

Turismo in Lombardia, voglia di ripartenza in un clima di grande instabilità

La guerra in Ucraina, i rincari energetici e l'inflazione incidono negativamente sul comparto, ma le aspettative ora sono riposte nel mercato europeo e interno

Voglia di ripartenza, ma tanta preoccupazione ed incertezza a causa della guerra in Ucraina e per i rincari di energia e materie prime, con l'inflazione che riduce ulteriormente i consumi. È questo il sentiment – registrato da Confcommercio Lombardia – del comparto del turismo lombardo che, dopo il lungo periodo di inattività e difficoltà dovuto alle restrizioni, aveva iniziato a guardare con speranza alla roadmap definita in Consiglio dei Ministri sul fronte dell'allentamento delle norme Covid.

Il mancato arrivo dei turisti dalla Russia e da altri Paesi dell'est peserà maggiormente su alcuni territori rispetto ad altri – a Lecco nel periodo pre-Covid rappresentavano il 5% delle presenze totali, a Livigno per la fine della stagione invernale stimano un calo di presenze tra il 20 e il 30%, a Milano rappresentano il 12% della spesa dei turisti extra UE.

Le aspettative ora sono riposte nel mercato europeo e soprattutto interno, anche se per la Pasqua e i ponti primaverili è ancora difficile fare una previsione, alla luce della tendenza a prenotare all'ultimo minuto.

L'aumento dei costi energetici – con i conseguenti rincari – ha un effetto sia sulle imprese in termini di riduzione della marginalità sia sulle famiglie per la riduzione alla propensione ai consumi con il rischio, insieme al notevole aumento dell'inflazione, di rendere vani tutti gli sforzi ed il recupero registrato nel 2021.

“La guerra in Ucraina oltre ad essere un dramma umanitario avrà una forte impatto sul turismo e sull’economia lombarda in generale – afferma il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti – Bene il percorso delineato dal Governo verso l’uscita dallo stato d’emergenza e le misure previste per il taglio dei costi energetici, ma chiediamo alle Istituzioni di intervenire in modo deciso sulla carenza di liquidità e la scadenza delle moratorie, perché in questo clima di così grande incertezza non possiamo permetterci di lasciare indietro le piccole imprese fondamentali per la nostra economia”.

Bergamo, Alba e Parma: tre Ascom insieme per promuovere la creatività gastronomica

Siglato il protocollo di intesa nell’ambito del Distretto delle Città Creative Unesco per la Gastronomia: in arrivo azioni comuni per ristorazione e turismo

È stato siglato ieri, venerdì 21 gennaio, presso la Sala del Consiglio comunale di Alba il “Protocollo di intesa nell’ambito del Distretto delle Città Creative Unesco per la Gastronomia” tra Associazione Commercianti Albesi, Ascom Bergamo e Ascom Parma. L’accordo segue la firma di un analogo documento avvenuta in ottobre tra le tre città italiane, uniche a essere insignite del riconoscimento che premia la creatività culinaria.

La firma in calce all’intesa è stata apposta dai presidenti delle tre Ascom: per Alba Giuliano Viglione, per

Bergamo Giovanni Zambonelli, per Parma Vittorio Dall'Aglione, presenti anche il direttore e il vice direttore ACA, Fabrizio Pace e Silvia Anselmo, il direttore del Consorzio Turistico Langhe Monferrato Roero Elisabetta Grasso e i direttori di Ascom Bergamo Oscar Fusini e di Ascom Parma Claudio Franchini, nonché gli organi di informazione. L'impegno comune sarà quello di realizzare iniziative ed eventi che colleghino ulteriormente i tre territori italiani all'insegna della loro vocazione, nell'ottica di imprimere forza e rappresentatività ai sistemi economici sia in senso individuale che unitario nel panorama nazionale.

«L'incontro di oggi – afferma il **presidente di Ascom Bergamo, Giovanni Zambonelli** – sancisce l'unione di tre territori ad alta vocazione enogastronomica che condividendo una visione desiderano dare un ulteriore sviluppo alla cultura del settore ed aumentare l'attrattività turistica. L'estate scorsa ci ha insegnato quanto sia forte il desiderio di tornare a viaggiare, con un ritorno di un turismo estero (Francia, Svizzera, Germania che avevamo un po' perso) e con un'esplosione di flussi dai Paesi dell'Est, particolarmente sensibili al richiamo enogastronomico».

«Bergamo, Alba e Parma si promuovono come un'unica, allargata destinazione turistica creando collaborazioni e alleanze tra le rispettive associazioni di categoria, gli operatori economici e le istituzioni formative, a conferma che la relazione tra le amministrazioni comunali può essere rafforzata attraverso alleanze tra i "corpi intermedi" delle rispettive città, interessati al tema enogastronomico, anche, quindi, commerciale e turistico – sottolinea **Giorgio Gori, sindaco di Bergamo** -. Non posso che ringraziare Ascom di aver colto questa opportunità, dando l'esempio perché queste sinergie possano svilupparsi anche nell'ambito di altre categorie».

«Creative Cities – sottolinea il **presidente ACA Giuliano Viglione** – è un network nel quale sono state ammesse 295

località di tutto il mondo, nei vari settori dell'economia e della cultura. Uno dei temi che l'Unesco pone alla base di questa rete è la collaborazione per una crescita comune, attraverso regolari scambi di esperienze. Tredici sono le città italiane riconosciute per le proprie peculiarità e Bergamo, Parma ed Alba sono quelle individuate per l'enogastronomia, una fama che le accomuna: la firma del protocollo di intesa rinsalda la volontà di cooperare con azioni condivise».



«In un Paese come l'Italia – aggiunge **Vittorio Dall'Aglia, Presidente Ascom Parma** – primo nel mondo proprio per l'eccellenza e la qualità dei suoi prodotti enogastronomici, queste tre città si ritrovano oggi accumulate da un prestigioso riconoscimento che deve essere promosso e valorizzato il più possibile. Cultura del cibo e qualità dei prodotti gastronomici costituiscono infatti un grande patrimonio di visibilità che, unitamente agli altri punti di forza che queste città naturalmente possiedono (come arte, storia e natura) deve essere valorizzato e messo a sistema per attrarre flussi di turismo principalmente dai mercati internazionali. L'accordo sottoscritto oggi conferma ancora una volta che unire le forze nella promozione turistica dei nostri territori è l'arma vincente».

«Ci fa piacere che le Ascom di Alba, Bergamo e Parma abbiano deciso di firmare la loro alleanza nella nostra città – considerano il **sindaco di Alba Carlo Bo** e **l'assessore albese alle Città Creative Unesco Emanuele Bolla** -. Il network delle Città Creative nasce proprio per creare sinergie e collaborazioni e questa iniziativa dimostra ancora una volta che il grande lavoro svolto in rete contribuisce a rafforzare i territori. Il Comune di Alba, insieme all'Associazione Commercianti Albesi, sta investendo molto nel settore della gastronomia, che rappresenta sempre più un prodotto turistico da valorizzare in modo coordinato con tutti gli enti e le istituzioni locali: nel 2022 ci aspettano grandi sfide e l'alleanza tra Alba, Bergamo e Parma è uno strumento in più per affrontarle al meglio».

