

InfoImpresa

Periodico dell'Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori LUGLIO/AGOSTO 2017



TURISMO, SARÀ UN'ESTATE D'ORO

Gli stranieri riscoprono il Belpaese



Unione Nazionale Sindacale
Imprenditori e Coltivatori

INTERVISTA
A BASTIANELLI (ENIT)

pag. 20

IL PAESE: POLCENIGO,
SCRIGNO FRIULANO

pag. 24

MEDIAZIONE
OBBLIGATORIA

pag. 31



SEDI PROVINCIALI UNSIC SUL TERRITORIO NAZIONALE

ABRUZZO - Avezzano-AQ (Via C. Battisti, 46 - 67051 - Tel 0863-32277); Pollutri-CH (Via G. Marconi, 81 - 66020 - Tel 0873-902805); Pescara (Via Gobetti, 15/17 - 65100 - Tel 085-2058605); Teramo (Via Cerulli Irelli, 5 - 64100 - Tel 0861-250525).

BASILICATA - Senise-PZ (Via Madonna D'Anglona, 114 - 85038 - Tel 0973-584026).

CALABRIA - Caraffa di Catanzaro-CZ (Via Saati, 5 - 88050 - Tel 0961-772666); Corigliano Calabro-CS (Via Degli Ulivi, 29 - 87060 - Tel 0983-87500); Crotona (Via Panella, 182/A - 88900 - Tel 0962-955071); Laureana Borrello-RC (Via IV Novembre, 7 - 89023 - Tel 0966-991144); Reggio Calabria (Via del Gelsomino, 37 - 89128 - Tel 0965-810913); Rossano Scalo-CS (Via Nazionale, 11 - 87067 - Tel 0983-356119); Soriano Calabro-VV (Via Giardinieri, 1 - 89831 - Tel 0963-347810).

CAMPANIA - Avellino (Via Circumvallazione, 130 - 83100 - Tel 0825-679653); S.M. Cavoti-BN (Via Principessa Maria di Piemonte, 51 - 82029 - Tel 0824-984520); S. Felice a Cancelli-CE (Via Roma, 285 - 81027 - Tel 0823-751463); Giugliano in Campania-NA (Via A. Palumbo, 120 - 80014 - Tel 081-8947880); San Gregorio Magno-SA (Località Lavanghe, snc 84020 - Tel 0828-955613).

EMILIA-ROMAGNA - Modena (Via Mar Mediterraneo, 124 - 41112 - Tel 0522-1710809); San Giuseppe - Comacchio-FE (Via Imperiali, 1 - 44020 - Tel 0533-311110); Parma (Via Scarabelli Zunti, 15 - 43123 - Tel 0521-1715408); Russi-RA (Via G. Di Vittorio, 2 - 48026 - Tel 0544-62787); Reggio Emilia (Via Adua, 38/A - 42124 - Tel 0522-1712705); Rimini (Corso D'Agosto, 206 - 47900 - Tel 0541-56665).

FRIULI VENEZIA GIULIA - Gorizia (Via IX Agosto, 9 - 34170 - Tel 0481-33387); Pordenone (Viale della Libertà 2/A - 33170 - Tel 0434-20481); Trieste (Largo Don F. Bonifacio, 1 - 34125 - Tel 040-0641201); Cividale del Friuli-UD (Via Prepositura di Santo Stefano, 12 - 33043 - Tel 0432-730792).

LAZIO - Frosinone (Viale Mazzini, 69 - 03100 - Tel 0775-835063); Pontinia-LT (Viale Europa, 48 - 04014 - Tel 0773-868080); Rieti (Via Di Villa Mari, 11C - 02100 - Tel 0746-485241); Roma (Via A. B. Cairoli, 47/49 - 00145 - Tel 06-64521464).

LIGURIA - Genova (Via Dante Sturace, 15/R - 16151 - Tel 010-8595435); Imperia (Imperia Via Matteotti, 37 - 18100 - Tel 0183-650503); La Spezia (Via Redipuglia, 17 - 19124 - Tel 0187-460473).

LOMBARDIA - Bergamo (Via G. Battista Rubini, 11 - 24125 - Tel 035-0345985); Como (Piazza Perretta, 6 - 22100 - Tel 031- 264489); Colico-LC (Via Villatico, 1 - 23823 - Tel 0341-941346); Milano (Via Ponte Nuovo, 50 - 20128 - Tel 02-2565683); Mantova (Via Mazzini, 31 - 46100 - Tel 0376-224543); Varese (Via Spera della Chiesa, 10 - 21100 - Tel 0332-289548); Brugherio-MB (Via della Vittoria, 59/61 - 20047 - Tel 039-2848376); Sarezzo-BS (Via Repubblica, 52 - 25068 - Tel 030-291468).

MARCHE - Jesi-AN (Via Mura Occidentali, 25 - 60035 - Tel 0731-205236); Ascoli Piceno (Via Kennedy, 22 - 63100 - Tel 073-646561); Civitanova Marche-MC (Via Indipendenza, 64 - 62012 - Tel 073-3770111).

MOLISE - Campobasso (Via S. Antonio dei Lazzari, snc 86100 - Tel 0874-310225); Venafro-IS (Via Vanvitelli, 4 - 86079 Tel 0865- 900006).

PIEMONTE - Alessandria (Via Milano, 174 - 15121 - Tel 0131-262783); Nizza Monferrato-AT (Via Billiani, 29 - 14049 - Tel 0141-1098151); Biella-BI (Via Asmara, 15 - 13900 - Tel 015-8493429); Busca-CN (Piazza Marconi, 11 - 12022 - Tel 0171-946732); Novara (Str. Giralengo, 4 - 28100 - Tel 0321-472287); Torino (Via Belmonte, 5/B - 10155 - Tel 011-2478313); Domodossola-VB (Via Cadorna, 22 - 28845 - Tel 0324-482601); Vercelli (Via Ludovico Ariosto, 9 - 13100 - Tel 0161-217165).

PUGLIA - Bari (C.so Vittorio Emanuele, 180 - 70128 - Tel 080-5538087); Brindisi (Corso Garibaldi, 6 - 72100 - Tel 083 1667163); Pezze di Greco (Via Bertani, 8 - 72010 - Tel 080-4898593); Foggia (Via Gorizia 43/A - 71100 - Tel 0884-513231); Corsi-LE (Via Lo Ruma, 35 - 73020 - Tel 0836-433020); Taranto (Via F. Cavallotti, 116 - 74100 - Tel 099-4596547); Barletta (Via San Martino, 1 - 76121 - Tel 0883-884080).

SARDEGNA - Cagliari (Vico III Sant'Avendrace, 24 - 09122 - Tel 070-284490); Oliena-NU (Via Dante, 4 - 0825 - Tel 0784-287468); Alghero-SS (Via Mazzini, 90 - 07041 - Tel 079-950806); Oristano (Via Brancaleone Doria, 34 - 09170 - Tel 0873-302144).

SICILIA - Agrigento (Via A. De Gasperi, 8 - 92100 - Tel 0922-402958); Caltanissetta (Via Palmiro Togliatti, 3 - 93100 - Tel 0934-090271); Gela-CL (Via Emanuele Carfi, 31 - 93012 - Tel 0933-934398); Catania (Viale Mario Ravisardi, 281 - 95122 - Tel 095 5879191); Enna (Via S. Agata, 71 - 94100 - Tel 0935-22867); Messina (Via Industriale, 152 - 98123 - Tel 090-2402467); Cerda-PA (Via Strang, 20 - 90010 - Tel 091-8992696); Vittoria -RG (Via San Martino, 142 - Tel 0932-981386); Marsala-TP (Via Mazzini, 74 - 91025 - Tel 0923-949019); Siracusa (Via Po, 24 - 96100 - Tel 0931-65476).

TOSCANA - Arezzo (Piazza San Jacopo, 233 - 52100 Tel 0575-299733); Firenze (Via La Marmora, 26 - 50121 - Tel 0553-08642); Livorno (Via Luigi Russo, 24/26 - 57121 - Tel 0586-410641); Massa (Galleria Raffaello Sanzio, 26 - 54100 - Tel 0585-811463); Montemurlo-PO (Via Oste, 160 - 59013 - Tel 0574-073307); Chiusdino-SI (Via Roma, 25 - 53012 - Tel 0577-751142); Pisa (Corte San Domenico, 8 - 56125 - Tel 050-9913022); Pistoia (Via Storta, 3A - 51100 - Tel 0573-402051); Prato(PO) (Via Toscana, 6/B - 59100 - Tel 0574-620118).

TRENTINO - Trento (Via Malvasia, 101 - 38100 - Tel 0461-209737).

UMBRIA - Valfabbrica-PG (Via E. Fermi, 14 - 06029 - Tel 075-901247); Terni (Via Tre Venezie, 162 - 05100 - Tel 0744-062106).

VENETO - Belluno (Via dell'Agricoltura, 13 - 32100 - Tel 0437-930244); Padova (Via N. Tommaseo, 15 - 35131 - Tel 049-8755938); Castelmasa-RO (Via Cesare Battisti, 87 - 45035 -Tel 0425-81837); Nervesa della Battaglia-TV (Via Calmontera, 5 - 31040 - Tel 0422-779875); Vicenza (Viale Milano, 55 - 36100 - Tel 0444-325767); Verona (Via I. Fraccaroli, 10 - 37131 - Tel 045-8212805); Mirano-VE (Via dei Pensieri, 17 - 30035 - Tel 041-5701177).

4 EDITORIALE

Immigrazione,
quale "Unione" europea?
(DOMENICO MAMONE) 4

6 PRIMO PIANO/TURISMO

Per il turismo internazionale
l'Italia resta il Belpaese
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 6

Sondaggio: spiagge e parchi
i siti più sicuri da attentati 9

Rieti, cultura e spirito
con "I borghi di Francesco" 13

Serve una politica industriale
per il turismo culturale 4.0
(STEFANO FIRPO) 16

Turismo è anche il mix
di cultura e innovazione
(CHRISTIAN BATTISTONI) 18

Intervista: Bastianelli (Enit):
"Alimentare l'orgoglio"
(G. CASTELLOTTI e G. TETTO) 20

Il ritorno della montagna:
parola di giovani scrittori
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 21

l'ospitalità incontra l'innovazione
(CHRISTIAN BATTISTONI) 22

24 IL BORGO DEL MESE

Polcenigo (Pordenone),
scrigno verde friulano
(a cura della REDAZIONE) 24

26 PROTAGONISTI

Fedez "il digitale"
e il futuro dell'economia
(SARA DI IACOVO) 26

27 AZIENDE

Mercedes ed Avis:
il lusso diventa prêt-à-porter
(S.D.I.) 27

28 FOCUS

Migranti e sbarchi:
le cifre per capire
(LUCA CEFISI) 28

30 MONDO UNSIC

Ragazzi al servizio del civile:
parte seconda
(SARA DI IACOVO) 30

Mediazione obbligatoria
con la manovra correttiva
(ELISA SFASCIOTTI) 31

L'Enuip-Unsic cresce,
in Calabria nuove opportunità
(GIUSEPPE TETTO) 32

Nuovi progetti di Servizio civile:
selezioni al via
(NAZARENO INSARDÀ) 33

Corsi per giornalisti:
Enuip autorizzato dall'Odg
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 33

Modica (Ragusa): l'Unsic denuncia
il degrado della zona artigiana
(a cura della REDAZIONE) 34

Unsic: solidarietà ai lavoratori
del centro anziani di Rende (Cosenza)
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 34

INFOIMPRESA

Periodico
dell'Unione Nazionale
Sindacale Imprenditori e Coltivatori

Direttore responsabile
Domenico Mamone

Redazione
Giampiero Castellotti - Luca Cefisi - Sara Di Iacovo
Vittorio Piscopo - Fortunata Reggio - Giuseppe Tetto

Progetto grafico e Impaginazione
Fortunata Reggio

Sede legale e Redazione
Via Angelo Bargoni, 78 - 00153 Roma
Tel 06 58333803 - Fax 06 5817414
www.unsic.it - ufficiocomunicazione@unsic.it

Stampa
Grafiche Femia - Marina di Gioiosa Jonica (RC)

Copia gratuita
Autorizzazione Tribunale di Roma
n. 331/2009 del 06/10/09

In copertina:
Museo della Bonifica di Argenta (Ferrara)

Immigrazione, quale "Unione" europea?

di DOMENICO MAMONE - *presidente dell'UNSIC*



L'incontro internazionale di Parigi dello scorso 2 luglio, che ha avuto per tema le sfide poste dall'aumento del flusso migratorio mediterraneo, diretto quasi esclusivamente sulle coste italiane, ha di fatto confermato il defilarsi dell'Europa - ad iniziare da Francia, Spagna e Austria - dall'accoglienza dei migranti, tra l'altro prevista da norme internazionali per quanto riguarda i richiedenti asilo.

