

La prima web-tv etica parla bresciano

Il progetto si chiama EticMedia ed è stato presentato al Kilometro Rosso

BRESCIA Ci sono anche due bresciani dietro al progetto «EticMedia» per la creazione della prima web-tv etica in Italia. L'iniziativa è stata presentata nei giorni scorsi al Kilometro Rosso nel corso della presentazione del «Webdesign International Festival», la più importante competizione di «Web-design» d'Europa che si svolgerà dal 4 al 6 febbraio a Milano. I bresciani in questione sono Maria Moreni, presidente dell'associazione Physeon, e Roberto Filippini, amministratore dell'azienda di Gavardo, Sunet srl. EticMedia è lo strumento scelto dal Governo per rendere note su scala internazionale le proprie attività ed al quale collaborano anche Rai, Mediaset, la Fondazione centro Sperimentale Cinematografia. «Un progetto scientifico sperimentale completamente Made in Italy» - spiega Roberto Filippini - che diretto da Physeon in collaborazione con la Facoltà di Scienza della Comunicazione

dell'Università La Sapienza. Che ha come obiettivo quello di dimostrare che la «buona comunicazione persuasiva» opportunamente veicolata può diffondere viralmente i valori di cui ci facciamo portatori: valori etici di merito, impegno, responsabilità, fratellanza, solidarietà, rispetto e condivisione della conoscenza, della dignità umana e della sostenibilità ambientale. EticMedia verrà varata nei prossimi mesi, la piattaforma sarà gratuita, interattiva ad accesso immediato, senza l'installazione di software e visibile in alta definizione. «Stiamo predisponendo 6 canali tematici che hanno una funzione educativa e target di utenza specifici» - spiega Filippini -. Ad esempio i canali Economy, Educational e International avranno l'obiettivo di indirizzare gli utenti ad accrescere la propria professionalità, nell'ottica di una competitività internazionale sostenibile e socialmente responsabile. r.

Bcc Camuna, utile di 500mila euro

I conti del piccolo istituto nei primi nove mesi evidenziano una buona redditività

ESINE Sono positivi i conti dei primi nove mesi del 2009 della Banca di Credito Cooperativo Camuna. A sottolinearlo è il presidente del piccolo istituto di credito, Mirko Cominini, che ha evidenziato come «nonostante il difficile quadro economico, i conti mettono in evidenza una buona redditività».

I dati di bilancio al 30 settembre, mostrano un margine di interesse a 2,7 milioni in riduzione di circa il 9% rispetto allo stesso periodo 2008, mentre il margine di intermediazione ammonta a 3,9 milioni, in incremento di circa il 6% sull'anno precedente. A seguito delle retti-

fiche di valore sui crediti, dell'imputazione dei costi operativi e delle imposte, si evidenzia un utile netto di oltre 500mila euro.

«Accolgo con soddisfazione questi risultati - sottolinea il presidente Mirko Cominini - si deve tuttavia considerare che il contesto economico è tutt'altro che tranquillizzante e che, se il punto di minimo della caduta dell'attività economica sembra essere stato raggiunto negli scorsi mesi, l'impatto della crisi economica sulle famiglie e imprese continua ad essere negativo». «La banca continuerà comunque - continua Cominini

- laddove vi siano effettive situazioni di temporanea difficoltà, a sostenere i propri clienti e soci, siano esse aziende o famiglie, come già fatto in questi mesi attraverso iniziative proprie, nell'ambito del credito cooperativo e del sistema bancario nazionale».

Ricordiamo infine che è in programma il prossimo 19 dicembre alle 20.30 al centro congressi di Boario Terme, la festa dei soci della Bcc Camuna, durante la quale vi sarà l'assegnazione di borse di studio ai soci e ai figli dei soci che hanno conseguito diploma o laurea nel corso dell'anno. r.