Nell'occasione, oltre ai vertici delle rispettive realtà associative di ambito Confcommercio-Imprese per l'Italia, hanno partecipato il **presidente** e il direttore generale di **Fipe** (Federazione italiana pubblici esercizi), **Lino Stoppani** e Roberto Calugi. «Alba, Bergamo e Parma – afferma Stoppani – sono i tre lati di un distretto gastronomico italiano unito da materie prime e prodotti tipici straordinari. Ma sono anche tre territori con una storia e un potenziale eccezionale dal punto di vista della ristorazione, dove qualità, creatività e cultura si uniscono creando quel patrimonio dell'umanità che l'Unesco tutela e promuove. Fipe è felice di far parte di questa storia di valore e valori, interpretati dai pubblici esercizi quali “beni culturali viventi” e raccontati anche dalla nostra Carta dei Valori della ristorazione che mettiamo a disposizione di questo progetto».

A cena, in due e prenotando da app: come cambiano le abitudini al ristorante in tempi di Covid

Quanto durerà la ripresa e quali saranno i trend gastronomici del nuovo anno? The Fork fa un bilancio del 2021 e traccia le prossime tendenze nella ristorazione

È un bilancio della ristorazione italiana in chiaro scuro quello tracciato da The Fork, piattaforma leader nella prenotazione online dei ristoranti, che ha analizzato le performance in termini di domanda e risultati e ha identificato quali saranno le tendenze della ristorazione, al fine di definire alcuni dati rilevanti, utili ai ristoratori per uscire dalla situazione di crisi e assicurarsi una ripresa durevole.

“Anche quest’anno è stato particolarmente difficile per il settore, ma vogliamo continuare a essere fiduciosi: la tanto attesa ripresa sembra essere finalmente vicina e i nostri utenti ancora una volta mostrano il desiderio di andare al ristorante anche in un contesto sanitario non ancora del tutto stabile – spiega Damien Rodière, Country Manager Italia di TheFork – La nostra missione è quella di sostenere i ristoratori nella digitalizzazione delle loro attività e di contribuire alla loro crescita. Per tornare definitivamente ai livelli pre-Covid e superarli, continueremo sulla via dell’innovazione, soprattutto sul fronte dei pagamenti digitali con il nostro servizio TheFork PAY, ribadendo il trend positivo e portando ancora più clienti nei ristoranti”.

Le prenotazioni in Italia tornano a crescere

La riapertura dei ristoranti nel 2021 ha portato risultati incoraggianti: nel 2021 TheFork Italia ha registrato infatti +11% di prenotazioni rispetto al 2020. In particolare, nonostante l'iniziale incertezza dovuta all'introduzione del pass sanitario, i livelli di prenotazione in Italia hanno iniziato a risalire nel trimestre estivo, registrando da giugno a agosto un +15% di prenotazioni rispetto al 2020, con un picco in agosto (+4,5% rispetto allo stesso mese del 2020 e, soprattutto, +4% rispetto al 2019). Trend che è proseguito anche nei mesi successivi grazie alla nuova edizione del TheFork Festival, evento che sostiene il settore con uno sconto del 50% valido in più di 2.000 ristoranti in Italia e che ha consolidato la tendenza positiva della scorsa estate. In ottobre, infatti, TheFork ha registrato in Italia il record di prenotazioni: +31% rispetto allo stesso mese del 2020 e +5% rispetto al 2019.

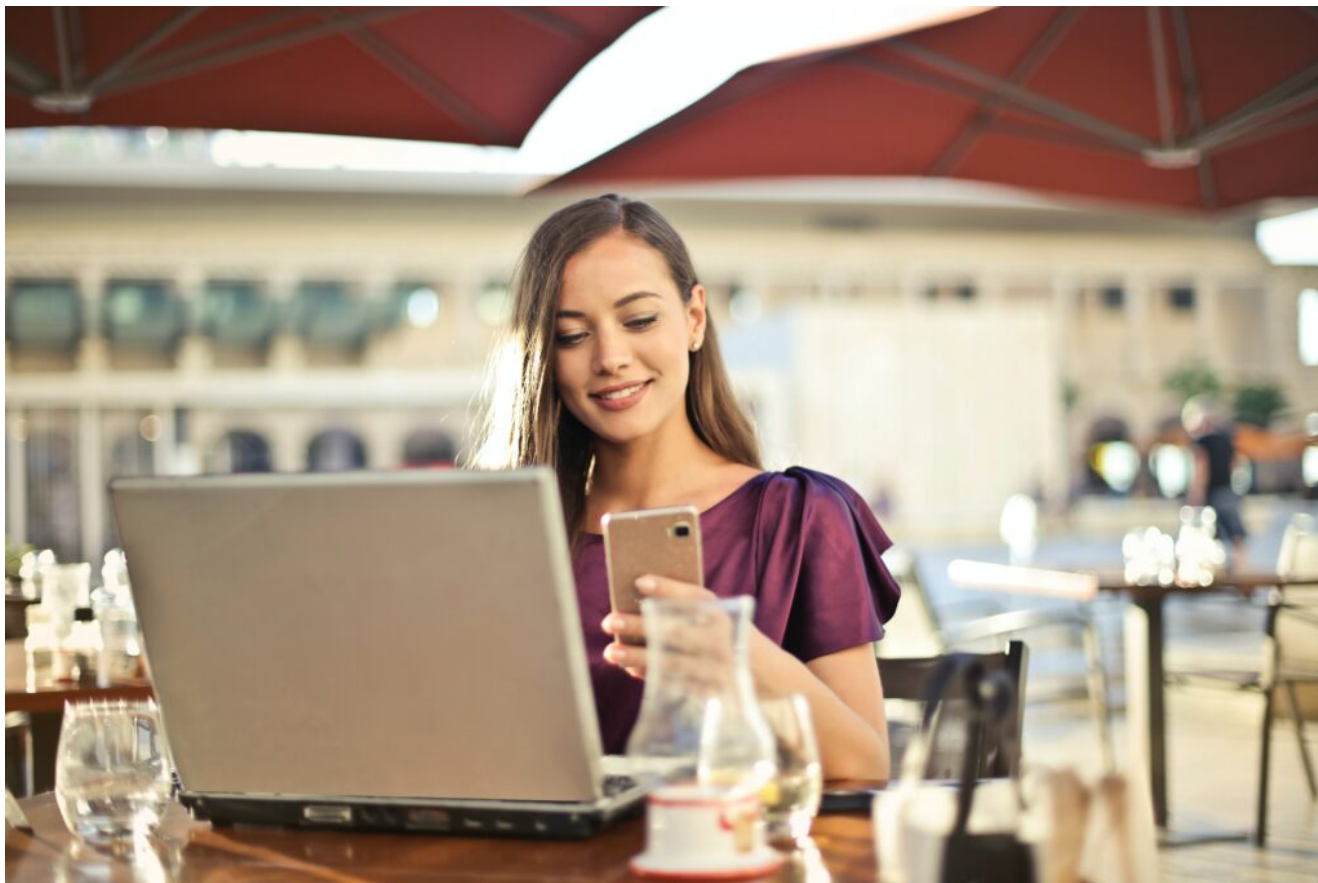
Per quanto riguarda il turismo in Italia, il 14% delle prenotazioni sono state effettuate da stranieri, tornando ai livelli del 2019 (nel 2020 erano al 9%). Nell'intero anno il numero di prenotazioni effettuate da stranieri è cresciuto del 46% rispetto al 2020. La provenienza dall'estero degli utenti di TheFork è molto variegata e copre diversi Paesi europei e non solo: Francia (2%), Canada e Stati Uniti (1,6%), Germania (1,6%), Svizzera (1%), Spagna (0,9%), Regno Unito (0,7%). Nei tre mesi estivi del 2021 sono state effettuate +75% prenotazioni di coperti da parte di stranieri rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Guardando in valore assoluto le prenotazioni nell'intero corso del 2021 in Italia, la top 5 delle regioni in cui si è prenotato di più sono: Lombardia, Lazio, Toscana, Piemonte e Campania. Le città con più prenotazioni, invece, sono Roma, Milano, Firenze, Torino e Napoli.