La questione, lo sappiamo, è complessa. Sia perché stiamo parlando di centinaia di migliaia di individui, strumentalizzati a più livelli (schiavisti, scafisti, ma anche alcuni "gestori" dell'accoglienza). Sia perché la ricerca di un'esistenza migliore da parte di questi uomini sfortunati è conseguenza principalmente delle dissennate politiche destabilizzanti attuate dall'Occidente in Africa e in Medio Oriente. Sia perché i paradossi dell'attuale situazione sono accentuati dalla mancanza di iniziativa politica a fronte di strutture ormai al collasso in Italia e di un degrado crescente dovuto anche ad un fenomeno che sfugge di mano alle autorità competenti.

Tutto ciò, oltre a determinare gravi effetti sociali, avrà certamente ripercussioni nelle urne, come abbiamo già visto nelle recenti amministrative. Il tema dell'ordine pubblico, insieme a quello del lavoro, finirà per monopolizzare interessi e aspettative dei cittadini.

A fronte della delicata e complicata questione, vorremmo però soffermarci su pochi aspetti relativi agli ultimi giorni, che riteniamo emblematici del tema generale. Tre "perle", in particolare.

La prima riguarda l'intervista che Emma Bonino (ex ministro degli Esteri) ha rilasciato lo scorso 3 luglio al Giornale di Brescia. L'esponente radicale, riguardo alle missioni nel Mediterraneo, ha raccontato che nel 2014-2016, come italiani, "abbiamo chiesto che il coordinatore fosse a Roma, alla Guardia Costiera, e che gli sbarchi avvenissero tutti in Italia. L'accordo l'abbiamo fatto noi, violando peraltro Dublino, ma quello è un altro discorso".

Dichiarazioni pesanti, ribadite il 6 luglio nel corso di un'intervista a Radio Radicale. "Quando ci si occupa di un tema è bene non farlo in modo approssimativo, perché i piani operativi che riguardano sia Triton che l'operazione Sophia prevedono esattamente che il coordinamento di tutti gli sbarchi è deciso dal centro di Roma e devono sbarcare in Italia. Questo non è un segreto di Stato, è esattamente quello che è successo - ha confermato la Bonino.

Sul perché di questa soluzione "italiana", l'ex ministro degli Esteri ha detto di non saperlo, in quanto non ha partecipato alla stipula di questi accordi che sono stati gestiti dal ministero dell'Interno.

Insomma, parrebbe che ci sia una regia "non casuale" in tema di immigrazione. C'è persino chi si spinge a parlare di "immigrazione indotta" per scardinare radicati assetti sociali (significativa la riduzione di diritti in ambito lavorativo, la depenalizzazione del reato di immigrazione clandestina o il recente *lus soli*), per determinare situazioni più funzionali alle logiche e ai poteri della globalizzazione. Teorie complottiste, per alcuni un po' deliranti, che comunque hanno sempre più presa tra persone esasperate a vario modo.

Passiamo alla seconda "perla". Lo scorso 3 luglio, all'indomani dell'incontro di Parigi, quello appunto in cui la Francia s'è "sfilata" dall'impegno internazionale, facendo da apripista ad altri Stati (comprese le dichiarazioni "quasi belliche" dell'Austria), è apparso un "comunicato congiunto" dei ministri dell'Interno di Francia, Germania e Italia. Vi si legge, letteralmente: "E' stata espressa una forte solidarietà all'Italia che fa fronte ad un numero crescente di arrivi. Al fine di

dare maggiore sostegno all'Italia e contribuire a frenare i flussi migratori, i Paesi hanno convenuto le seguenti misure: elaborare un codice di condotta per le Ong che dovrà essere redatto e presentato dall'Italia per migliorare il coordinamento con le organizzazioni che operano nel mare Mediterraneo; rafforzare il sostegno alla Guardia Costiera libica aumentando le attività di addestramento e provvedendo ad un ulteriore supporto finanziario (...); fornire un maggiore sostegno all'Oim e all'Unhcr affinché i centri in Libia rispondano agli standard internazionali in termini di condizioni di vita e di diritti umani; promuovere possibili e concrete opzioni per rafforzare i controlli alle frontiere meridionali della Libia al fine di frenare i flussi migratori irregolari in stretto coordinamento con i Paesi confinanti la Libia; rafforzare la strategia europea sui rimpatri facendo pieno uso delle capacità fornite da Frontex; avviare un riesame concordato e coordinato della politica dei visti nei confronti dei Paesi terzi al fine di incrementare i tassi di riammissione laddove necessario; attuare pienamente e accelerare lo schema della relocation concordato a livello UE per rafforzare la riallocazione delle persone che necessitano di protezione".

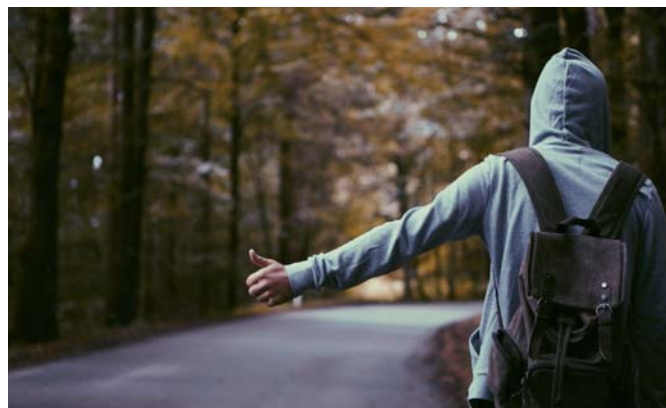
Cioè? Tante buone intenzioni, nuovi fondi stanziati, ma, in concreto, i migranti se li tenesse l'Italia.

Se va sempre anteposta, in ogni ragionamento, l'opera umanitaria straordinaria che organizzazioni e singoli individui del nostro Paese stanno effettuando per evitare la morte in mare di decine di migliaia di persone (non dimentichiamo la tragedia di Lampedusa del 3 ottobre 2013 e le tante successive), non si può sottacere lo sdegno per un'Europa (dal parlamento semivuoto) che, particolarmente attiva in ambiti commerciali, finanziari e tecnocratici, è invece colpevolmente assente sul terreno della condivisione dei problemi,

della solidarietà e dell'attuazione di strategie efficaci per un'equa redistribuzione dei profughi. Altro che "Unione"... E come integrare immigrati africani o asiatici se non riusciamo ad integrare tra loro nazioni europee che perlomeno hanno secoli di storia in comune? Terza "perla": il presidente dell'Inps, Tito Boeri, lo scorso 4 luglio ha presentato una simulazione secondo cui la chiusura delle frontiere ai cittadini extracomunitari fino al 2040 potrebbe costare alle casse dell'Inps 38 miliardi di euro (73 di minori entrate contributive meno 35 di risparmi in prestazioni sociali). Sarà anche vero,

ma al di là dell'argomento non certo nuovo (a cui gli oppositori rispondono che quei contributi li verserebbero altrettanti italiani che riavrebbero i posti occupati dagli stranieri) riteniamo sinceramente una polemica sterile perché pone su un piano squisitamente economico (ed etnico) una questione umanitaria e di mercato. È come dire che senza i valdostani l'Inps perderebbe "tot" contributi e senza gli abruzzesi si risparmierebbe "tot" prestazioni sociali. C'è, invece, un altro aspetto della questione, più interessante: quello politico.

L'Italia, sempre più fracchiana-fantozziana, continua a mostrare tutte le sudditanze e le fragilità contrattuali nel confronto internazionale. Pronta ad allinearsi e a fare la sua parte quando si tratta di cancellare Gheddafi (un favore a Sarkozy) o attuare sanzioni alla Russia (due boomerang per il nostro Paese). Ma quando dobbiamo richiamare gli altri Paesi comunitari alle proprie responsabilità, prevale la cautela. Si spera più per incapacità che non per altri scopi. Infine, rifuggendo dall'inflazione di atteggiamenti ipocriti e buonisti professati soprattutto da ambienti vicini alla gestione del problema, va evidenziato che "l'amministrazione" dei migranti, la cosiddetta "accoglienza" o la tanto sbandierata "ospitalità" (termini adatti per spiegare l'eufemismo tra i banchi della scuola primaria), muove una vera e propria "industria" a cui lo Stato destina quasi cinque miliardi di euro l'anno. Le parole di Buzzi sugli immigrati che "rendono più della droga" sono scolpite nella memoria. E, probabilmente, non possono essere circoscritte solo alla Roma della "grande bellezza". E a quel ricordo (volutamente lontano?) che è Mafia Capitale. Svuotato anche dell'associazione mafiosa.



Per il turismo internazionale l'Italia resta il Belpaese

Considerata meta turistica "sicura", l'Italia registra costanti incrementi dei flussi turistici. Bene il mare, le città d'arte, ma anche l'entroterra naturale. Al top il Veneto e Roma...

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

Il Belpaese, nonostante tutto, gode da secoli di aggettivi entusiastici. Vi ricorrono, a onor del vero, più i villeggianti stranieri affascinati dalle nostre città d'arte che non gli stessi italiani, campioni nell'autoflagellazione e nell'arte del dileggio. Del resto siamo fatti così, un popolo da "sterminata domenica", per dirla con Vittorio Sereni.

I viaggiatori del Grand Tour (molto epicurei), che tra Settecento e Ottocento calavano in massa dal Nord Europa nella nostra Penisola in cerca di emozioni romantiche, non si sono certo risparmiati sul piano dei complimenti. Come Goethe, che c'ha lasciato il suo illuminante Viaggio in Italia. Pubblicato tra il 1816 e il 1817, vi si può trovare un'originale esaltazione di Napoli, città "dove ognuno vive in una specie di ebrezza e di oblio di sé stesso" e la Sicilia, dove si trova "la chiave di tutto". Inflationate le lodi a suon di "bella", "sacra", "adorabile". Certo, le tante "terre dei fuochi" erano allora inimmaginabili.

Il polacco Schopenhauer, tra i più grandi pensatori di tutti i tempi, più o meno nello stesso periodo sosteneva che mentre la Germania è come con una donna di casa, senza arrabbiature ma senza grande amore, l'Italia è "l'Eldorado sulla terra", ci si vive "come con un'amante, oggi in furibondo litigio, ma domani in adorazione". Gli ha fatto eco uno dei più importanti poeti del Novecento, Kahlil Gibran: "L'arte degli italiani sta nella bellezza".

Sarà. Ma di certo in questa saga di aggettivi decantatori se n'è aggiunto un altro, davvero imprevedibile fino a qualche anno fa e il più "spendibile" (di questi tempi): l'Italia è soprattutto "sicura". Etichetta di non poco conto per calamitare turisti e garantire ossigeno all'economia nazionale: nel nostro Paese il comparto turistico vale 171 miliardi di euro. Cioè l'11,8 per cento del Pil. Una vera e propria manna in anni di eterna "luce in fondo al tunnel". Così, tra una natura variegata, un clima benigno, una storia generosa, tra il fascino del passato e le garanzie per il presente, i flussi turistici continuano, per fortuna, a non arrestarsi. Anzi, addirittura registrano boom senza precedenti: tra il 2015 e il 2016 l'incremento degli arrivi dei viag-

giatori stranieri in Italia ha toccato il 3,7 per cento, radicando il quinto posto del nostro Paese nella classifica mondiale delle mete più gettonate. Siamo a 52,6 milioni di visitatori, dato del 2016. E quest'anno, secondo diverse previsioni, dovrebbe andare molto meglio. Secondo il Ciset della Cà Foscari potremmo arrivare a 64,4 milioni. Anche perché non tutti, con l'incognita del terrorismo, se la sentono di prenotare un soggiorno in Turchia, in Egitto o in Tunisia, tradizionali alternative alle spiagge mediterranee del nostro Sud. Ma anche nei Paesi del Nord Europa, preferendo le nostre "tranquille" città d'arte, la montagna incantata, i laghetti d'altura, le gaudienti terme. Ambienti finora esenti da coltelli mossi dal fanatismo pseudo-islamico o da camion lanciati a tutta velocità sulle folle. Inspiegabile (forse), cinico (certamente), ma è così. Amicus omnibus, amicus nemini.