GM, la scommessa sarà New England

L'azienda di abbigliamento di Pontevedo guidata da Cattina apre negozi «monomarca» all'estero. Il fatturato 2009 previsto stabile a 33 milioni. Nuovo marchio per la camicia sartoriale femminile

Viniplus 2010, 4 «rose camune» per 12 etichette bresciane

MILANO L'assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia, Luca Daniel Ferrazzi, ha lanciato ieri la decima edizione del Wine Day - Vini di Lombardia, momento dedicato a presentare l'eccellenza delle produzioni enologiche lombarde. Ferrazzi ha anche presentato l'edizione 2010 della guida Viniplus. Quest'anno il volume avrà 432 pagine e saranno più di duecento le aziende lombarde recensite e 670 vini segnalati. I vini sono catalogati in base a una scala di punteggio espressa in rose camune.

Tra i 47 vini premiati con le quattro rose camune, troviamo dodici etichette bresciane. Per la Franciacorta: Brut Satèn Baroglio De Gaioncelli; Extra Brut Vittorio Moretti 2002 Bellavista; Extra Brut Riserva 2002 Bersi Serlini; Brut Rosè Breda-solo; Dosage Zero 2005 Ca' Del Bosco; Extra Brut Terè Dei Trici 2005 Cascina San Pietro; Extra Brut Comari Del Salem 2004 Uberti; Satèn Magnificencia 2005 Uberti. Per la Lugana: Riserva Del Lupo 2006 Ca' Lojera; Gran Guardia 2008 Montresor. Inoltre, Vino Bianco Passito Sole Di Dario 2005 Cantrina e Garda Classico Chiaretto Molmenti 2007 Costaripa.

«Tra le cinque Doge, le 14 Doc e le numerose Igt - ha ricordato Luca Daniel Ferrazzi - tutto il vino prodotto in Lombardia (circa 80 milioni di bottiglie) ricade in zone a denominazione. Anche in questo caso, un privilegio che poche regioni italiane possono rivendicare. La Lombardia è il primo mercato potenziale e reale per le nostre etichette, potendo vantare una enorme ricettività alberghiera e un sistema di ristorazione di tutti i livelli».

PONTEVEDO Non bastava la crisi. Ci si è dovuto mettere anche il tempo. Quelli come noi - che si consolano se ottobre è mite e consente le ultime scarpinate in montagna - fanno fatica ad immaginare che il caldo fuori stagione va «su per il naso» ad un sacco di gente. Si pensi, per dire, ai commercianti di abbigliamento: già la crisi, per l'appunto, rende magro di suo il cassetto; se ci si mette un tempo che non invoglia a considerare l'idea di un paltò o di una giacca un po' pesante, che se ti arrivano i Morti e ancora si può stare leggeri.

Ma qui a Pontevedo hanno visti distesi, piuttosto sereni rispetto ad un clima e a una congiuntura grigia. Lui è Giovanni Cattina, oggi alla guida della GM di Pontevedo, anzi della Camiceria GM di Pontevedo anche se, come si vedrà, non di sole camicie si tratta. La GM è, con tutta probabilità, la maggiore azienda di fashion bresciano, almeno per fatturato. Nel 2008 i milioni fatturati erano stati poco più di 33, quest'anno si bisca: fra i 33 e i 34 milioni. Nessun aumento, come si nota. Ma questa è la buona notizia: confermare i volumi su un mercato che vede cali del 20-40% è un dato che si segnala. Non solo. Anche il 2010 non dovrebbe andar male: «Abbiamo appena ultimato il rientro dei campionari - dice Cattina -. E i nostri 120 rappresentanti sono soddisfatti, almeno considerando il clima generale. Nessun incremento stratosferico, ma la conferma del fatturato precedente con qualche piccolo incremento. Soffre il target medio per uomo mentre crescono bene le linee per la donna e, soprattutto, la linea total look, ovvero quella un po' più sportiva sulla quale in GM puntano molto e con la quale sono pronti ad affrontare mercati sin qui poco praticati».