Le abitudini al ristorante: a cena, in due e prenotando da app

Nel 2021 il 30% degli utenti di TheFork ha prenotato per pranzo ma è la cena a confermarsi il momento prediletto per recarsi al ristorante: nella prima parte dell'anno il tasso di prenotazione era al 52%, passato al 76% nei sei mesi successivi. Anche quest'anno il sabato risulta essere il giorno preferito per prenotare fuori (26%), seguito dalla domenica (19%) e dal venerdì (15%). Il 41% degli utenti della piattaforma tende a prenotare con 4 ore o meno di anticipo (la media dell'anno è di 6,7 ore) e nel 2021 sono stati soprattutto i tavoli da 2 persone (61%) a esser favoriti, seguiti da quelli per 4 o più persone (22%) e da quelli da 3 (13%). Per quanto riguarda il tipo di cucina preferita, il 15% degli utenti ha scelto la cucina mediterranea, il 13% le pizzerie, il 12% la cucina italiana, l'11% i ristoranti di pesce e il 6% quelli giapponesi.

Una prenotazione su quattro è stata rivolta ai ristoranti della [selezione INSIDER](#) e il 4% verso i ristoranti della Guida MICHELIN. Passando allo scontrino medio, il 70% degli utenti ha speso tra i 25 e i 50 euro e il 27% meno di 25 euro. Poco meno della metà delle prenotazioni (45%) è stata effettuata usufruendo di sconti mentre la quasi totalità (90%) è avvenuta tramite l'applicazione, con solo il 4% da desktop e il 6% da sito mobile. Da gennaio a dicembre 2021 notevole crescita anche per il metodo di pagamento contactless TheFork PAY, il cui utilizzo è raddoppiato.



I trend della ristorazione nel 2022

Negli ultimi due anni abbiamo assistito a molti cambiamenti a causa della pandemia che ha completamente stravolto abitudini e stili di vita, il tutto acuito da un incremento dei problemi ambientali ma anche da un ulteriore sviluppo di tecnologie in cui il mondo virtuale continua a soppiantare il nostro rapporto con la realtà. Questi cambiamenti stanno mettendo gli individui di fronte a un contesto incerto, si tratti di salute, ambiente, economia o identità. La nostra società è come sospesa tra due tendenze opposte: una slow, in cui hanno la precedenza l'ascolto di sé stessi e degli altri così come la conservazione delle risorse, e una fast, per cui le nostre relazioni sono sempre più modificate dalla tecnologia in chiave di velocità e immediatezza. TheFork, in collaborazione con NellyRodi, ha decifrato l'impatto di queste evoluzioni nel mondo della ristorazione e del food individuando quattro macro tendenze.

Ritorno alle origini: la riscoperta di prodotti antichi e la

rinascita delle cucine del mondo diventano una presa di coscienza culturale. In un contesto incerto il ritorno ai valori e ai prodotti di un tempo corrisponde al bisogno di sicurezza e stabilità. Cereali antichi, pane e prodotti di panificazione, caffè sono alimenti rifugio che stanno riconquistando centralità. Il ritorno alle origini coinvolge anche le tradizioni culinarie, con l'affermazione di nuove scene gastronomiche come quella africana e sudamericana.

Cibo per un futuro migliore: l'evoluzione delle pratiche sostenibili viene fatta propria dai protagonisti e dai talenti del mondo food, supportati dalla tecnologia, per promuovere processi responsabili e consapevoli. Poiché la richiesta globale di cibo genera dal 22 al 37% di emissioni di gas serra, le abitudini alimentari e produttive devono cambiare in una prospettiva più virtuosa e tutti gli operatori del settore possono avere un ruolo fondamentale. Riduzione degli sprechi, coltivazioni urbane, prodotti plant-based e progetti sostenibili sono i trend di un movimento che vuole rendere il cibo più rispettoso dell'ambiente. Anche i grandi nomi del mondo gastronomico stanno prendendo consapevolezza del loro impatto e vogliono porre rimedio. David Humm, chef tre stelle MICHELIN del ristorante 11 Madison Square di New York, ha deciso di non servire più carne, consapevole del suo impatto ambientale e ha aperto una mensa per i poveri. In Francia Nadia Sammut è la prima chef gluten-free ad aver ottenuto la stella MICHELIN, nel suo tentativo di rivendicare una cucina slow food fatta di ingredienti biologici, locali, stagionali e da filiera sostenibile.

Self Food: l'impatto del cibo sul nostro benessere, sia psichico che fisico, è sempre più importante. Nel contesto di una crisi sanitaria globale, l'importanza del benessere personale e del prendersi cura di sé (self care) è sempre più centrale nella nostra società. La cura personale dipende molto dalle nostre fonti di energia e il cibo è la risorsa primaria da cui attingere le energie migliori. Tra le tendenze in

questo senso troviamo la creazione di certificazioni che attestino la qualità del cibo offerto, forniture alternative agli alcolici e alcune limitazioni ai piaceri della tavola.

Cibo oltre al piatto: le più recenti innovazioni tecnologiche possono portare benefici al mondo del food. Nel bene e nel male il Covid-19 è stato un acceleratore della trasformazione digitale già in atto. L'urgenza di agire di fronte alla pandemia ha dato a molte aziende l'opportunità di fare innovazione ma anche di trovare nuovi modi per attirare utenti in cerca di nuove esperienze quando le limitazioni contraevano le opportunità in presenza. Il lancio del metaverso, lo sviluppo degli NFT e le criptovalute sono tutte novità pronte a rivoluzionare la nostra quotidianità, ma cosa c'entrano col mondo del cibo? Alcune tecnologie, come la stampa 3D di alimenti, la realtà aumentata e le NFT culinarie, proseguiranno il loro percorso fino a risultati inaspettati. Queste innovazioni ovviamente non sostituiranno le esperienze gastronomiche tradizionali ma in qualche modo le sublimeranno e trascenderanno, in modo da offrire pratiche sempre più emozionanti e durature.