Il trend finora sta dando ragione ai tanti ottimisti.

Nei primi cinque mesi di questo 2017, Roma ha visto crescere le presenze di stranieri del 2,8 per cento, toccando quota 13,5 milioni. In Emilia-Romagna l'aumento nello stesso periodo è stato addirittura del 7,6 per cento, con 17 milioni di presenze. La Liguria ha avuto un aprile 2017 record, più 10 per cento rispetto allo scorso anno. Bene anche Veneto e Trentino-Alto Adige, regioni che guidano la top dei numeri di villeggianti in Italia (rispettivamente 42 e 27 milioni di pernottamenti nel 2015). Il bilancio nazionale pre-estivo parla di 100 milioni di presenze. Il trimestre estivo (giugno, luglio e agosto), secondo stime di Confesercenti, dovrebbe portare altri 204 milioni di pernottamenti. Quasi la metà saranno turisti stranieri. Insomma, vento sulle vele.

Quali sono i mercati più dinamici, per la nostra ricettività? Dall'Europa gli immancabili tedeschi, innanzitutto. Poi austriaci, svizzeri, olandesi, belgi, francesi. Crescenti i flussi dall'Europa dell'est. Per il resto, il boom è dei cinesi. Stabili i flussi statunitensi, canadesi, russi, scandinavi, brasiliani e britannici. In flessione, invece, Spagna, Giappone e India. Ma il bilancio finale è più che positivo.

L'estate 2017, quindi, potrebbe essere ricordata come la

stagione d'oro per il turismo italiano. Il Belpaese dovrebbe sfondare il tetto dei 400 milioni di notti annue in albergo, cifra finora mai raggiunta. Soltanto la Spagna (a quota 454,3 milioni di presenze nel 2016) ci sottrae il primato europeo, dal momento che la Francia continua a soffrire per il terrorismo (meno 8,7 per cento e discesa a 394,6 milioni di "notti").

Le previsioni premiano sia il settore alberghiero sia quello extralberghiero, cioè affitti brevi di case private, bed & breakfast, ostelli, conventi. Molto bene dovrebbero fare Mezzogiorno e Isole, ma anche il Nord Italia, mentre il Centro sconta gli effetti del terremoto, in particolare Marche e Umbria.

L'osservatorio Astoi (Confindustria Viaggi) conferma i toni entusiastici registrando, nel portfolio delle prenotazioni registrate dagli associati, incrementi sopra il 10 per cento per l'estate 2017.

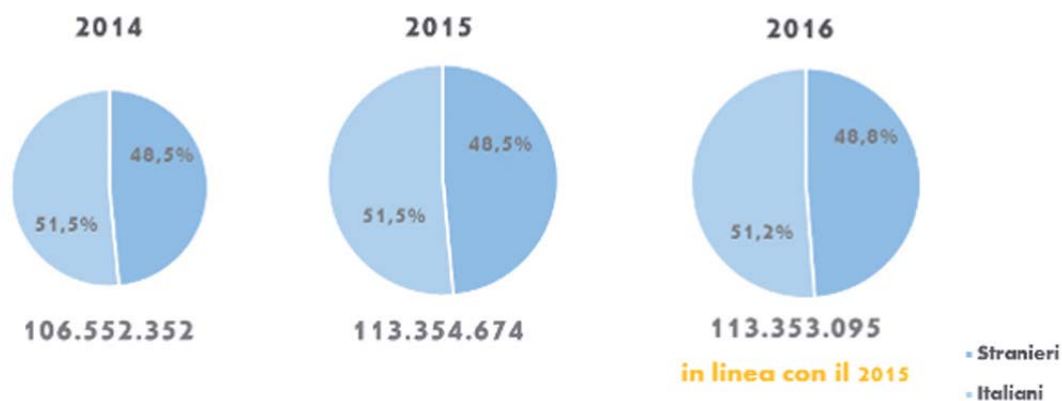
Secondo un sondaggio realizzato a giugno 2017 da Trademark Italia e Sigma consulting, dovrebbero registrare

numeri record in particolare la Riviera romagnola, la Costiera amalfitana e il Salento. Ma dati esaltanti arrivano un po' da tutta Italia. "Le spiagge venete registrano una crescita tra il 12 e il 20 per cento di presenze, ma è un dato a braccio - dice Marco Michielli, presidente regionale di Federalberghi. Numeri positivi anche da Walter De Cassan, numero uno di Federalberghi Belluno-Dolomiti. Nei cinque incantevoli borghi delle Cinque Terre si registrano ormai oltre 2,5 milioni di turisti all'anno, un numero enorme se si pensa che i residenti sono appena quattromila. Numeri positivi dai 109mila posti letto alberghieri della Sardegna. Anche l'Emilia-Romagna sta incassando numeri da primato.

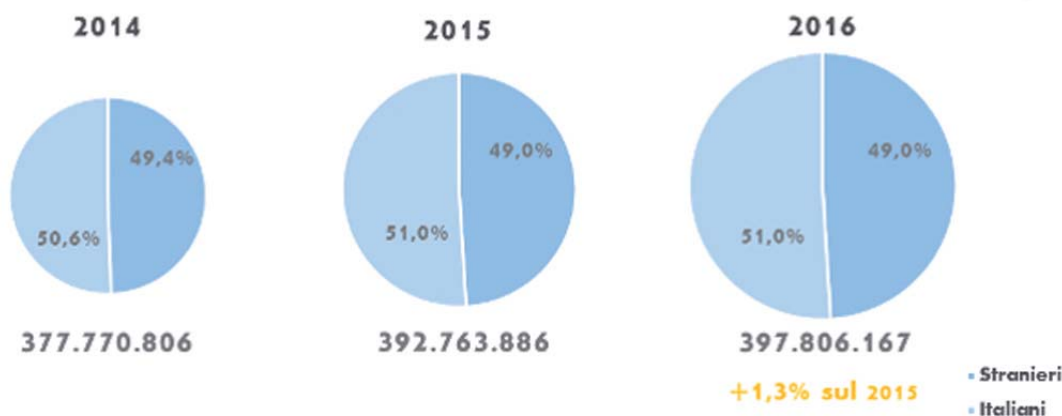
Stefano Bonaccini, governatore dell'Emilia-Romagna, è raggiante: "L'economia sta crescendo anche più rapidamente di quanto avevamo immaginato e nel settore del turismo vediamo margini di crescita rilevanti. Ora dobbiamo capire se questa ripresa è congiunturale o strutturale. Siamo soddisfatti, ma non ci accontentiamo".

I MOVIMENTI TURISTICI IN ITALIA

ARRIVI

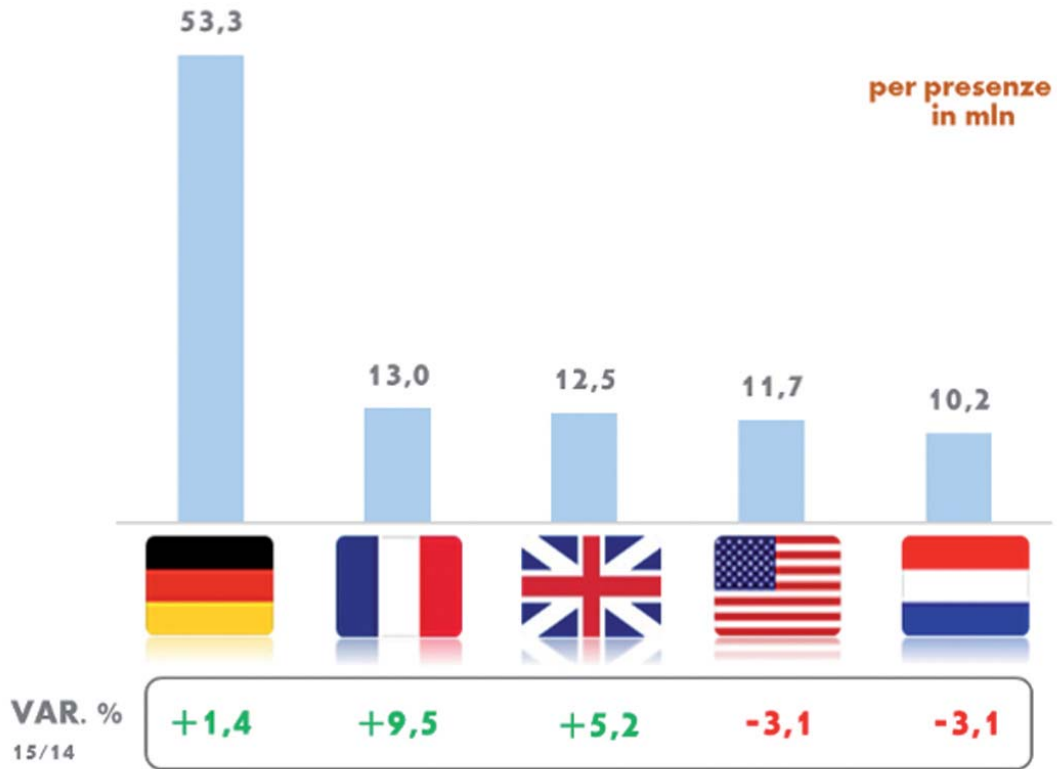


PRESENZE

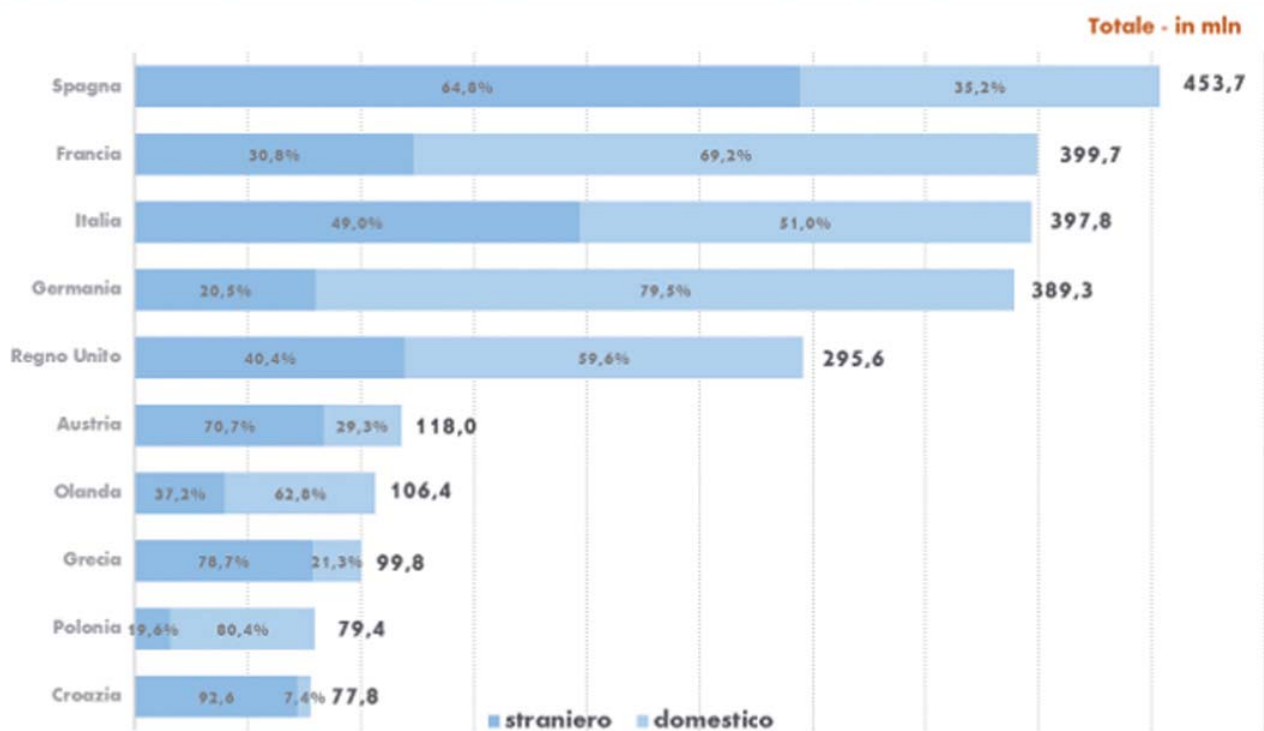




I MERCATI ESTERI DI PROVENIENZA



PRIMI DIECI PAESI EUROPEI PER PERNOTTAMENTI 2016





Sondaggio: spiagge e parchi i siti più sicuri da attentati

Bene anche centri commerciali, supermercati, banche e uffici postali. Maggiori timori investono, invece, le stazioni, gli aeroporti e i concerti

Per il 75 per cento degli italiani, spiagge e parchi, supermercati e centri commerciali, banche e uffici postali sono i luoghi più sicuri da attentati terroristici. Il dato emerge da una ricerca effettuata dall'Osservatorio Findomestic, realizzata in collaborazione con Doxa. Tra i luoghi che gli italiani reputano più sicuri rientrano anche alberghi/villaggi turistici (74 per cento), mercati rionali (71 per cento) e cinema/teatri/musei/chiese (70 per cento).