La scommessa dei monomarca

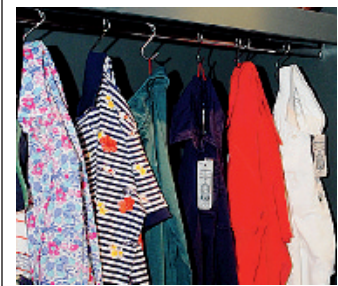
Il marchio New England in qualche modo riassume le linee-guida della collezione: un po' british ma anche un po' America perché il New England - la Nuova Inghilterra - sta di là dall'Oceano. I colori della terra e del bosco, un po' di righe dei club del rugby, felpe e giacche (un po' dandy, ma senza eccedere), tagli un po' vintage come si conviene a chi - stando per l'appunto nel New England - può permettersi il lusso di non essere ferocemente trendy e quindi, per il gioco della moda, trendy è. Il marchio è in affitto e stava in soffitta di una società che là l'aveva messo dopo che, un ventitrent'anni fa, aveva avuto un suo perché. Adesso Cattina lo ha ritirato fuori e dice - «è stata una ottima intuizione». Le prime uscite dei rappresentanti sono state, come detto, positive, anzi, precisa Cattina, più che positive visto che rispetto all'anno scorso da questa linea è arrivato un fatturato superiore al 45%. L'Atalanta Calcio ha eletto New England a sponsor tecnico perché agli orobici pare che le linee di Pontevedo ben si prestino a rappresentare la squadra.

Sul marchio New England adesso parte il meglio. Definite le linee, presentate in tutt'Italia (e non solo come vedremo) le novità ai commercianti, adesso lo si sosterrà anche con negozi mono-



FASHION

Nel fotoservizio Reporter Campelli: sopra lo stabilimento della Gimmie di Pontevedo. Qui a fianco il titolare, Giovanni Cattina, e sotto alcuni prodotti commercializzati dall'azienda



marca o corner in grandi strutture, in Italia e all'estero. Oltrefrontiera, del resto, la GM è marchio noto visto che già ora porta il 45% del proprio fatturato. Capitaste a Parigi, ai magazzini Lafayette, se fate attenzione lo trovate; magari è più difficile trovare i due negozi monomarca in Svezia; se andate in Messico date un occhio ai grandi magazzini Palacio de Hierro con i quali Cattina ha firmato un accordo di presenza in esclusiva. Insomma: pian pianino ci si espande.

«I problemi non mancano - spiega Cattina -. Ma ci siamo fatti trovare all'appuntamento con la crisi non disarmati e non abbiamo mai smesso di investire sul prodotto. Certo, il calo dei margini lo registriamo anche noi. Sono due anni che i nostri listini sono stabili, ma si ha anche la speranza, a questo punto, che la crisi faccia una certa selezione fra i produttori: se i consumi calano del 20-30% prima o poi anche l'offerta (cioè le fabbriche) de-

vono calare. Naturalmente noi speriamo di superare questo scoglio. Ripeto: ci siamo attrezzati sul prodotto e sulla struttura produttiva ultimando, ad esempio, la robotizzazione del nostro magazzino. Quanto ai prodotti - dice Cattina - oltre che sulla nuova linea New England, abbiamo fatto "esperimenti" lanciando la camicia da donna sartoriale col nuovo marchio "Le sarte pettegole". Lo confesso: è stato un successo fuori misura. Certo, le camicie per uomo hanno qualche difficoltà in più». La struttura produttiva resta confermata: a Pontevedo (50 addetti) il design, l'amministrazione, la rete commerciale, magazzini e una parte della produzione. Un'ultima domanda: la famiglia Cattina pensa di andare avanti sola o è possibile l'ingresso di capitale fresco, nuovi soci? «Per ora si va avanti così. Se per qualcuno si fa avanti siamo pronti a parlare con tutti».