Il Ponte dell'Immacolata fa tornare i turisti sulle montagne bergamasche

Dalla Valle Seriana alla Valle Brembana il trend delle prenotazioni è positivo. Male invece la città

Il Ponte dell'Immacolata fa tornare i turisti sulle montagne bergamasche. Dalla Valle Seriana alla Valle Brembana il trend

delle prenotazioni è infatti positivo e fa ben sperare gli albergatori anche in vista delle festività natalizie. È quanto emerge da un'indagine effettuata da Ascom Confcommercio Bergamo intervistando alcuni alberghi delle principali località turistiche della provincia.

Le prenotazioni negli alberghi fino al prossimo fine settimana fanno finalmente sorridere gli albergatori dopo mesi difficili. Complici il bel tempo, i mercatini e l'apertura della stagione sciistica, i turisti – quasi tutti italiani, in prevalenza lombardi – non si sono fatti attendere: da Foppolo a Castione della Presolana passando per Clusone e San Pellegrino Terme gli alberghi stanno registrando una capienza di oltre il 60%, con picchi fino al 90%.

Bene anche il turismo a bassa quota. Il lago d'Endine si conferma meta ideale per una sosta di ristoro o un soggiorno mordi e fuggi per i turisti diretti alle località sciistiche di Ponte di Legno-Tonale, e il lago d'Iseo continua a godere di un bel trend: dopo un ottobre-novembre molto positivi, infatti, anche dicembre sta facendo registrare negli alberghi della cittadina diverse prenotazioni e non mancano le prime conferme per Natale e Capodanno.

E proprio le festività in arrivo si configurano come il vero banco di prova per la stagione invernale ormai alle porte, soprattutto in montagna. Come conferma Federalberghi, anche se le misure di contenimento la risalita dei contagi allontanano le ipotesi di nuove ulteriori restrizioni, la situazione del settore turistico rimane complicata e molti preferiscono aspettare a prenotare, se non a rinunciare al viaggio programmato. Un atteggiamento attendista che riflette la situazione di incertezza del momento e che sta portando gli alberghi a gestire prenotazioni last minute o a proporre la cancellazione gratuita entro i 3 giorni dalla prenotazione, piuttosto che a calendarizzare fino all'Epifania come in tempi precovid.

Male il turismo a Bergamo dove dopo un ottimo weekend che ha

portato in città appassionati di Donizetti, in questi giorni le prenotazioni latitano e, in particolare, gli albergatori si chiedono il motivo dell'assenza degli spagnoli in vista della partita di Champions League di mercoledì. A questo si aggiunge un clima di sfiducia più generale che non consente di fare previsioni certe in vista di Capodanno.

“Adesso ci auguriamo che l'arrivo della neve previsto nei prossimi giorni completi un quadro già positivo che ha potuto beneficiare di un calendario favorevole – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. In vista delle festività possiamo dire che il turismo in Bergamasca deve convivere con due effetti contrastanti: da una parte la paura e l'incertezza che rallentano le prenotazioni, dall'altro il vantaggio che la Bergamasca è una meta facilmente raggiungibile in auto e, soprattutto, da un turismo regionale. Preoccupa invece la città dove le disdette fioccano”.

Terziario, cresce il clima di fiducia ma indici ancora lontani dai livelli pre pandemia, soprattutto nel turismo

Il settore è ancora in apnea rispetto a commercio e servizi che stanno tornando a vedere la luce in fondo al tunnel anche in vista del 2022

Le imprese del terziario di Bergamo tornano a mostrare livelli di fiducia più elevati nel secondo semestre del 2021 e nonostante un'ulteriore prospettiva di miglioramento nei confronti dell'andamento economico della propria impresa in vista della fine dell'anno, gli indicatori sono ancora molto lontani dai livelli pre-covid. Il clima di fiducia registrato deve infatti fare i conti con un atteggiamento prudentiale dovuto alla possibile recrudescenza della pandemia e che a Bergamo frena gli entusiasmi rispetto al sentiment nazionale, soprattutto nel turismo, settore ancora in apnea rispetto a commercio e servizi che stanno tornando a vedere la luce in fondo al tunnel.

A fornire il quadro sull'evoluzione degli indici economici del terziario bergamasco sono i risultati della ricerca "Clima di fiducia e congiuntura economica delle imprese del terziario Bergamo" realizzata da Format Research per conto di Ascom Confcommercio Bergamo. L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare, descrivere e analizzare il clima di fiducia (sentiment), l'andamento dell'impresa e i livelli di occupazione delle imprese del terziario di Bergamo sia a livello congiunturale (ultimi sei mesi rispetto ai sei mesi precedenti) sia a livello prospettico (situazione nei sei mesi successivi alla rilevazione rispetto ai sei mesi precedenti). L'Osservatorio sul terziario delle imprese di Bergamo è basato su un'indagine continuativa, a cadenza semestrale, effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario (commercio, turismo e servizi) della provincia di Bergamo (n. 700 interviste a buon fine ogni semestre).

Clima di fiducia delle imprese bergamasche

Il clima di fiducia nell'economia italiana delle imprese di Bergamo del terziario è a quota 27%, in aumento di sette punti rispetto al primo semestre 2021 ma sotto quello nazionale che è al 33%. Le previsioni per il nuovo anno prevedono un ulteriore miglioramento (29% contro il 38%

nazionale) anche se siamo ancora nettamente al di sotto del clima di fiducia prima della pandemia (42%). A influenzare pesantemente il clima è il sentiment delle imprese del turismo con un indice del 21% e, in particolare, delle microimprese con 1 addetto e le piccole fino a 5 addetti che nelle aspettative restano nettamente sotto media.

È invece in miglioramento il sentiment per l'andamento della propria impresa che risale al 32% (+2% rispetto al primo semestre 2021) ma sempre inferiore rispetto al dato nazionale che si attesta a 41%. Le previsioni per il 2022 danno un ulteriore recupero al 33% (contro il 48% dell'Italia).

Entrando nel merito dei singoli settori si nota che mentre i servizi e commercio stanno recuperando la perdita (41% e 35%, con proiezione nel 2022 l 42% e 36%), restano pessime le aspettative sulla ripresa della propria impresa nel settore del turismo (19% e 21%).



Ricavi delle imprese bergamasche

La fiducia crescente delle imprese riflette l'andamento dei ricavi. L'indicatore dell'andamento dei ricavi delle imprese del terziario orobico è in miglioramento al 34%, siglando un +3% rispetto al primo semestre 2021 ma sotto di sei punti rispetto al dato nazionale. Le previsioni danno un aumento ulteriore al 36% per il 2022. Anche in questo caso, mentre il recupero è deciso nel settore dei servizi (42% con proiezione a fine anno a 44%), e in parte nel commercio (36% con proiezione per l'anno nuovo a 38%), resta debolissimo il turismo con un indice al 21% e un recupero al 24% nel 2022. Riguardo alla dimensione di impresa, nell'indice dei ricavi restano pesantemente sotto media le micro e le piccole fino a 6 addetti, mentre il recupero è più marcato in quella di grandi dimensioni.