Le stazioni e i treni così come gli aeroporti e gli aerei sono invece considerati sicuri solo da un italiano su due (rispettivamente 53 e 52 per cento). Se gli eventi a più alto rischio percepito sono i concerti in stadi e piazze (65 per cento) e gli eventi sportivi in stadi e palazzetti (48 per cento), l'attualità dimostra che gli italiani non sono comunque disposti a modificare le proprie abitudini: gli oltre 220mila presenti al concerto-evento di Vasco Rossi a Modena ne sono testimonianza tangibile.

LA PAURA NON MODIFICA GLI STILI DI VITA. La conferma arriva proprio dalle rilevazioni della ricerca, secondo cui due persone su tre (67 per cento) non sarebbero intenzionate a cambiare stile di vita nonostante il diffuso timore di attentati. Ulteriore riprova è il fatto che dopo l'attacco terroristico di Manchester, il 73 per cento degli italiani – sempre prendendo con le molle il campione - ha dichiarato che non rinuncerebbe ad un concerto in un'arena o in uno stadio in mezzo a migliaia di persone. La voglia di continuare a vivere come sempre, senza cedere alla paura del terrorismo, risulta evidente anche da un altro dato: oltre un italiano su due (per la precisione il 53,2 per cento) avrebbe intenzione di fare un viaggio o una vacanza entro i prossimi tre mesi e la spesa media prevista per persona è di 1.357 euro. La voglia di viaggiare è aumentata dell'un per cento rispetto a un mese fa e del 3,1 per cento rispetto a un anno fa. I numerosi attacchi terroristici degli anni recenti, tra l'altro, hanno spinto le compagnie assicurative a proporre polizze viaggio in grado di coprire anche la tragica eventualità del terrorismo: al momento solo il 39 per cento del campione prenderebbe in considerazione l'ipotesi di sottoscriverla e solo l'8 per cento lo farebbe certamente.

ITALIA, IL PAESE PIÙ SICURO. L'Italia viene percepita dai suoi abitanti come il Paese più sicuro in assoluto: la pensa così il 35 per cento del campione (il 39 per cento degli uomini e il 29 per cento delle donne), con un aumento di otto punti percentuali rispetto a dodici mesi fa. Altri Paesi considerati meno a rischio attentati sono l'Australia (8 per cento), il Canada (4 per cento) e il Giappone (4 per cento). Tuttavia il 93 per cento degli intervistati è convinto che il terrore perdurerà ancora a lungo e il 31 per cento ritiene che nessun posto possa considerarsi al sicuro dagli attacchi terroristici (era il 28 per cento a inizio 2016).

Turismo è occupazione

Crescita turistica significa più occupazione. Il settore, si sa, è una vera e propria "industria" che garantisce tanti posti di lavoro. La prima al mondo. Dati del World Travel & Tourism Council (Wttc) attestano che gli addetti di aree riconducibili a questo comparto sono 108 milioni nei cinque continenti, sette volte di più di quelli occupati nell'automotive (16 milioni), cinque volte più del settore chimico

(circa 22 milioni), il doppio degli operatori del settore finanziario (62 milioni). Nella sola Europa sono 36 milioni gli addetti all'industria turistica.

C'è di più. Il comparto è destinato a lievitare ulteriormente. Le previsioni parlano di un aumento del 4 per cento all'anno fino al 2027 rispetto alla crescita dell'economia in generale, attesa intorno al 2,7 per cento annuo.

Nel nostro Paese, il settore turistico, come detto, vale 171 miliardi di euro, cioè l'11,8 per cento del Pil. Un'enormità. Con una caratteristica positiva: cresce, in termini di occupazione, con percentuali da primato in Europa. Negli anni della crisi più acuta, dal 2008 al 2016, nessun Paese dell'Eurozona ha visto aumentare il numero di occupati del-



l'alloggio e della ristorazione come l'Italia, sia in valore assoluto sia in percentuale. Nel periodo considerato, l'aumento è stato di 235mila occupati, meglio di Spagna (146 mila), Francia (132 mila) e Germania (112 mila). L'aumento percentuale ha raggiunto il 20,3 per cento negli otto anni considerati (fonte Eurostat).

Attualmente il settore italiano, includendovi alberghi, campeggi, bar, ristoranti, stabilimenti balneari e termali, discoteche, agenzie di viaggi e parchi divertimento, ha oltre un milione di dipendenti e circa 200mila aziende con almeno un dipendente. Il turismo è una voce economica essenziale soprattutto nei grandi capoluoghi italiani. In particolare a Roma, Milano, Venezia, Firenze e Rimini, che guidano la classifica delle presenze. E, a seguire, Torino, Napoli, Ravenna, Bologna, Verona, Pisa, Padova, Palermo, Grosseto e Siena. Altre località italiane, che per convenzione sono definite "minori", ricevono grandi benefici dalla ricettività e dalla ristorazione.

Il mare veneto "muove" principalmente l'economia turistica di Jesolo, San Michele al Tagliamento e Caorle, che guidano la classifica di presenze negli esercizi ricettivi dei Comuni non capoluogo in Italia. A seguire, tra le località marine, troviamo Riccione, Lignano, Cervia, Cesenatico, Comacchio, Bellaria, Cattolica, Castiglione della Pescaia, Chioggia, Orbetello, Grado e Rosolina. Al Sud dominano Sorrento e Vieste. Numeri importanti per il lago di Garda con Peschiera, Bardolino, Lazise, Riva del Garda, Sirmione e Limone. Per le località termali, Abano e Montecatini sono al top per i numeri. Tra le mete isolate primeggiano Forio e Ischia. Per la montagna Castelrotto, Selva di Val Gardena, Livigno, Cortina e Merano. Ogni nome, un'emozione. Questi, dunque, i primi cinquanta Comuni per numero di esercizi ricettivi. Attestati dall'Istat e relativi al 2015. Dai dati oggettivi è possibile passare ad indici di attrattività turistica calcolati in base a diversi parametri. Come ha fatto di recente Nomisma attraverso il servizio Italy2invest, che misura competitività e benessere dei territori in base a 600 indicatori urbani (categorie: ambiente, bilanci, condizioni socio-economiche, finanziamenti, credito, giustizia, servizi, imprese, infrastrutture, istruzione, lavoro, mercato immobiliare, intensità degli spostamenti, popolazione, trasporto e turismo). Le prime dieci città italiane, secondo questa classifica dell'attrattività, sono: Milano, Torino, Genova, Firenze, Venezia, Bologna, Verona, Parma, Ferrara e Ravenna. La capitale è solo diciannovesima. "In uno scenario radicalmente mutato dalla crisi – fa notare Italy2invest – e oggi in continua e rapida trasformazione, un fattore di primaria importanza per città e territori è rappresentato dall'attrattività: la capacità di creare e mantenere elevati livelli di performance in ambiti sensibili è un prerequisito imprescindibile per attrarre investi-

tori che, troppo spesso, ancora oggi tendono a privilegiare – in parte per mancanza di informazioni – altre destinazioni, anche a livello europeo".

Basilari sono anche le manifestazioni promosse dal territorio, cioè l'offerta culturale. O i grandi eventi. Come nel caso dell'Expo di Milano del 2015: nei sei mesi della manifestazione, le presenze nel complesso degli esercizi ricettivi dell'Area Expo sono aumentate del 26,8 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, registrando circa sette milioni di presenze complessive, con quasi 1,5 milioni di notti in più rispetto allo stesso periodo del 2014. Con benefici anche per l'occupazione.

La shadow economy

Ai dati rosei, però, non sempre fa riscontro un analogo beneficio per alberghi e ristoranti. Perché, nell'era delle nuove tecnologie, il fai-da-te è in netta crescita sia tra i vacanzieri sia tra i tantissimi cittadini che, forti di un appartamento di proprietà o di uno (o più) acquisiti in affitto, organizzano il proprio reddito business costituendo un'alternativa ai canali tradizionali.

E' la cosiddetta "shadow economy", che in tempi di crisi spinge tante persone a crearsi un'entrata o da integrare il reddito affittando posti letto, così come succede in altri Paesi turistici in tutto il mondo, da Cuba al Portogallo, dalla Grecia alla Spagna. Così gli esercizi extraalberghieri stanno crescendo a ritmi vertiginosi, grazie principalmente al supporto delle nuove tecnologie che garantiscono costi zero l'importante voce del marketing.

Le associazioni di albergatori, soprattutto a livello locale, stanno denunciando da tempo il fenomeno. Numeri in mano. Perché il calcolo è estremamente facile. Ad esempio, se nella provincia di Terni – dati Istat - ad aprile 2017 si contavano 600 esercizi extralberghieri, in realtà su Airbnb erano 1.023 e su Tripadvisor addirittura 1.134, entrambi con crescite rilevanti rispetto agli anni precedenti, praticamente raddoppiate dal 2014.

Analogo la situazione in Sardegna: sempre ad aprile 2017, in occasione delle vacanze di Pasqua, risultavano disponibili su Airbnb 12.900 alloggi, rispetto agli 11.912 registrati ad agosto 2016. Quasi mille in più in meno di un anno. La maggior parte degli alloggi, cioè il 77 per cento, sono riferiti ad interi appartamenti che vengono messi in affitto e il 56,3 per cento sono gestiti da "host" che mettono in vendita più di un alloggio, secondo i dati di Federalberghi. Paolo Manca, presidente dell'associazione

regionale degli albergatori, è spazientito. In un'intervista al Sole 24 Ore denuncia come non sia più possibile "continuare a giocare nello stesso campo con regole diverse: le strutture regolari da una parte, sottoposte giustamente ai controlli ed alle verifiche di rito, e quelle dei 'furbetti dell'appartamentino' che non sottoscrivono alcun contratto di affitto, offrono servizi extra a pagamento e, a volte, hanno dipendenti, più o meno regolari, che fanno accoglienza e pulizie. È arrivato il momento che le autorità deputate verifichino e sanzionino chi non è in regola, anche nei confronti del fisco".

Un fenomeno che ricorda quando, in occasione del Giubileo del 2000, quello dei grandi numeri, a Roma la ricettività extraalberghiera, legale e illegale, diventò un fenomeno di massa.

Le sfide della politica

L'euforia per i numeri in crescita non deve però farci dimenticare i problemi, spesso atavici, che attanagliano il settore in Italia. Le caratteristiche del comparto sono in linea con quelle del tessuto imprenditoriale in genere: quindi una netta maggioranza di microaziende, molte sottodimensionate e orientate a fare pochi investimenti. Mancano grandi tour operator e catene alberghiere italiane che s'impongano a livello internazionale. C'è poi la questione dei giorni medi di permanenza, sempre più limitati. A ciò si sommano le carenze nel marketing e nelle comunicazioni, nonché la situazione da terzo mondo dei trasporti in molti territori, in particolare nel Mezzogiorno, che determina un potenziale turistico inespreso.

La politica cerca di correre ai ripari, anche se le esperienze del passato non sono state certo esaltanti. Per cui questi sono i risultati: le soddisfazioni sono per lo più frutto di congiunture favorevoli, dall'assenza di fenomeni terroristici alle grandi applicazioni informatiche che suppliscono un marketing carente.

Per cercare di correre ai ripari, il Consiglio dei ministri ha approvato di recente il Piano strategico del turismo per gli anni 2017-2018, che mira principalmente ad integrare l'offerta nazionale, ad implementare il marketing del brand Italia e ad apportare miglioramenti nel settore. Tra le iniziative, il rilancio delle località più piccole e sconosciute, dedicando il 2017 proprio ai borghi.