Gianni Bonfadini

È morto Bertulli mastro calzolaio esperto di storia

BRESCIA Mario Bertulli, mastro calzolaio e maestro della storia, entusiasta della vita, nel senso letterale di «en-theós», ossia di chi sa trasporre lo stupore dello spirito in ciò che fa, è stato stroncato nella sua vita terrena da un infarto. Poche ore prima stava progettando con le figlie una sua nuova impresa intellettuale: dare alle stampe, in anastatica, una rara copia di un testo del '600, al contempo alchemico e di storia della calzatura, di B. Balduini, Calceus antiquus et mysticus. Lo voleva fare con la collaborazione della più grande medievista italiana vivente, Chiara Frugoni, con la quale aveva stretto rapporti di stima, così come l'aveva stretti con il Maestro della storia, Jaques Le Goff, in una strana alchimia tra il sapere e il saper fare, della quale Mario Bertulli era artifex e pontifex.

In questo suo essere ponte tra l'arte delle mani e la ricerca intellettuale, Mario Bertulli si era esercitato su più fronti. Sua era stata l'idea, generosamente tradotta in fatti, a spese proprie, dell'edizione anastatica de "L'arte del calzolaio" del bresciano Domenico Corazzina, edita per la prima volta nel 1882 dalla Tipografia sociale operaia. Sua l'idea di trasformare la sua ricerca dell'evoluzione della calzatura, in rapporto all'evoluzione della storia del costume, in riproduzioni fedeli delle calzature di ogni epoca. Sua l'idea, tradotta in realtà a spese proprie, di una mostra della calzatura, che avrebbe voluto trasformare in un museo, nella quale comparivano, tra le altre, le pregiate opere di Rogier Parteman, mastro calzolaio belga. Sua l'idea, che fa bella mostra di sé nel suo laboratorio museo, di raccogliere gli strumenti dell'arte.

Sua la ricerca costante del bello, in carte preziose, in volumi d'arte, nell'arte tout court, con il contributo di una fantasia vulcanica, che si nutre di letture, di incontri, di amicizie. Quando nell'ottobre del 2006 l'Associazione Artigiani gli conferì il premio Lino Poisa, ebbe la soddisfazione di essere riconosciuto in patria, anche se le sue amicizie e il riconoscimento della sua personalità complessa avevano da tempo valicato i confini nazionali. Figlio d'arte (il padre Domenico era calzolaio e gli ha trasferito il sapere), Mario Bertulli era un uomo che aveva saputo coniugare la ricerca spirituale, estetica, tecnologica al piacere della vita. Amava e conosceva gli ottimi vini del mondo, le fragranze dei cibi e la lieta compagnia. Artigiano, intellettuale, generoso, non ha mai puntato al denaro fine a se stesso, ma ha guardato alla vita con l'incanto della scoperta e con il disincanto di chi sa che il transito nel mondo ha una fine. Ora, dall'altra parte del guado, progetta nuove avventure.



Mario Bertulli

Silvano Danesi

La crisi si mangia la liquidità: a Brescia -6,3%

Forte calo dei depositi nei primi otto mesi del 2009. A Rimini l'effetto contrario con un +10%