Andamento occupazione

Rispetto alle previsioni, la fine del congelamento dei licenziamenti non ha provocato gli effetti negativi che preoccupavano gli imprenditori del terziario di Bergamo nei mesi precedenti e l'indice sull'occupazione ha perso molto meno rispetto al dato nazionale. Sebbene l'indice sia 7 punti sotto quello del secondo semestre 2019, il valore è a 44 (+4% rispetto al primo semestre 2021) e nettamente superiore rispetto all'indice nazionale (29%) e le previsioni per il 2022 danno un ulteriore aumento di 2 punti. Servizi e commercio (con rispettivamente 49% e 47%) sono i settori dove si è tornare ad assumere di più, mentre il turismo tocca quota 35, con previsione al 38% a fine anno. A pagare sono soprattutto le imprese da 2 a 5 addetti, nettamente sotto media.

“Il sistema del terziario bergamasco è ripartito ma a due velocità – sottolinea **Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo** -. Il mondo dei servizi e in parte anche il commercio con le imprese più strutturate hanno infatti già

agganciato quasi totalmente la ripresa, mentre il turismo e le imprese con meno di 6 addetti sono a livelli di ricavi nettamente al di sotto dei numeri del 2019. Il sano e tipico pragmatismo bergamasco nel fare impresa rende il clima di fiducia più basso rispetto al sentiment nazionale. Ciò nonostante, l'occupazione fa ben sperare sul territorio ed è molto importante e positivo il fatto che tutti i settori, turismo compreso, siano tornati ad assumere".

Lavoratori del turismo, sospeso a novembre l'elemento economico di garanzia previsto dal CCNL

Le mutate condizioni rispetto al momento della sottoscrizione del contratto non rendono possibile erogare il trattamento retributivo una tantum legato alla produttività

Secondo Ascom Confcommercio Bergamo, le aziende del turismo possono sospendere e non corrispondere l'importo annuale previsto a titolo di elemento economico con la retribuzione del mese di novembre. Tale posizione, avvalorata anche da Fipe nazionale, è dettata dalle mutate condizioni rispetto al momento della sottoscrizione del CCNL che non rendono possibile erogare il trattamento retributivo una tantum legato alla produttività in una situazione di grave crisi economica come quella che tutte le imprese del settore hanno attraversato e stanno tuttora vivendo, legata alle perduranti incertezze generate dalla pandemia.

*“La decisione, trova il fondamento nell’articolo 13, comma 13, del CCNL 8 febbraio 2018, esplicito nella previsione della fattispecie di deroga all’obbligo con il richiamo ‘a fronte di situazioni economiche di particolare rilievo o con riferimento ad eventi estremi’ – sottolinea **Enrico Betti, responsabile area Politiche del lavoro Ascom Confcommercio Bergamo**. Inoltre, l’elemento economico di garanzia è un trattamento legato alla produttività e le norme contrattuali per il premio di risultato si applicano anche all’elemento economico di garanzia”.*

“Naturalmente dobbiamo evidenziare che ci potrebbero essere azioni di rivalsa da parte dei lavoratori e/o delle Organizzazioni sindacali il cui esito giudiziale è incerto – conclude Betti -. Invitiamo le imprese a contattare l’Area Politiche del Lavoro, Welfare e Relazioni Sindacali”.

Ristoratori, agricoltori e produttori insieme per rilanciare la filiera agroalimentare

All’assemblea Fipe presentata la “Carta dei Valori” della ristorazione italiana. Beltrami: “Sono necessarie politiche lungimiranti di sostegno alle filiere”

Un patto di filiera tra ristoratori, produttori e agricoltori che vuole essere anche un appello al governo e alla politica intesa nel suo insieme. Obiettivo: istituire un tavolo di coordinamento che si occupi delle politiche dell’intera filiera agroalimentare, indispensabile in una fase di

ripartenza di un settore che vuole tornare ad essere trainante ed attrattivo, superando alcuni gap strutturali che non consentono di sfruttare a pieno le grandi potenzialità. È stata presentata all'assemblea della Federazione dei Pubblici Esercizi la "Carta dei Valori" della ristorazione italiana, documento che vuole tracciare le linee guida del rilancio del settore nel post pandemia sono stati i rappresentanti di Fipe, Confagricoltura, Coldiretti, Unione Italiana Food e Siae per il ruolo della musica nei Pubblici Esercizi.

Curata da Davide Rampello, storico e curatore del padiglione Italia a Expo 2021 Dubai, la "Carta dei Valori" è un documento che contiene le linee di azione per la promozione e la valorizzazione delle nostre eccellenze enogastronomiche, definiti beni culturali viventi a cui la ristorazione dà corpo, rinnovamento e racconto. Tra i firmatari, Massimo Giansanti, presidente di Confagricoltura, David Granieri, vice presidente Coldiretti, Marco Lavazza, presidente di Unione italiana Food, Giulio Rapetti Mogol, presidente Siae e, oltre a Lino Enrico Stoppani presidente di Fipe-Confcommercio, Carlo Sangalli, presidente nazionale Confcommercio e il ministro Massimo Garavaglia.

Un tavolo di coordinamento

"La ristorazione è pronta ad andare oltre i drammi e le incognite del recente doloroso periodo, riprendendo il suo ruolo strategico per le filiere dell'agroalimentare e del turismo – sottolinea **Giorgio Beltrami, presidente gruppo Caffè Bar e Gelaterie Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere Fipe nazionale** -. Per farlo meglio è necessario adottare una strategia unitaria in grado di valorizzare l'intero Sistema Paese. Come? Istituyendo un soggetto ad hoc che svolga una funzione di regia e un lavoro di raccordo e integrazione di filiera, tra agricoltura, industria alimentare, distribuzione e ristorazione e turismo, anche per favorire il nostro export. Di fatto, per la nostra categoria poter contare su un unico

interlocutore potrebbe aprire una nuova fase di rappresentanza per tutto il mondo dell'Horeca, dell'agroalimentare e del turismo, settori di fatto strettamente interconnessi e vanto del made in Italy".

Scenari di crescita che trovano conferma anche nei numeri. Nel 2021, dicono i dati dell'associazione aderente a Confcommercio, la spesa degli italiani per consumi alimentari fuoricasa tornerà ad oltre 63 miliardi di euro, con un incremento del 17,2% rispetto al 2020, ma ancora sotto i livelli pre-covid per oltre 20 miliardi di euro. Più contenuto l'aumento della spesa alimentare domestica: +0,8% rispetto allo scorso anno.

Rilanciare e valorizzare nuove politiche dell'intera filiera agroalimentare diventa quindi indispensabile in una fase di ripartenza di un settore che vuole tornare ad essere trainante ed attrattivo, superando alcuni gap strutturali che non consentono di sfruttare pienamente le grandi potenzialità. "Il settore presenta due principali problemi: produttività e attrattività – ha ricordato **Lino Enrico Stoppani presidente di Fipe-Confcommercio** -. Se a questi aggiungiamo l'incertezza delle prospettive post Covid e le distorsioni create da generose politiche di sussidio sono spiegate le difficoltà di reperimento di risorse umane adeguate e l'emorragia di competenze".