"Questo è l'anno dei borghi, il prossimo sarà quello dell'enogastronomia – sottolinea il ministro dei Beni culturali, Dario Franceschini. "La cultura ci dà competitività con tutti. Italia è cultura. Cultura e turismo sono una coppia

sinergica. Anche i Comuni vanno verso questa direzione ma bisogna incrementare le infrastrutture. Non esiste che l'Alta Velocità si ferma a Salerno, deve arrivare fino a Palermo. C'è bisogno di migliorare treni e aerei per raggiungere tutte le parti d'Italia. Questa è una grande sfida – conclude – ma è un grande veicolo per la crescita economica del Paese". Il ministro fa sapere che abbiamo tantissime nuove richieste dai Paesi asiatici, soprattutto dalla Cina e questo fa ben sperare. Ma denuncia anche il problema dell'affollamento eccessivo di alcuni luoghi, che porta degrado e pericolo, ritenendo che si potrebbe ovviare grazie alle nuove tecnologie. Il tema del "turismo a numero chiuso" è ormai di moda. Da una parte c'è chi denuncia il degrado di luoghi d'arte, di spiagge, di perle montane a causa di bivacchi senza rispetto, spesso senza decenza, quasi sempre senza scrupoli. A Venezia se ne parla da tempo, argomento che si sposa con il passaggio irrispettoso delle navi da crociera. In Liguria cresce il numero di amministratori pubblici e rappresentanti di categoria che pretendono di limitare l'accesso "selvaggio" agli arenili. La proposta più inflazionata è quella del ticket, un modo sia per scremare e contingentare l'utenza sia per rimpinguare economicamente le casse degli enti locali. Ai tanti che storcono la bocca, perché una spiaggia o una montagna sono beni collettivi, altri ricordano che provvedimenti del genere già esistono. Per le tre Cime di Lavarado, tra Veneto e Alto Adige, c'è già un biglietto d'ingresso: 22 euro per le auto, 11 per le moto. Anche per il Passo del Rombo, in Alto Adige, è imposto un ticket sul pedaggio: 16 euro per le auto, 14 per le moto. Del resto lo stesso succede nella vicina Austria: per raggiungere il Grossglockner, la più alta vetta alpina austriaca, ci vogliono 35 euro per arrivarci in automobile e 25 in moto. Altro tema, emerso anche al recente convegno "Turismo digitale: un motore per la crescita del paese" promosso a Roma dall'associazione Italian digital revolution insieme a Civita, è quello del gap di cultura digitale, causa principalmente gli scarsi investimenti in hi-tech.

"Stiamo portando la banda ultralarga in molte zone del nostro Paese, con particolare attenzione per i luoghi turistici, mentre con Mibact e Agenzia per l'Italia digitale siamo al lavoro per il progetto 'Wi-fi Italia It', che consentirà a cittadini e turisti di connettersi al wi-fi gratuitamente e in modo semplice grazie a un sistema unico di accesso - ha anticipato Antonello Giacomelli, sottosegretario allo Sviluppo economico, in un messaggio agli organizzatori del convegno. "Proprio la realizzazione di una rete wi-fi nazionale ci consentirà di avere, in tempo reale, un dato completo sul flusso turistico in Italia, sulla sua composizione, sulle esigenze, sugli spostamenti. Saranno informazioni utili per la messa a punto di servizi capaci di migliorare l'ospitalità italiana e di generare ricchezza".

CAPACITA' RICETTIVA IN ITALIA - valori assoluti



Turismo & turismi

Parlare di turismo, al singolare, è però riduttivo. Il comparto è, infatti, costituito da tanti sottosettori che registrano incrementi. È il caso, ad esempio, di una delle forme più antiche di turismo: quello religioso. Secondo i dati del Centro internazionale di studi sull'economia del turismo Cà Foscari (Ciset), relativi al 2016, in Italia in quest'area si muovono 40 milioni di persone, per lo più pellegrini in cerca di città sacre, cattedrali, santuari, abbazie, monasteri, conventi, seminari, case di spiritualità, rifugi, foresterie, ostelli, ma anche strade storiche, come la supertrandy via Francigena (40mila pellegrini all'anno) o il cammino di San Benedetto da Norcia a Subiaco (quattromila all'anno), o ancora la Via degli Dei tra Bologna e

Firenze, il cammino di San Francesco, tra Emilia e Umbria, la strada di San Michele in Puglia. Non a caso i percorsi sacri si moltiplicano, non sempre con robuste motivazioni spirituali. In Italia, comunque, si deposita una fetta rilevante dell'intera torta mondiale di turisti religiosi, che è costituita da 300 milioni di persone con un giro d'affari di 18 miliardi di dollari (dati dell'Organizzazione mondiale per il commercio).

Si tratta di visite e pellegrinaggi finalizzati non solo a vivere emozioni spirituali o a scoprire le radici della fede, ma anche ad immergersi nella natura, nella storia dei luoghi o a ritrovare un'identità, come evidenziano Stefania Cerutti ed Elisa Piva, ricercatrici dell'Università del Piemonte Orientale, che ha di recente organizzato la nona Conferenza internazionale sul turismo religioso in provincia di Novara. Il fenomeno, in netta crescita, è internazionale. Se l'Italia offre infinite mete, da Roma (18 milioni di visitatori annui a San Pietro) ad Assisi, da San Giovanni Rotondo (sette milioni di visitatori annui per il Santuario di

Padre Pio) a Pietrelcina, da Camaldoli a Loreto, altre nazioni vantano santuari da 14 milioni di fedeli, come il Portogallo con Fatima, da 13 milioni come la Francia con Notre Dame a Parigi (Lourdes è a quota cinque milioni), da dieci milioni come il Messico con la Madonna di Guadalupe, mentre Medjugorje, in Bosnia, ha visto crescere i pellegrini del 55 per cento negli ultimi dieci anni, sfondando il tetto dei due milioni l'anno. Altro punto di riferimento internazionale è il cammino di Santiago de Compostela in Spagna, che nel 2016 ha registrato 278mila persone (quasi il 10 per cento italiane), quindicimila in più del 2015, quarantamila in più del 2014, quasi il triplo rispetto a dieci anni prima. Altro segmento che gode di favori crescenti è il turismo naturalistico, con oltre 30 milioni di presenze, secondo i dati del portale "Turismo

nei parchi", accessibile attraverso il sito del ministero dell'Ambiente. "Sono molti i parchi nazionali che già realizzano un'interazione positiva con il settore turistico, attraverso una promozione sostenibile e innovativa che valorizza le eccellenze dei territori – afferma il ministro dell'Ambiente Gian Luca Galletti.

"E' necessario, però, che tutti i Parchi siano in grado di promuovere il loro patrimonio come asset per il rilancio dello sviluppo economico. Quella del turismo nei Parchi è una grandissima sfida per il Sistema Paese – conclude il ministro. Un altro comparto dinamico è quello del turismo congressuale. Per convegni, conferenze ed eventi vari, l'Italia è al sesto posto nel ranking congressuale mondiale, grazie ai tanti fattori di attrattività del nostro Paese, dall'arte, alla cultura, al cibo.

Rieti, cultura e spirito con "I borghi di Francesco"

La Sabina in ottica di turismo sostenibile. Con la benedizione del vescovo Pompili

Si chiama "I Borghi di Francesco" la proposta presentata a Rieti in un'ottica di turismo spirituale, lento e sostenibile, accessibile a tutti, in Sabina. Cuore dell'idea è l'offerta di trekking a contatto con la natura, ripercorrendo i sentieri di San Francesco, vivendo non solo emozioni intime, ma approfondendo la conoscenza degli aspetti storici e culturali dei territori, compresa l'offerta enogastronomica. La proposta include una doppia mostra fotografica allestita fino ad ottobre sotto gli archi del Palazzo Papale di Rieti. Viene presentato "un percorso per immagini che, da un lato, vede l'esposizione delle immagini realizzate qualche anno fa tra i santuari della Valle Santa Reatina da Steve McCurry e acquistate dal Comune di Rieti; dall'altro, la lettura dei borghi che nasce dall'obiettivo di chi la Valle Santa la vive quotidianamente".

"Nell'epoca dei selfie – spiega il vescovo di Rieti, monsignor Domenico Pompili – la rassegna fotografica potrebbe sembrare fuori dal tempo. In realtà McCurry ci dà la possibilità di riscoprire cosa sia la fotografia e attraverso di essa l'anima di questo nostro territorio, che forse il nostro sguardo abituato rischia di perdere".

Per il vescovo si tratta di un aiuto ad intercettare "l'anima, e dunque la vocazione, di Rieti", che si trova nella sua "vocazione naturalistica, culturale e spirituale".

L'iniziativa costituisce il prologo verso un'altra sorpresa: la "Valle del Primo Presepe" dal 2 dicembre 2017 al 6 gennaio 2018, con il borgo di Greccio protagonista: qui San Francesco inventò la prima rappresentazione della nascita di Cristo.

"Di questa traccia – conclude il vescovo – la nostra valle conserva la memoria ed è importante che noi per primi ce ne facciamo carico e sappiamo costruire attorno ad essa la capacità di attrarre in questo territorio tante persone", perché le diverse iniziative "non siano solo memoria", ma anche "proiezione in avanti".

QUI LIGURIA

Industria da quasi 6 miliardi

Cresce il turismo in Liguria. Lo attestano i dati pubblicati dall'Osservatorio turistico regionale. Nei soli mesi di aprile e maggio 2017, le presenze turistiche hanno oltrepassato i due milioni e mezzo di unità, con una crescita di oltre il 10 per cento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il numero degli italiani (1,3 milioni) è lievitato del 20 per cento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, mentre le presenze straniere si stabilizzano sul milione e 100mila, comunque in lieve crescita (+0,56 per cento).

Savona raccoglie il maggior numero di presenze, poco meno di 843 mila visitatori, segue Genova con 733 mila presenze, poi La Spezia con oltre 497 mila e infine Imperia con 493 mila. Nel corso del 2016, le 70 milioni di presenze registrate in Liguria hanno generato sul territorio regionale un impatto economico complessivo stimato in cinque miliardi e 658 milioni di euro per alloggio e ristorazione, enogastronomia, shopping, cultura e divertimenti, trasporti locali e altre spese sostenute nel corso della vacanza turistica nella regione. Tale impatto risulta in crescita rispetto al dato 2015, quando ammontava a 5 miliardi e 316 milioni di euro. Il Pil del turismo in Liguria è stimato in tre miliardi e 818 milioni di euro, pari all'8 per cento del Pil regionale (quasi la metà è attivata dall'industria dell'ospitalità ricettiva, tra alloggio e ristorazione).

QUI VENETO

Primato storico nel 2016

Il Veneto ha incassato un nuovo primato storico per numero di turisti e pernottamenti. Il 2016 si è chiuso, infatti, con 17,9 milioni di arrivi (più 3,5 per cento rispetto al 2015) e 65,4 milioni di presenze (più 3,4 per cento), numeri mai raggiunti prima.

Il turismo rappresenta il comparto più importante per l'economia veneta: i circa 11,3 miliardi di euro prodotti dalla lunga filiera del settore nel 2015, rappresentano l'8,3 per cento del Pil regionale. Il Veneto si colloca in quarta posizione tra le regioni europee per numero di arrivi di turisti, dopo Île de France, Catalogna e Andalusia e in sesta posizione per numero di pernottamenti (notti trascorse in strutture ricettive). Le prime stime provvisorie dell'andamento del turismo in Veneto nel periodo

gennaio-aprile 2017 indicano per l'aggregato alberghi, campeggi e villaggi turistici un incremento di arrivi e presenze attorno al 10 per cento.

QUI ROMA

L'invasione degli stranieri

La Capitale sta vivendo un momento d'oro per numero di turisti stranieri: non solo i soliti europei e gli immancabili americani, ma anche cinesi (tantissimi) e russi.

Nei primi cinque mesi del 2017, Roma ha registrato 5,4 milioni di arrivi e 13,5 milioni di presenze incassando, rispetto allo stesso periodo del 2016, una crescita di circa il 2,8 per cento negli arrivi e del 2,5 per cento nelle presenze, con un'accentuazione maggiore della domanda di turisti stranieri (più 3,24 per cento di arrivi; più 3,11 per cento di presenze). Sono i dati del turismo nella Capitale, frutto delle prime elaborazioni dell'anno realizzate dall'Ente bilaterale del turismo del Lazio.

Tale trend è confermato anche da altri fattori: i Punti informativi turistici registrano una crescita dei contatti dell'1,4 per cento tra i primi tre mesi del 2017 e lo stesso periodo dell'anno precedente; lievitano di numero anche le telefonate al call center comunale, più 7,4 per cento nei primi cinque mesi del 2017; più 1,8 per cento per il traffico web sulla pagina ufficiale Turismo Roma.