La classifica									
Graduatoria delle province in base alla variazione dei depositi medi per famiglia ad agosto 2009 rispetto all'agosto 2008									
PROVINCIA	DEPOSITI MEDI PER FAMIGLIA AGOSTO 2009 IN EURO	VARIAZIONE %		PROVINCIA	DEPOSITI MEDI PER FAMIGLIA AGOSTO 2009 IN EURO	VARIAZIONE %			
		DA AGOSTO 2008	DA GENNAIO 2009			DA AGOSTO 2008	DA GENNAIO 2009		
1	Rimini	30.450	17,2	10,3	30	Sondrio	33.936	8,0	1,3
2	L'Aquila	21.172	16,6	9,5	31	Milano	35.928	7,9	-1,4
3	Parma	27.943	15,6	-0,9	58	Mantova	23.486	6,0	-2,6
4	Ferrara	21.147	15,3	5,2	61	Como	26.847	5,8	-1,9
5	Oristano	12.954	13,4	4,9	84	Pavia	24.537	3,1	-3,1
6	Trieste	25.489	12,8	5,1	85	Varese	25.756	2,7	-4,0
7	Ravenna	23.474	12,7	2,3	87	Bergamo	28.316	2,3	-4,2
8	Bologna	30.190	12,5	-4,3	93	Cremona	25.933	1,5	-4,2
9	Genova	25.950	12,2	3,0	96	Lodi	26.196	1,0	-6,0
10	La Spezia	20.555	12,2	4,2	99	BRESCIA	28.286	-0,7	-6,3
11	Modena	29.944	10,8	-3,2	100	Sassari	19.535	-3,4	8,5
12	Enna	11.085	10,6	5,1	101	Cagliari	18.979	-6,2	5,2
13	Caltanissetta	17.719	10,4	5,0	102	Reggio E.	30.354	-6,6	-14,9
14	Livorno	18.827	10,3	4,9	103	Nuoro	16.125	-19,9	9,9
15	Pordenone	21.234	10,2	1,4	104	Carbonia Igl.	6.701	n.d.	-10,5
16	Bolzano	31.856	10	2,6	105	M. Campidano	9.337	n.d.	-11,6
17	Forlì-Cesena	28.416	9,7	3,6	106	Ogliastra	11.007	n.d.	4,2
18	Lecco	30.391	9,6	-2,2	107	Olbia-Tempio	6.842	n.d.	-2,3
19	Udine	22.839	9,6	2,8					
20	Roma	36.867	9,4	2,1					

Fonte: elaborazione Centro Studi Sintesi su dati Banca d'Italia

Ome, Terme in liquidazione Ai dipendenti 2 mesi di cig

OME Quello che nessuno si augurava è diventato una triste realtà. Le Terme di Franciacorta sono in liquidazione. Da alcuni giorni un cartello di fronte allo stabilimento termale segnala un numero a cui rivolgersi per mettersi in contatto con i liquidatori nominati, i cui nomi sono stati pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale del 3 novembre scorso.

Troppo il debito accumulato negli ultimi anni dalla Cooperativa sociale Benefit, società incaricata della gestione dell'impianto. Cooperativa che già a febbraio aveva fatto suonare l'allarme per lo stabilimento termale, schiacciato dalla concorrenza di Sirmione e Boario, su cui come ammesso dall'allora presidente Paolo Pezzotti gravava un debito di due milioni di euro. Sembra svanita nel nulla anche la cordata di imprenditori intenzionata a rilevare le terme frequentate da circa tremila utenti investendo per il loro rilancio 6 milioni di euro.

Conseguenza della chiusura dell'impianto, che fino alle scorse settimane seppur in sofferenza aveva continuato a funzionare, ci sono i due mesi di cassa integrazione per la decina di dipendenti che vedono il proprio posto di lavoro sempre più a rischio. «Stiamo operan-

do secondo quanto previsto nella procedura Codice civile per traghettare la cooperativa - dice l'avvocato Antonio Domenico Liuzzi uno dei liquidatori nominato dal Ministero dello sviluppo economico -. Siamo fiduciosi che qualcuno possa farsi avanti al più presto per rilevare la struttura, c'è accordo sia con le realtà politiche che con quelle sindacali e la sensazione è che la vicenda possa concludersi in maniera positiva».

La stessa sensazione di speranza è stata espressa anche dal sindaco di Ome Aurelio Filippi, che confermando la situazione critica in cui si trova la struttura di cui il Comune detiene il diritto di superficie, spiega come al momento anche l'Amministrazione debba aspettare di capire quale strategia i liquidatori intendono ora attuare, intervenendo in un secondo momento al rilancio dell'impianto. Ha preferito non rilasciare dichiarazioni l'attuale presidente della Benefit Rosa Maestri.

Rammarico per la vicenda anche da parte degli utenti che si sono rivolti al numero verde di Pronto Giornale di Brescia per segnalare la perdita di un servizio definito «cordiale tempestivo e funzionale». d. Ior.