Il rinnovo del contratto nazionale di categoria

Il rinnovo del contratto nazionale di categoria, in scadenza il 31 dicembre, sarà un passaggio decisivo per affrontare questo problema, ma parallelamente sono necessari interventi di breve periodo. Dalla decontribuzione dei salari a tempo determinato o almeno fino alla fine della crisi pandemica, alla revisione del Decreto flussi, indispensabile per il reperimento di quella manodopera necessaria a svolgere le mansioni per le quali non si trovano persone disponibili tra i nostri connazionali.

Il lavoro principale, tuttavia, è quello di ricostruire la fiducia in un comparto che per guardare al futuro sa di dover investire anche sulla digitalizzazione e sullo sviluppo di servizi sostenibili. Strumento strategico per facilitare questa trasformazione 4.0 saranno i bandi contenuti nel PNRR riservati alle imprese del turismo, primi tra tutti

quelli sull'ammodernamento e sull'efficientamento energetico. Una quota di questi fondi potrà essere richiesta anche dai Pubblici Esercizi, come assicurato dal ministro del Turismo, Garavaglia.

La paura dell'inflazione e della risalita dei contagi

All'orizzonte, rimangono tuttavia due spauracchi: l'inflazione e la risalita dei contagi. "Le nostre imprese – ha spiegato Stoppani – segnalano forti tensioni sui prezzi di acquisto delle materie prime e in taluni casi difficoltà di approvvigionamento ed è pertanto necessario un attento presidio da parte del Governo proprio per contrastare eventuali fenomeni speculativi".

Mentre sul fronte della risalita dei contagi, il Presidente ha ribadito l'assoluta fiducia nel vaccino come argine a ogni nuova ipotesi di chiusura, anche parziale, dei Pubblici Esercizi e ha lanciato un appello alla responsabilità a chi da mesi manifesta ogni settimana, contro il green pass, infrangendo regole e aggiungendo rischi pericolosi. "A forza di proteste senza regole – ha precisato – si rischia di condannare la lotta contro il virus all'irrisolubilità".

"Basta chiusure – conclude Beltrami -. Non possiamo più permettercelo. In questi mesi la Fipe ha giocato un ruolo chiave per la difesa di tutta la categoria: la sua voce è stata forte e la pandemia ha consentito alla Federazione di consolidarsi e di acquisire una nuova visibilità. Merito anche, come ricordato dallo stesso presidente Stoppani, del lavoro svolto da Confcommercio e in particolare del nostro presidente Carlo Sangalli".

Il turismo come risorsa della Valle Seriana

“Vivere bene, un domanda politica” è stata la due giorni di eventi promossi da Confcooperative Bergamo, Diaforà La Fenice e la Comunità montana Valle Seriana, in collaborazione con l'editore il Mulino, che ha avuto luogo ad Albino lo scorso fine settimana.

Molti i problemi emersi tra cui il più grave quello legato alla viabilità che vede il collegamento con il capoluogo Bergamo al limite del collasso. Eppure la Valle Seriana ha un grande potenziale, sebbene ci sia molto da costruire e da ricostruire. Non è una caso che il territorio considerato la “Silicon valley” dell'economia bergamasca degli anni '80 costituisca oggi il simbolo e la principale esperienza del cambiamento che ha caratterizzato il sistema economico e produttivo bergamasco. La Valle Seriana ha pagato caro il dazio della caduta del settore tessile di qualche lustro fa.

Del resto la ricerca “Bergamo smart land. Fare rappresentanza nella transizione del capitalismo intermedio”, elaborata dal Consorzio AASTER di Aldo Bonomi nel 2017 per conto del comitato Imprese & territorio, evidenziava già la transizione e le difficoltà emergenti. Lo studio sottolineava come la scena “industriale” e “sociale” proponesse anche da noi due grandi fratture, la prima “interna” al campo produttivo, la seconda riguardante i rapporti sociali complessivi.

La prima era rappresentata dalla polarizzazione tra l'élite manifatturiera particolarmente dinamica e la maggioranza delle imprese in strutturale difficoltà, mentre la seconda faglia, più sociale che economica, evidenziava che nei territori manifatturieri l'avanguardia industriale non riusciva più a mettersi sulle spalle anche il resto della società, come accadeva, nonostante tutto, fino a dieci anni prima. Tendenze che la pandemia ha rafforzato ed accelerato. Questo è il

quadro nel quale è inserita oggi la Valle Seriana che resta tra i più ricchi territori a livello nazionale, scosso da un crescente dualismo tra eccellenza e nuove povertà, tra cui quella di posti di lavoro che obbliga molti giovani a cercare in pianura (e in coda sulla strada) uno sbocco occupazionale.

Il turismo della valle

Oggi il sistema politico ed economico punta ad un rilancio attraverso il turismo, ma la strada, come si vuole in montagna, sarà certamente in salita. In primo luogo perché la valle è eterogenea. Da un punto di vista turistico esiste una "bassa valle" che gravita sull'area omogenea e sulla città e le cui attrattive possono essere ricondotte ad un'offerta di prossimità della città. In essa fa storia a sé l'altopiano di Selvino Aviatico. Una "alta valle" che trova nei tre comprensori quello dell'altopiano di Clusone, l'asta del Serio con Valbondione e il comprensorio del turismo invernale di Castione, Presolana e Pora. Infine una "media valle" turisticamente tutta da decifrare dal momento che ha una vocazione manifatturiera. Il sistema turistico della valle è quindi complesso ed ogni sottosistema, nelle sue debolezze, condiziona gli altri.

Ma c'è un altro fattore che influisce: l'industria turistica, se la si vuole chiamare così, è ancora limitata e basata su imprese molto piccole. Basti pensare che in Valle Seriana sono presenti solo 52 imprese della ricettività in senso stretto (esclusi B&B e affitti turistici che non sono imprese) dislocate su comprensori molto ampi: 16 a Castione e Presolana, 10 nell'asta del Serio, 7 in valle di Scalve, 7 a Selvino e Aviatico, 6 nell'altopiano di Clusone, 4 nella media valle e 2 nella bassa valle.

Esiste un'economia dell'attraversamento che caratterizza le nostre basse e medie valli, come dimostra il recente caso della variante di Zogno. Molte imprese creano ricchezza e

posti di lavoro lavorando sul passaggio. Sembrerebbero vestigia del passato, ma non è così, visto che gli studi recenti del Politecnico di Milano sulla realizzazione del nuovo PGT di Bergamo, sottolineano come nelle aggregazioni lineari (vie di comunicazione tra quartieri) il commercio resista più che all'interno dei quartieri stessi.