Tuttavia, tra i turisti, domina il fai-da-te e una certa approssimazione, con periodi di vacanza sempre più ridotti ("mordi e fuggi"), pasti da asporto e presenze soprattutto in b&b e case vacanze, spesso non in regola. Un turista a Roma spende oggi in media meno di 70 euro al giorno, compresi vitto e alloggio, secondo le ricerche ufficiali.

Giuseppe Roscioli, presidente di Federalberghi Roma, conferma la decrescita qualitativa delle persone che raggiungono la Capitale: sono di più, ma spendono di meno. Se il 2016 ha registrato un più due per cento di presenze, gli hotel non hanno avuto incrementi di clienti.

QUI CAMPANIA

Il turismo guida la "ripresina"

Il turismo anche in Campania va bene, ma guida una ripresa dell'economia purtroppo esile. A confermarlo sono gli ultimi dati della Banca d'Italia nel consueto rapporto semestrale "L'economia della Campania" relativo al 2016 e parte del 2017.

Tra i dati positivi generali si registra crescita dell'occupazione (più 3,8 per cento rispetto al 2015), dei consumi

delle famiglie (più 0,9 per cento), dell'export (più 2,9 nel 2016). Ma è soprattutto il turismo a registrare le migliori performance: più 12,1 per cento nel 2016, dato evidente anche nella spesa dei turisti in regione, più 11,9 per cento nel 2016, che s'aggiunge alla buona performance del 2015, quando aveva incassato un più 16,5 per cento. I turisti hanno fatto confluire nelle casse della regione oltre 1,8 miliardi di euro nel lo scorso anno, il 5 per cento del dato italiano. L'aeroporto di Capodichino ha registrato un più 10 per cento rispetto al 2015.

QUI SARDEGNA

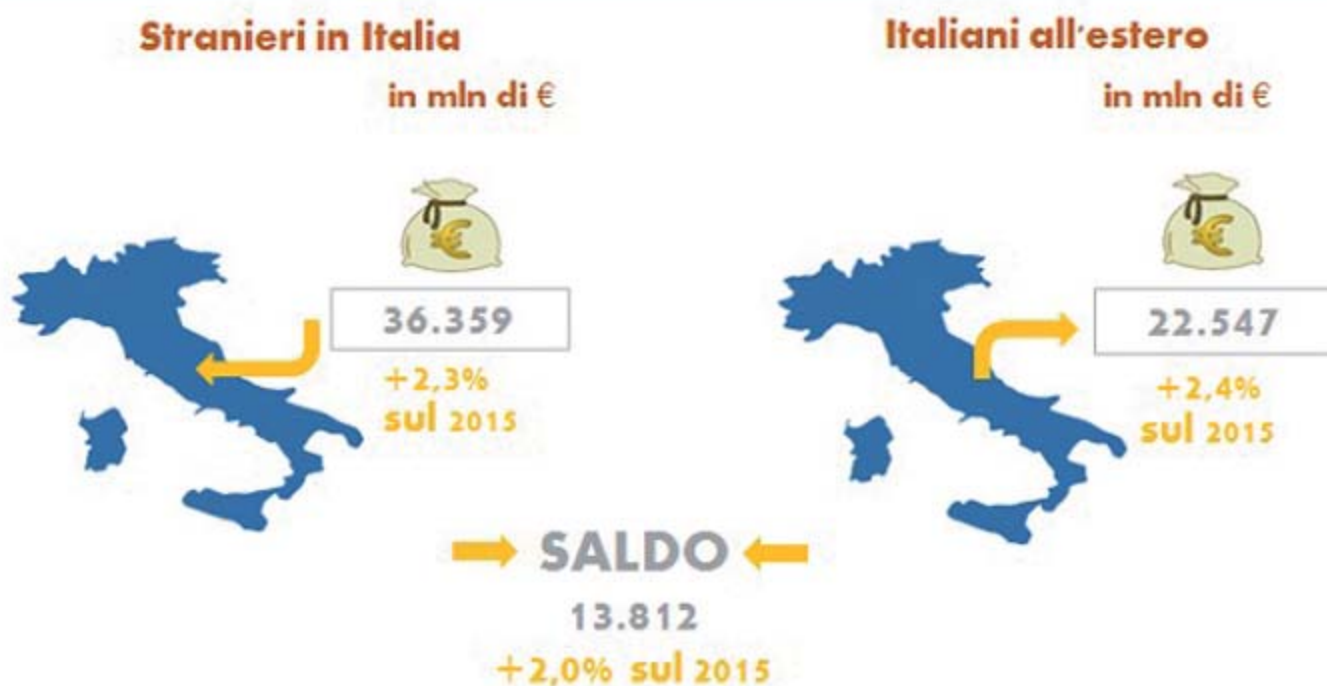
Gli stereotipi del mare

La Sardegna resta un punto di riferimento per turisti italiani e stranieri. Negli ultimi dieci anni, si è assistito ad un incremento del turismo internazionale di quasi il 15 per cento, dal 32 per cento del 2006 al 46 per cento del 2015. Una notizia positiva che presenta, però, un rovescio della medaglia: il 74 per cento dei turisti stranieri – secondo un dossier del centro studi Cna che riprende una ricerca della Banca d'Italia sul turismo internazionale - arriverebbe in Sardegna quasi esclusivamente per il mare e le spiagge, mentre soltanto l'8 per cento viene attratto dal patrimonio artistico, culturale ed archeolo-

gico dell'isola. Un dato drammatico se si compara con il 54 per cento dei turisti internazionali attratti dal patrimonio artistico della Sicilia, il 34 per cento della Calabria o il 30 per cento della Puglia. In sostanza, la Sardegna non riuscirebbe a superare lo stereotipo di una terra attrattiva solo per il mare e le spiagge. Non a caso secondo gli ultimi dati Istat, relativi al 2015, nell'isola il 61 per cento delle presenze nazionali si concentra a luglio e agosto. La Sardegna mostra però una buona attrattività per quanto riguarda agriturismo ed enogastronomia: molti stranieri visitano l'isola per una vacanza enogastronomica, per motivi di salute, per viaggi di nozze, per motivi religiosi o per praticare uno sport. Negativi invece i dati del turismo congressuale.

"Dobbiamo iniziare a parlare di nuove forme di turismo e non più di destagionalizzazione – sottolinea Barbara Argiolas, assessore regionale al Turismo. "Per questo occorrono azioni di sistema incisive tra Regione, Comuni e imprese, che favoriscano lo sviluppo di altre scelte di vacanza oltre al balneare. Sul web - continua Argiolas - la Sardegna è cercata solo per il mare: è stato il nostro modello di turismo degli ultimi cinquant'anni e rimane il segmento dominante. Il cambio di paradigma è dunque urgente se vogliamo parlare di nuovi prodotti che differenzino la stagionalità e portino i viaggiatori in altre stagioni dell'anno e nelle zone interne".

SPESA TURISTICA 2016



Serve una politica industriale per il turismo culturale 4.0

Occorre investire sulle tecnologie, digitalizzare il patrimonio per renderlo più accessibile e competitivo a livello internazionale.

di STEFANO FIRPO - Direttore generale per la politica industriale, la competitività e le Pmi al ministero dello Sviluppo economico

Tra i tanti "turismi" da promuovere nel nostro Paese, quello culturale è certamente fra quelli con le maggiori opportunità di espansione.

L'ascesa esponenziale delle classi medie nelle economie emergenti porta con sé una domanda enorme di nuovi consumi culturali che un Paese come il nostro, per la straordinaria ricchezza del suo patrimonio storico e culturale, non può non essere in grado di intercettare.

Se esistono spazi di crescita per il nostro Paese credo possano esprimersi attraverso un modello di sviluppo trainato dalle esportazioni più simile a quello tedesco: nel nostro Paese infatti le esportazioni pesano circa il 30% del Pil, mentre in Germania raggiungono il 50%. Se fossimo in grado di colmare questo gap e di sfruttare il contributo del turismo e in particolare del nostro turismo culturale, buona parte dei nostri problemi di crescita sarebbero risolti.

Queste opportunità dovrebbero creare coesione attorno a un piano industriale in grado di rafforzare la nostra competitività: l'esperienza di questi mesi dimostra come l'Italia abbia bisogno di progetti-Paese condivisi e di grande portata, come avvenuto col il Piano Industria 4.0. Anche sul fronte del turismo dovremmo trovare la forza e la capacità di lavorare attorno ad un piano strategico fatto di azioni concrete e mirate per migliorare il nostro turismo culturale. Tuttavia la materia rimane assai divisiva, spesso oggetto di un paralizzante e noiosissimo dibattito fra i fautori della valorizzazione e quelli della tutela, con i primi tacciati di essere propugnatori della mercificazione della cultura, e i secondi di essere portatori di un approccio ingenuo e improduttivo.

Da queste sabbie mobili occorre uscire con azioni concrete e un po' di sano buon senso, riconoscendo che valorizzazione e tutela non rappresentano due elementi in contraddizione bensì due aspetti complementari della stessa questione: o sono insieme o non sono.

Da queste sabbie mobili occorre uscire con azioni concrete e un po' di sano buon senso, riconoscendo che valorizzazione e tutela non rappresentano due elementi in



Stefano Firpo

contraddizione bensì due aspetti complementari della stessa questione: o sono insieme o non sono. Tradotto nel concreto, questo significa, in primo luogo, rifuggire dalla logica del "si potrebbe vivere solo di turismo". Il nostro patrimonio culturale rappresenta sì una risorsa strategica, ma non è l'unica: non dimentichiamoci che l'Italia è il secondo Paese manifatturiero d'Europa e non a caso il Piano Industria 4.0 ha l'obiettivo di tutelare e valorizzare il nostro "patrimonio industriale e know how produttivo" come fonte irrinunciabile di creazione di ricchezza, occupazione e coesione sociale.

Ma significa anche, al polo opposto, rifiutare gli allarmismi di coloro che ritengono che la nostra cultura possa essere trasformata in oggetto di mero consumo turistico. Il rischio ci pare molto più concreto se alla globalizzazione assisteremo da spettatori passivi, senza dotarci di una risposta strategica, di un serio piano industriale anche nell'ambito della cultura e del turismo senza il quale saremo destinati a subire un turismo male organizzato, di scarsa qualità, predatorio e consumistico. La digitalizzazione rappresenta per l'Italia uno degli ambiti su cui promuovere un nuovo approccio di politica industriale anche al servizio della valorizzazione e tutela del nostro patrimonio culturale.

Una strategia nazionale sulla digitalizzazione del patrimonio culturale avrebbe il pregio, tra gli altri, di convogliare entrambi gli elementi – valorizzazione e tutela – favorendo un rinnovamento delle modalità di promozione, fruizione e conservazione dei beni culturali (e paesaggistici), nonché di gestione dei flussi e dell'offerta di servizi turistici. Ecco alcuni esempi concreti.

Digitalizzare il patrimonio significa innanzitutto portarlo online, rafforzando la capacità di intercettare una domanda di cultura, come si è detto, sempre più vasta e diffusa a livello mondiale. Digitalizzare il patrimonio significa innanzitutto portarlo online, rafforzando la capacità di intercettare una domanda di cultura, come si è detto, sempre più vasta e diffusa a livello mondiale. Secondo uno studio dell'Istat in Italia si contano oltre 33 siti d'interesse ogni 100 km²: quanti di questi a oggi compaiono nei radar del turismo internazionale?

Creare veri e propri "digital twins" dei nostri siti archeologici e dei nostri monumenti storici contribuirebbe al tempo stesso alla loro tutela, al loro monitoraggio e alla loro salvaguardia, anche attraverso le tecnologie Internet of Things applicate a monumenti, opere e beni artistici. Per non parlare della digitalizzazione del nostro patrimonio di biblioteche e archivi, che consentirebbe in una sola mossa di migliorarne la conservazione e promuoverne la fruizione.

Lo sfruttamento dei big data sulle prenotazioni dei voli e dei pernottamenti consentirebbe poi una programmazione coordinata e una gestione più sostenibile e intelligente dei flussi turistici, non più polarizzata intorno alle città d'arte, meno stagionalizzata e più distribuita verso i tanti luoghi di interesse di cui è costellato il nostro Paese. Piattaforme digitali e realtà aumentata possono rappresentare le prime alleate per un turismo culturale più moderno, più visibile e quindi più accessibile. La loro diffusione aiuterebbe a esportare con maggiore facilità la nostra cultura nel mondo, facendone un volano di molti prodotti Made in Italy, senza per questo ridurre l'interesse a una fruizione diretta ed esperienziale. Alimen-

tare la conoscenza e l'interesse per il nostro Paese, aprendo a nuove forme di fruizione, valorizzazione e persino spettacolarizzazione dei nostri beni culturali, è il primo passo per una promozione più efficace del nostro sistema turistico: il connubio fra cinema, beni culturali e imprenditorialità creativa offre infinite possibilità.

