni solo ad agosto – è di 6,5 miliardi, tant’è che quella per pranzi e cene in locali e ristoranti è la prima voce di spesa nel budget dei turisti.

Numeri importanti che, tuttavia, non sono sufficienti a fornire un quadro positivo dei consumi estivi dei due mesi già conclusi (giugno e luglio) e neppure di quello che sta per iniziare (agosto).

Tra i ristoratori i pessimisti prevalgono nettamente sugli

ottimisti, e la maggioranza pensa che l'estate 2019 sarà come l'estate 2018. I risultati di giugno sono più o meno in linea con quelli dello scorso anno, è a luglio che la valutazione diventa più negativa, con un saldo tra chi ritiene che il mese sarà migliore dell'anno scorso e chi, al contrario, ritiene che sarà peggiore pari a -21,9%. Ad agosto la situazione migliora, ma sempre con molte riserve (-15,8%).

È tuttavia sul turismo interno che i giudizi sono più cauti, mentre per gli stranieri le indicazioni risultano improntate a maggior ottimismo. Nel dettaglio, il saldo tra chi dice che sono in aumento i flussi di italiani e chi dice che sono in flessione è pari a -9,6%, mentre il saldo delle risposte sui flussi degli stranieri è positivo (+5,7%).

È già tempo di tirare le somme anche se la stagione è ancora lontana dalla chiusura. Il sentiment della ristorazione è fortemente negativo con un saldo tra chi si aspetta una stagione migliore dell'anno scorso e chi, al contrario, se l'aspetta peggiore pari a -22%.

“Anche quest'anno la stagione estiva, complici le sempre più ricorrenti condizioni meteo sfavorevoli, ha faticato a prendere il via. – commenta Stoppani – Ma il meteo da solo non basta a spiegare un quadro di pessimismo così accentuato tra i nostri imprenditori. Il clima di incertezza che si respira nel Paese è la vera zavorra che impedisce ai consumi, anche a quelli turistici, di spiccare il volo. Ma siamo ancora nel pieno della stagione e solo alla fine tireremo le somme”.