Un turismo diverso

Il turismo montano è variegato e spesso non si comprende la mancanza di coincidenza tra i suoi diversi segmenti. Il turismo invernale in senso stretto, cioè il turismo della neve, è uno spazio che coinvolge pochi luoghi e poche comunità. È fondamentale per la sopravvivenza delle comunità che oggi sono vocate a questa destinazione, ma non esaurisce lo spazio del turismo montano. Lo spazio bergamasco del turismo delle neve è piccolo e molto denso. Nel suo ciclo di vita è in stato avanzato, in maturità. Va cercata una fase di rinnovamento per permettergli di tornare a crescere, evitando il declino. Un rinnovamento che potrebbe anche passare attraverso il turismo montano antistagionale. Altrimenti occorrerà trovare nuovi benefattori, come per il recente caso del banchiere bergamasco che ha fatto fortuna a Londra e che ha comprato gli impianti di Colere per rilanciarli

Resta invece lo spazio per il turismo montano alternativo alla neve: il cosiddetto slow e green, arricchito dall'enogastronomia, ancora tutto da riempire. Potrebbe costituire la leva su cui poggiare il rilancio turistico di molte destinazioni. Lo suo sviluppo turismo non è però legato ad un investimento singolo (sia pur molto gradito e importante), ma alla creazione di un ecosistema del luogo che coinvolge una filiera lunga e larga che sposta la sua attenzione all'ospitalità.

Una seconda difficoltà nasce dal fatto che i risultati arriveranno dopo gli sforzi, contrariamente a quanto succede vicino ad un aeroporto che cresce, dove è più facile vedere

subito i frutti dei nuovi investimenti, più difficile credere che uno sforzo comune orizzontale possa produrre risultati futuri immediati.



Una nuova legge sulla montagna

Questo però richiede a priori l'opportunità di definire una nuova legge quadro sulla montagna, valorizzandone il ruolo economico, sociale e sanitario e la sua importanza strategica ai fini della tutela dell'ambiente, delle risorse naturali e del paesaggio e delle loro peculiarità storiche e culturali. Per questo occorre che l'attenzione si focalizzi sui nuovi spazi della montagna a beneficio di molti luoghi e comunità. I fondi licenziati dal PNRR sono fondamentali per gli investimenti nell'offerta ricettiva del nostro paese, migliorano i servizi ma non generano nuovi spazi, che è quello

di cui l'economia di alcune valli, come la Valle Seriana, hanno la necessità.

Turismo, cultura, commercio e agricoltura: l'ipotesi green e slow

Il modello su cui puntare è ormai noto: la crescita di una economia agricola e agroalimentare di qualità. Agricoltura di qualità, turismo, commercio, enogastronomia e filiere del gusto legate alle tipicità verranno considerate unitariamente come anelli di una nuova filiera del valore, un nuovo settore complesso in cui possono confluire diverse attività tradizionalmente riferite a settori differenti ma che oggi devono essere considerate tutte afferenti ad una economia delle esperienze, ormai un fenomeno della società terziaria. E' a partire dall'intreccio tra settore agricolo, turismo di qualità, enogastronomia, cultura che stanno prendendo forma alcuni fenomeni interessanti.

La domanda politica

Se questo è il modello, allora occorre capire chi e come, potrà essere l'iniziatore di questo nuovo sviluppo. Ad oggi manca una cabina di regia o un'agenzia chiamata a coordinare gli sforzi che molti attori potrebbero riservare allo sviluppo.

Il tema infrastrutturale non è però secondario. Quale è lo spazio di posizione della Valle Seriana rispetto al territorio più vasto nel quale è inserita? Lo slittamento della centralità territoriale in basso verso la città che si congiunge con Treviglio, con il nodo ferroviario di Orio la Serio, con l'Alta velocità, come riposiziona la valle? Infine, il territorio è una dimensione che non è più limitata allo spazio locale: è insieme di relazioni che ci mettono nelle condizioni di chiedere quale sia, nell'ecosistema produttiva provinciale, il grado di connessione della Valle Seriana e dei suoi spazi rispetto agli investimenti collettivi di pregio:

aeroporto, Kilometro rosso, Point di Dalmine, Fiera di Bergamo ecc. Il vivere bene infatti è oggi ancora di più una domanda politica.

Ponte di Ognissanti: dal lago alla montagna fioccano le prenotazioni. E la città sorride anche per la Champions League

Alberghi quasi pieni nelle valli, sul Sebino e anche a Bergamo dove in vista della partita di martedì sono in arrivo ulteriori ospiti soprattutto inglesi

Tante prenotazioni, hotel quasi pieni e voglia di trascorrere un weekend in montagna, al lago ma anche in città. In vista del ponte di Ognissanti il turismo in Bergamasca torna protagonista, anche se i numeri sono ancora lontani dai livelli precovid del 2019: da un'indagine effettuata da Ascom Confcommercio Bergamo intervistando alcuni alberghi delle principali località turistiche della provincia, emerge che le prenotazioni per il weekend in arrivo sono in aumento nelle valli, in particolar modo in Valle Brembana e Valle Seriana, sul Sebino e a Bergamo. Un trend che rispecchia il dato rilevato da Federalberghi secondo cui circa 10,5 milioni d'italiani approfitteranno del ponte di Ognissanti per fare un viaggio e il 90,5% di questi lo passeranno in Italia.

Insieme al lago, in Bergamasca la montagna si rivela quindi una delle mete favorite dei turisti che intendono godersi una

pausa di relax e divertimento in occasione di un ponte peraltro beneficato dal calendario, che quest'anno fa cadere la festività nella giornata del lunedì. Da San Pellegrino Terme a Branzi, passando per Clusone e Castione della Presolana gli alberghi sfiorano l'80% della capienza con camere prenotate da famiglie, coppie, gruppi di anziani. Si tratta spesso di un turismo mordi e fuggi e non mancano le prenotazioni dell'ultimo momento ma la tendenza in atto è positiva e, non a caso, sono sempre di più le camere prenotate in vista del Ponte dell'Immacolata.

Bene anche la città dove oltre alla clientela business è tornata quella leisure e le prenotazioni per il Ponte di Ognissanti confermano la tendenza in atto. Ma c'è di più: in vista della partita di Champions League dell'Atalanta contro il Manchester United, sono infatti in arrivo tanti turisti – italiani e stranieri, tra cui ovviamente inglesi – che alloggeranno negli alberghi cittadini fino a mercoledì.

“Nonostante le previsioni meteorologiche dell'ultima ora non promettano bene, le prenotazioni sono confermate e questo weekend lungo è un vero toccasana per le nostre valli, un colpo di coda di un'estate già positiva – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Con l'inverno alle porte, ci auguriamo un pieno recupero di tutto il comparto alberghiero dopo le gravi perdite subite in oltre un anno e mezzo. Il prossimo banco di prova sarà il Ponte dell'Immacolata e confidiamo anche nell'arrivo della neve”.

