

“Premio alla Professionalità”, riconoscimento alla moglie di Vittorio



“Per essere stata per tanti anni, con il marito Vittorio, un punto di riferimento di alto livello della cucina italiana e per aver avuto un ruolo determinante nel far sì che i figli potessero continuare a dare lustro a Bergamo con professionalità e versatilità”.

Con questa motivazione, il 1° marzo scorso, il Rotary Club Bergamo Ovest - Distretto 2040 ha conferito il Premio alla professionalità alla signora Gioconda Gritti (nella foto), per tutti Bruna, moglie del compianto Vittorio Cerea, fondatore nel '66 dell'omonimo ristorante oggi tristellato Michelin. Il riconoscimento del Rotary Club è stato consegnato alla signora Gioconda - affiancata da tre dei cinque figli Chicco, Francesco e Bobo

- dal presidente Alessandro Colli nel corso di una serata alla Cantalupa di Brusaporto.

Colli ha evidenziato “il ruolo prezioso che da sempre sta svolgendo Gioconda, esempio di moglie, madre e imprenditrice silenziosa e operosa”. Soprattutto dopo la scomparsa del marito nel 2005, la signora Bruna ha “saputo tenere uniti i cinque figli e favorire così il consolidamento dell'azienda”.

Il Premio alla Professionalità viene conferito ogni anno a personaggi bergamaschi di rilievo che si siano distinti in vari settori.

Mercato del caffè, segni di ripresa nel 2010

Nonostante la crisi che ha duramente colpito l'economia mondiale, il mercato del caffè italiano sembra tenere. Se, dai primi riscontri, il mercato del 2009 pare avere retto all'impatto della crisi, si spera ora in un 2010 in ripresa. L'anno si è infatti aperto con segnali positivi che fanno sperare, certamente in tempi non rapidissimi, in un rinvigorimento del mercato. “A livello mondiale la crisi è stata avvertita maggiormente che in Italia, il nostro mercato ha infatti tenuto e vediamo dei timidi segnali di ripresa - ha confermato Gianluigi Sora, presidente dell'Istituto Nazionale Espresso Italiano -. Notiamo comunque un cambiamento nella struttura del mercato che nel lungo periodo potrebbe arrivare a una polarizzazione, con la presenza quindi di prodotti di alta qualità contrapposti a prodotti di basso livello”. I caffè di fascia media potrebbero quindi scomparire e questo ridisegnerebbe anche la mappa del mercato dei bar, accentuando lo scarto tra quelli che servono e serviranno caffè di qualità elevata e quelli che si orienteranno su prodotti di scarso valore. “Per fare in modo che il mercato tenda verso il polo alto, quello della qualità, dovremo rendere i consumatori sempre più capaci di scegliere in autonomia i prodotti migliori - ha aggiunto Sora -. Per questo, per il secondo anno, il 16 aprile tornerà Espresso Italiano Day. Durante la giornata in più di 3.600 bar sul territorio nazionale, pubblici esercizi che già servono miscele certificate, saranno distribuiti ai clienti anche dei vademecum tascabili per imparare a riconoscere i caffè di livello da quelli di scarsa qualità”.



Franciacorta, nel 2009 commercializzate quasi 10 milioni di bottiglie

Sono state 9.430.993 le bottiglie di Franciacorta commercializzate, fra Italia ed estero, nel corso del 2009. Il dato, come previsto, si conferma in equilibrio con l'anno precedente registrando per il Franciacorta un andamento migliore rispetto a quello del mercato. “Un risultato decisamente positivo - ha commentato Maurizio Zanella, presidente del Consorzio Franciacorta -. Siamo riusciti a mantenere le nostre posizioni sul mercato grazie alla politica della qualità che perseguiamo da anni. Un risultato ancor più soddisfacente - ha continuato - se si tiene conto del fatto che la politica dei prezzi delle nostre aziende è stata coerente e stabile. I nostri produttori non si sono fatti spaventare dalla congiuntura economica sfavorevole, a differenza di quanto accaduto in molte altre importanti denominazioni, italiane e non, dove si sono manifestate politiche di prezzo palesemente schizofreniche”. Per il 2010 le principali linee guida dettate dal Consiglio di amministrazione riguarderanno un'ulteriore innovativa revisione del disciplinare di produzione del Franciacorta ed un significativo potenziamento delle attività di promozione.