Com'è evidente, tutto questo per essere attivato presuppone l'inoculazione di dosi massicce di cultura digitale in chi amministra il nostro patrimonio culturale e una maggiore apertura alle sollecitazioni progettuali dell'imprenditorialità culturale, innovativa e creativa.

Va però messo in conto che ogni processo di trasformazione digitale incontra resistenze fortissime: l'introduzione del digitale infatti implica maggiore trasparenza,



riduce le asimmetrie informative attivando maggiore meritocrazia e concorrenza; abbatte sprechi e inefficienze in cui spesso si annidano rendite di posizione e interessi economici protetti. La trasformazione digitale implica uno "shift of power", un cambiamento anche profondo degli assetti del potere costituito, anche nell'idealizzato mondo della cultura. Occorre esserne consapevoli. Non è un caso se l'agenda digitale nel nostro Paese faccia fatica a diventare terreno di progettualità politica e di policy-making come dimostrano progetti fermi al palo da anni come l'Anagrafe unica o il fascicolo sanitario elettronico. In un Paese come l'Italia dotato di un profilo di specializzazione produttiva molto articolato, la digitalizzazione d'altra parte offre opportunità di crescita rilevanti non solo nell'industria, nell'agricoltura, nella distribuzione, nella logistica, nelle costruzioni, nei servizi pubblici, ma anche nel turismo culturale.

Compito di una politica concentrata nel costruire sentieri di crescita è creare le condizioni affinché il rinnovamento del settore turistico italiano abbia finalmente luogo. Tutto il resto è noia.

Turismo è anche il mix di cultura e innovazione

L'Italia è in grado di offrire esperienze di viaggio uniche e personalizzate.

di CHRISTIAN BATTISTONI

L'Italia si conferma meta molto ambita per i turisti stranieri. Secondo Bankitalia, i turisti stranieri nel 2016 sono stati 85,5 milioni, in aumento di quattro milioni rispetto al 2015. In confronto al 2011, l'incremento supera i 9 milioni. Spacchettando i dati per Paesi o macro-aree, emerge che a prediligere il Belpaese sono i turisti provenienti dai Paesi dell'Unione europea, con un incremento del 7,5% rispetto all'anno precedente. Una conferma dell'appeal dell'Italia viene dalle ricerche effettuate su Google. Mettendo a confronto i dati relativi a Italia, Francia, Spagna e Regno Unito, si rileva come il Belpaese si è diventato sempre più in voga negli ultimi due anni. Nello specifico, la frequenza di ricerche aventi per oggetto il nostro Paese su tematiche connesse al turismo è aumentata nel primo semestre del 2017 del 17% rispetto allo stesso periodo del 2015 (dati della Big Data Economics web Marketing, Rapporto sull'e-tourism, 2017).

Sempre la stessa ricerca riporta come uno dei fattori che può aver influenzato queste dinamiche è l'effetto psicologico e mediatico degli attentati terroristici che hanno interessato in Europa proprio la Francia e il Regno Unito. Mettendo, infatti, in relazione le informazioni circa le tendenze di ricerca sul web e il terrorism index score, che misura l'intensità degli attacchi terroristici, si osserva la presenza di una chiara relazione negativa. In poche parole il turismo straniero, si sposta in quei Paesi dove gli attentati terroristici sono meno frequenti, come abbiamo già visto nell'inchiesta di apertura di questo numero di Infoimpresa.

A trainare il turismo straniero è il patrimonio storico-culturale: siamo il primo Paese al mondo per quantità di siti patrimonio dell'umanità Unesco. Inoltre, secondo un'indagine della USnews su un campione di 16mila persone, l'Italia è prima per bellezza e turismo. In questo contesto, misurare quanto l'offerta museale italiana sia al passo con l'evoluzione digitale, nell'era del turismo 2.0, diventa essenziale per capire quanti e quali siano ancora i margini di miglioramento. La metodologia utilizzata nel

Rapporto E-tourism 2017 comprende quattro principali blocchi di riferimento:

A. prestazione del sito web: tempi di caricamento delle pagine e grado di usabilità;

B. gradimento su Facebook: "mi piace" rilasciati sulla pagina ufficiale del museo/area archeologica per ogni visitatore.;

C. interazione su TripAdvisor: numero di recensioni per visitatore nel 2016 e voto attribuito;

D. disponibilità e utilità dell'applicazioni per dispositivi mobili: il giudizio offerto dagli utenti che hanno scaricato l'app, ponderato per la numerosità dei giudizi rilasciati ogni mille abitanti, a frequenza degli aggiornamenti dell'app e il numero di download2 ogni mille visitatori nel corso del 2015.

Questa metodologia di analisi è stata applicata per 23 siti storico-artistici considerati tra i più famosi al mondo, e mette in comparazione i principali siti italiani con i più importanti siti stranieri.

Secondo la BEM research, il sito storico-artistico statale italiano che risulta avere le migliori prestazioni sul web è il Cenacolo Vinciano di Milano. In seconda posizione si attesta la Valle dei Templi di Agrigento, che guadagna diverse posizioni rispetto all'anno precedente. Il Nord Italia si piazza ancora al primo posto, segue il Centro, poi il Sud Italia, entrambi in crescita.

Nel confronto internazionale il Cenacolo Vinciano con voto pari a 100 si piazza al secondo posto dietro la Torre Eiffel a 106, mentre la Torre di Londra con 99 si piazza praticamente allo stesso posto. Il Museo del Prado di Madrid sembra invece non tenere la competizione e infatti con 44 si piazza a metà classifica. In questo contesto, quindi, i siti italiani sembra stiano colmando il gap prestazionale nel web nel contesto internazionale.

Per quanto riguarda l'aspetto relativo al social più famoso al mondo, dati alla mano, sono raddoppiati il numero di siti storico-artistici statali con una pagina ufficiale facebook. Mentre il Forte di Bard, con un indice pari a 100, si conferma essere il sito turistico che riscontra il maggior numero di "like" su Facebook, in propor-

zione al numero di visitatori del 2016, sempre secondo i dati della BEM, in tutte le aree del Paese si è registrato un netto miglioramento in termini di presenza e gradimento su facebook, con particolare riscontro positivo nel Mezzogiorno. Da un punto di vista internazionale siamo invece ancora lontani dai risultati dei più famosi siti storico-culturali.

Per quanto riguarda Trip Advisor in ordine di gradimento nel 2016, troviamo la Galleria Nazionale dell'Umbria, il Colosseo ed il Santuario Italoico. Il maggiore gradimento, vista la presenza di Roma, si registra al Centro ed in linea generale siamo molto vicini ai competitor internazionali. Per quanto riguarda l'utilizzo di App Mobile gli istituti storico-statistici statali sembrano ancora molto indietro rispetto ai rispettivi centri internazionali. Infatti, sono soltanto quattro in Italia gli istituti dotati di App specifiche con sistema android, ovvero Basilica di San-

t'Apollinare in Classe, Forte di Bard e Galleria di Palazzo Reale di Genova, a cui nel 2017 si è aggiunta la Rocca di Gradara, peraltro poco utilizzate se non quelle sviluppate dalla Basilica. Nulla a che vedere con le già rodiate e molto apprezzate App della Torre Eiffel e del Museo del Prado. In sintesi, nel contesto internazionale il gap italiano nel digitale rimane alto, seppure in calo rispetto agli ultimi anni. Sul fronte dell'innovazione si guardi alla creazione delle nuove start-up nel turismo, di cui l'Italia è capostipite, e agli aspetti relativi al digitale sia in ottica di marketing sia di gestione.

Tutto ciò sembra rappresentare un po' la chiave di volta in un contesto di stallo con riguardo alla crescita economica generale, vista l'importanza che il turismo ha in termini occupazionali e di consumi, come fonte benefica per l'intero indotto economico. Nel nostro Paese questo rapporto è ancora più forte.



Festa medievale a Monteriggioni (Siena)



Bastianelli (Enit): "Alimentare l'orgoglio"

Il direttore esecutivo dell'Agenzia nazionale del turismo ha le idee chiare: per rinnovare le ultime performance occorre valorizzare le aree interne.

di GIAMPIERO CASTELLOTTI e GIUSEPPE TETTO

Un evento - "Siamo ciò che connettiamo" - sull'importanza dello User experience design e dell'architettura dell'informazione in generale. La presentazione del "Piano triennale 2016/2018 per il rilancio del turismo". L'intervento al Forum di Cernobbio. E poi sei video (tre in italiano e tre in inglese) e l'iniziativa itinerante "Sali a borgo" per promuovere le Regioni del Centro Italia colpite dal terremoto. Sono soltanto alcune delle ultime azioni dell'Enit, l'Agenzia nazionale del turismo, per promuovere l'immagine dell'offerta turistica italiana. Per approfondire la conoscenza dell'organismo istituzionale e condividere le informazioni sul trend del comparto turistico, Infoimpresa ha incontrato Giovanni Bastianelli, direttore esecutivo dell'Enit.

- Dottor Bastianelli, l'andamento positivo del turismo in Italia è dovuto principalmente dalla sicurezza finora offerta dal nostro Paese sul fronte del terrorismo rispetto ad altri Paesi nordafricani o europei?

"Indubbiamente ciò incide, soprattutto nella fase estiva, quando il rischio terrorismo penalizza i Paesi nordafricani, la Turchia, ma anche la Francia. Però è difficile quantificare tutto questo. Al trend positivo contribuiscono anche altri fattori come l'affacciarsi sul mercato mondiale di milioni di nuovi viaggiatori, soprattutto asiatici e arabi, nonché la crescita dell'abitudine a viaggiare grazie ai prezzi sempre più competitivi dei mezzi di trasporto. L'Italia beneficia pure del fatto che sempre più italiani preferiscono fare le vacanze nel proprio Paese grazie alla varietà dell'offerta".

- L'Italia resta un brand forte?

"Sicuramente sì. Le nostre città d'arte continuano a fare i grandi numeri. Roma, Venezia, Firenze. E crescono anche Milano, Napoli e Torino. Ma la crescita più interessante è quella delle aree interne con le loro tipicità e il loro patrimonio culturale diffuso.

Più che di 'made in Italy', replicabile altrove, parlerei di 'stile di vita italiano', ben sintetizzato soprattutto in certi territori interni. Del resto i primati italiani per numero e densità di siti Unesco non sono casuali".



Giovanni Bastianelli

- Cosa occorre per continuare a migliorare le performance?
"Sintetizzando, direi che c'è bisogno dell'orgoglio degli abitanti di un territorio. Non soltanto degli operatori del settore o degli imprenditori, ma di tutti. L'orgoglio è un elemento decisivo e va alimentato".

- Il ruolo dell'Enit?

"La promozione all'estero è basilare. Noi abbiamo 23 sedi nel mondo che contribuiscono a spingere l'identità unitaria dell'offerta turistica italiana. Ad esempio, il ministero ha fornito precise indicazioni dedicando il 2016 ai cammini storici, il 2017 ai borghi e il 2018 al cibo. Noi siamo in linea e facciamo campagne mirate, partecipando anche alle principali fiere internazionali. C'è massima attenzione sia per i Paesi di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera) che da soli alimentano per il 50 per cento i flussi turistici in Italia sia per gli altri Paesi europei sia per quei mercati che premiano maggiormente l'Italia, come Usa, Canada, Giappone o Cina".

Il ritorno della montagna: parola di giovani scrittori

I racconti giunti ad un concorso confermano il fascino delle vette tra i ragazzi.

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

Si chiama “Montagnav(v)entura” ed è un concorso di narrativa rivolto a ragazzi tra gli 11 e i 26 anni sul tema della montagna. Nell’ultima edizione ha raggiunto i 765 racconti inviati, segno del desiderio sempre più forte tra i giovani di esprimere, attraverso la scrittura, le emozioni che solo ambienti naturali come la montagna possono far nascere. Un’esperienza che conferma la crescita d’interesse, anche turistico, per i monti quale luogo di villeggiatura e di arricchimento culturale e spirituale.

L’iniziativa concorsuale, in realtà, è la punta di diamante di un’articolata azione formativa che vive tutto l’anno attraverso progetti di scrittura e di lettura nelle scuole. Tutto gratuito, in quanto promosso dal gruppo assicurativo Itas.

Infoimpresa ha raggiunto telefonicamente Lorenzo Carpanè, responsabile del progetto formativo.