Art2night, sabato a Bergamo

la notte bianca dell'arte

Oltre 40 appuntamenti dalle 17.00 alle 24.00 a ingresso libero: l'arte per valorizzare il territorio e promuovere il turismo culturale

Ritorna a Bergamo la notte bianca dell'arte: sabato 18 settembre- dalle 17.00 alle 24.00 – va in scena Art2night, da otto anni uno degli appuntamenti più attesi e partecipati in città. Organizzata dall'Associazione Culturale Art Maiora, patrocinata e sostenuta dal Comune di Bergamo, patrocinata da Provincia di Bergamo, SIAE e Ascom, Art2night è creatività, energia ed entusiasmo corali, un'atmosfera viva nella quale immergersi, ma è anche una festa collettiva aperta a tutti, appassionati d'arte, semplici curiosi, grandi e piccini, in un orario extra ordinario, con la formula, per la maggior parte delle proposte, ad ingresso libero.

“Art2night è da sempre più un evento che punta all'incontro e alla condivisione – sottolinea la **responsabile della manifestazione Claudia Sartirani** -. Dopo un altro anno di chiusure e limitazioni l'auspicio è quello di inaugurare un'VIII Edizione viva e partecipata, nella quale anche la conferenza stampa possa diventare un'occasione per godere delle bellezze della nostra città. Per questo motivo abbiamo deciso di tenerla martedì 14 settembre proprio dentro il Convento di San Francesco, inserito all'interno della rete del Museo delle Storie di Bergamo, un luogo dal fascino nascosto, da sempre tra i testori simbolo di questa manifestazione”.

“Sono lontani i tempi in cui si credeva che l'arte fosse solo un di più e che non potesse contribuire alla crescita e allo sviluppo dei territori – aggiunge **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Il successo di una manifestazione come Art2Night dimostra invece che l'arte in tutte le sue forme può fare da traino all'economia del

territorio e, soprattutto, al tessuto urbano e sociale: un vero e proprio driver per il commercio e il turismo.

Come uno strumento ben accordato, 30 tra enti laici ed ecclesiastici, operatori culturali, fondazioni, associazioni, guide turistiche e artisti lavorano insieme per portare in scena attraverso uno spettacolo, un tour, una mostra, la propria storia. Artisti e luoghi d'arte noti si affiancano a quelli emergenti o poco conosciuti, diventando tutti protagonisti della serata e contribuendo al perseguimento dei principali obiettivi di Art2night: aggregare attraverso la bellezza, valorizzare il territorio, promuovere il turismo culturale ma soprattutto far conoscere ed apprezzare l'arte in tutte le sue forme. Le varie anime artistiche e i luoghi dell'arte diventando un tutt'uno, danno vita ad un qualcosa di unico ed esclusivo per questo speciale appuntamento. Oggi più che mai il desiderio è quello di dare voce ai tanti operatori culturali che sono stati enormemente colpiti dall'emergenza sanitaria e sostenere le attività ad essi correlate, tra cui i settori del turismo, dell'hospitality e dell'artigianato. Ma anche quello di ritornare ad uscire e ritrovarsi "in sicurezza" e di contribuire alla ricca proposta culturale della città per prepararsi al meglio al 2023, quando Bergamo, insieme a Brescia, sarà Capitale Italiana della Cultura.



Gli eventi in Città Alta

L'ottava edizione si presenta alla città con 40 proposte culturali distribuite tra Città Alta, Centro e Provincia strutturate in quattro percorsi tematici: Arte, Musica, Tour e Intrattenimento. Sabato 18 settembre, la notte bianca aprirà alle ore 17.00 con visite guidate e aperture straordinarie dei luoghi simbolo della città: i gioielli di Piazza Vecchia come il Campanone, Palazzo Podestà e il Museo della Cattedrale, un tour all'interno delle Mura Venete per scoprire i sistemi difensivi di Bergamo, la visita all'Ex Carcere di Sant'Agata.

Aperture straordinarie ed esclusive per la notte bianca dell'arte in Via Pignolo, con il cortile, il fondaco e il giardino di Palazzo Tasso e in Via San Tomaso con lo splendido Oratorio di San Lupo, edificio di culto sconsacrato ora gestito dalla Fondazione Adriano Bernareggi.

Cancelli aperti anche a Palazzo Moroni per visitare le quattro sale barocche affrescate, recentemente rinnovate e i suoi

magnifici giardini. Tra gli appuntamenti da non perdere l'installazione artistica dal titolo "Oltre", all'interno di Porta S. Alessandro, che mira a far riflettere sul mondo delle dipendenze e le sue molteplici sfaccettature e l'esposizione presso l'Ex Ateneo di Scienze Lettere ed Arti promossa dall'Associazione Arketipos, dedicata a Nigel Dunnet, progettista di Green Square 2021. Apertura straordinaria anche per il Monastero di Astino con la mostra dedicata al fotografo Guido Guidi.

Visite guidate ad alcune tra le moltissime chiese presenti sul territorio bergamasco: la chiesa dedicata a Papa Giovanni XXIII, presso l'omonimo Ospedale, Santa Maria delle Grazie, Sant'Alessandro in Colonna, Sant'Andrea e la Basilica di Santa Maria Maggiore. Interattiva la mostra laboratorio dell'Orto Botanico Lorenzo Rota, che quest'anno porta a scoprire l'importanza del suolo e delle buone pratiche.

La mostra "Sguardi di Donne, Storie di commercio" presso l'Hotel Cappello D'Oro



Nel cartellone di Art2night 2021 tante proposte pensate per valorizzare i luoghi dell'arte di Bergamo bassa con l'apertura di botteghe d'artista, mostre fotografiche, tra cui Sguardi di Donne, Storie di commercio realizzata dal Gruppo Terziario Donne e Ascom Confcommercio Bergamo presso l'Hotel Cappello D'Oro, e performance in Galleria Cento4. Naturalmente ed eccezionalmente, protagonista l'Accademia Carrara con la mostra Occhi negli occhi, ritratti e autoritratti con Rembrandt che, con il suo autoritratto proveniente dal Rijksmuseum di Amsterdam, sarà uno speciale padrone di casa.

Art2night raccoglie e riunisce il meglio di un territorio vitale e in pieno fermento, un sentimento che si sprigiona dai luoghi d'arte e dalle chiese anche attraverso le note musicali di brani classici eseguiti dall'Orchestra Estudiantina Ensemble Bergamo, il Trio Dea dell'Associazione Musical Mente ed il Conservatorio Donizetti e un'esclusiva trasposizione del Centro Universitario Teatrale.

Non solo eventi in città ma anche in provincia con il

Villaggio di Crespi d'Adda, il tour teatrale guidato a Cornello dei Tasso e l'esibizione musicale presso la Basilica di Santa Maria Assunta a Gandino.

Una vera e propria festa dell'arte che vuole coinvolgere non solamente le istituzioni e le associazioni culturali ma tutta la città. In occasione di Art2night tutti possono diventare artisti lasciando un segno tangibile delle emozioni vissute quella sera su alcune tele e cavalletti posizionati, in collaborazione con Imex Srl, in alcuni dei luoghi aderenti alla manifestazione, che diventeranno così delle vere opere d'arte collettive.

Per scoprire tutti i luoghi e le iniziative dell'VIII edizione visita il sito www.art2night.it o segui i canali social dell'iniziativa. L'evento si terrà anche in caso di maltempo.