- Dottor Carpanè, i numerosi racconti che ricevete dai ragazzi rappresentano un significativo campione di come i giovani vivano la montagna. Cosa emerge?

“Innanzitutto una netta smentita dei luoghi comuni: la montagna è vissuta come un luogo dinamico, di movimento, di cammino, di trasformazione. Sui monti succede sempre qualcosa che apporta un cambiamento, anche spirituale, intimo. La montagna, come luogo na-

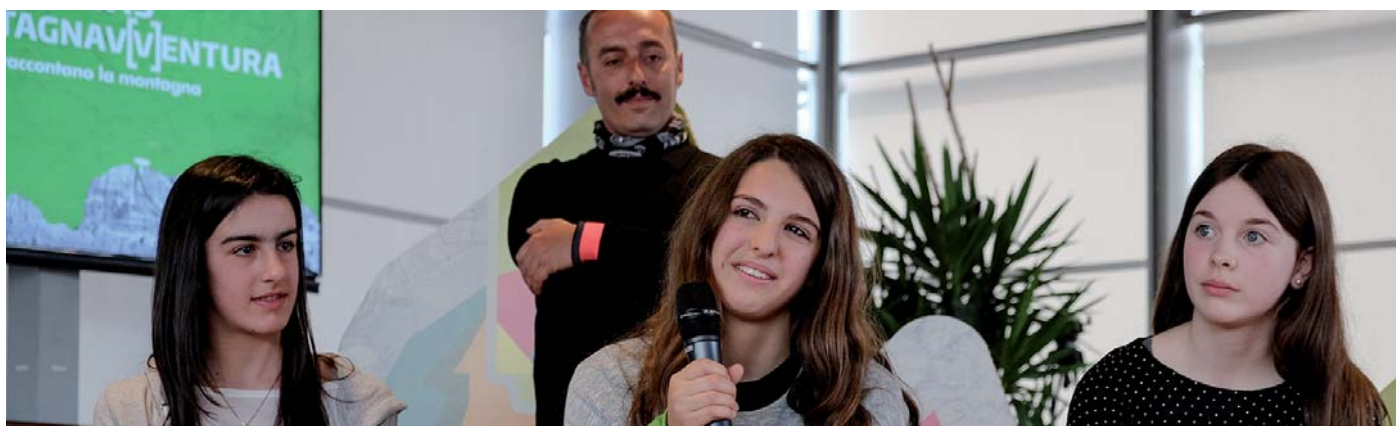
turale per eccellenza, suscita emozioni e sentimenti. Talvolta positivi, ma talvolta anche negativi, come l’odio”.

- E’ un approccio comune in tutti i ragazzi o esistono differenze tra i più e i meno giovani o tra quelli di città o di provincia?

“Non ci sono differenze. La montagna, almeno quella del Nord Italia in quanto le scuole coinvolte sono soprattutto in Veneto, Trentino-Alto Adige, Lombardia, Piemonte, Liguria ed Emilia-Romagna, non è più vissuta come un luogo isolato, ma con un approccio dinamico, un luogo inserito, attrezzato, turistico. L’atteggiamento è lo stesso anche nei generi utilizzati, dal fantasy all’umoristico”.

Sulla stessa linea è lo scrittore Enrico Brizzi, l’enfante prodige della letteratura italiana con il suo Jack Frusciante è uscito dal gruppo, oggi presidente del premio Itas.

“Giocare a calcio, fare gli youtuber, andare in discoteca sono considerate le ‘figate’ di oggi per la maggior parte dei giovani. Ma anche scrivere è una ‘figata’, sfido chiunque a dire il contrario. Oggi la montagna è uno scenario superstite nel quale si possono svolgere grandi confronti tra l’uomo e la natura, tra l’uomo e sé stesso, l’uomo che va alla ricerca dei propri limiti. In questo senso è probabilmente lo scenario potenzialmente più fertile perché è ancora il meno raccontato”.



Roma, "Yellow Square": l'ospitalità incontra l'innovazione e crea impresa

Le nuove tecnologie, unite alla professionalità, trainano il turismo.

Il "made in Italy" fa scuola. L'esempio di un locale romano di moda.

di CHRISTIAN BATTISTONI

L'era del digitale offre tante possibilità e, allo stesso tempo, nuove sfide da affrontare. Il Gruppo BC Hospitality ha capito tutto questo coniugando la tradizionale ospitalità italiana e l'innovativa capacità imprenditoriale di un gruppo di giovani professionisti. L'azienda ha strutturato un'offerta unica nel campo dell'hotelier e della ristorazione. Una scelta intelligente. Tutto questo è commercializzato nel mondo con il nome di Yellow Square Experience.

Yellow Square trae le sue origini in diverse esperienze alberghiere e di ristorazione a Roma. Nel 1990, i coniugi Francesco Boccaforno e Luzia Baumhauer danno vita all'Hotel Romae. La struttura si espande in breve tempo fino a raggiungere le 32 stanze in via Palestro 49. Nel 1999, forti dell'esperienza maturata nell'Hotel Romae e dell'ispirazione derivante da viaggi all'estero e in particolare Nord America ed Europa, Marco e Fabio Coppola aprono a soli 19 e 17 anni lo "Yellow B&B", affittacamere che consta di tre stanze, con il preciso intento di creare una struttura ricettiva rivolta però principalmente ad una clientela giovane.

Nel 2002, i coniugi Boccaforno, a complemento dell'Hotel Romae, aprono la Trattoria "Mamma Angela". Nel 2003 con l'acquisto e la locazione di alcuni immobili dello stabile di via Palestro 44, lo Yellow da B&B, diventa albergo con 16 camere e una reception molto accogliente. Punto di forza dell'attività alberghiera è l'utilizzo pionieristico delle potenzialità di internet e dei social network, una politica di vendita innovativa, mutuata dalla compagnie aeree ("revenue management") e un focus su una clientela under 30, definita "solo traveler", snobbata dalla maggior parte delle attività ricettive capitoline.

Nel 2006, da una partnership commerciale tra i fratelli Coppola e i coniugi Boccaforno nasce lo "Yellow Bar".

Il successo è immediato perché il locale si delinea da subito come perfetto complemento dello Yellow Hotel. Nel 2014, considerata la crisi del settore alberghiero tradizionale che investe la redditività dell'Hotel Romae e i crescenti risultati dello Yellow Hotel & Bar, l'hotel Romae

viene riconvertito a Yellow. Nasce la "Yellow Square Experience".

La filosofia dello Yellow

Prendendo ispirazione dal concetto della vecchia locanda e dell'hotel dei primi '900, la YSE ruota intorno al concetto di interazione tra i viaggiatori e comunità locale. L'obiettivo è quello di ricreare un ambiente che sia confortevole e caloroso, tipico dei Bed & Breakfast, anziché i "non luoghi" freddi ed asettici che ritroviamo nelle hoteliere contemporanee. Il viaggiatore non si sente in una struttura tipicamente turistica, ma proiettato in luoghi frequentati dalla clientela locale con la quale condivide un'esperienza unica ed alternativa. In tal senso, quindi, il cliente locale sostituisce la figura del proprietario come intermediario tra viaggiatore e comunità ospitante, creando un rapporto più stretto, semplice e genuino. Al fine di attrarre clientela locale, sono stati utilizzati strumenti di intrattenimento tipici per una platea cittadina: teatri, spazi espositivi, locali notturni.

Oltre alla classica musica da intrattenimento, la YSE organizza spettacoli di ballo, cabaret, performance circensi, mostre fotografiche e pittoriche, esibizioni musicali dal vivo. Il successo internazionale delle iniziative è testimoniato da tre dati chiave: un maggior numero di notti presso la struttura contro la media degli alberghi romani (1,5 notti in più); la costante disintermediazione dalle Olta (On Line Travel Agencies) oltre il 40% tramite canali propri, dove la media nazionale si ferma al 15%; una clientela mondiale: il 32,58% delle prenotazioni provengono dal Nord America l'11,85% dall'Oceania, il 17% dell'Europa, il 19,44% dal Sud America, il 15,79% dall'Asia e il restante 3,34% dal resto del mondo. Il punto di forza della YSE, e il motivo per cui il viaggiatore sceglie questa struttura, non è quindi tanto

la convenienza economica del soggiorno, quanto piuttosto la possibilità di vivere una esperienza completa ed indimenticabile. Se la clientela italiana sceglie la YSE per l'alta qualità dell'offerta di intrattenimento, per il respiro di internazionalità, per lo scambio culturale intenso e anche gli spazi ospitali, il viaggiatore internazionale non acquista esclusivamente un posto letto quanto piuttosto una esperienza completa, a tutto tondo, che sia turistica, di intrattenimento, e gastronomica.

Il viaggiatore tende quindi a trascorrere più tempo all'interno della comunità del gruppo, non più quindi una mera struttura ricettiva alberghiera, ma esempio di esperienza totale che potremmo definire "G-local" (global+local): dove quindi locale e globale si incontrano, si scambiano idee e condividono attività e momenti di svago. Ed è in questa direzione che si stanno sviluppando i futuri progetti di investimento

Progetto d'investimento

L'ultima sfida del gruppo è quella di consolidare questa comunità "glocale" non solo negli orari notturni (quindi di maggiore attività dello Yellow Bar), ma nell'intero arco della giornata. A tal proposito è stata realizzata una reception rivoluzionaria, caratterizzata da spazi accessori del tutto non convenzionali tra i quali un "Hair Salon" ed un'area dedicata al body care con estetista. Tali spazi, gestiti in collaborazione con Contesta Rock Hair, sulla logica del communal retail, incentivano ancor di più lo scambio tra clientela locale e internazionale.

La sala d'attesa è caratterizzata dal "Concierge Bar": un punto di contatto diretto tra reception e servizi alla persona dove il barista ha, appunto, la funzione di con-

cierge, fornendo informazioni sulla città, gli eventi, il what-to-do. Nel piano sottostante gli spazi relax, una sala polivalente per presentazioni di libri, mostre, classi di yoga e burlesque e una "Escape Room" che, sull'onda del successo internazionale, ospita gruppi da 3 a 5 persone che si cimentano in un gioco di ruolo: l'obiettivo del gioco è trovare il tempo di uscire entro un tempo prestabilito.

Completerà il tutto la cucina degli ospiti dove vengono tenute lezioni di Showcooking con il Kitchen Manager. Lo YSE può essere quindi incluso, a ragione, tra le imprese che approfittando delle nuove tecnologie digitali e delle idee della sharing economy e degli spazi sociali, riescono a trasformarsi in poco tempo in storie di successo ed esempi da imitare. Il Gruppo BC Hospitality sembra essere riuscito a coniugare tutto questo, proponendo offerte mirate e molto vicine alle aspettative di un target specifico di clientela.

L'idea è quella di non solo offrire un posto dove dormire a poco prezzo, ma aggiungere all'offerta stessa un qualcosa di onnicomprensivo per chi Roma non la vede soltanto come città di arte, storia e cultura, ma vuole vivere un'esperienza unica che includa anche il divertimento e la dimensione sociale.

Così facendo un semplice Bed and Breakfast ha finito col trasformarsi in uno degli ostelli con bar più famosi al mondo. Tanti gli Award raggiunti da quelli più specifici e di settore tra cui nel 2004 l'Haward come 4° Ostello più famoso al mondo e nel 2011 l'Oscar come migliore struttura ricettiva nella categoria Ostelli. A sottolineare come, almeno nel settore turismo, l'Italia, nonostante le difficoltà economiche burocratiche, rimane un'eccellenza da seguire ed imitare. Quando, infatti, l'esperienza, come valore culturale, va ad incontrarsi con la creatività e lo spirito imprenditoriale innovativo e giovanile, crea valore ed impresa di successo.



Polcenigo (Pordenone), scrigno verde friulano

Sia il paese sia i dintorni offrono eccellenze artistiche e naturali davvero uniche.

a cura della REDAZIONE

Polcenigo, in provincia di Pordenone, offre un patrimonio storico e architettonico di notevoli importanza e bellezza. Lungo le vie del borgo, infatti, è possibile apprezzare svariati palazzi in tutta la loro maestosità: Scolari-Salice (XVI secolo), Fullini-Zaia (seconda metà del XVII secolo), Manin-Zaro (XVI-XVII secolo), Polcenigo (XVI secolo) e Pezzutti (XVII secolo). Nel "Borc" è presente anche un notevole edificio appartenente ai Conti di Polcenigo che probabilmente utilizzavano come magazzino. A seguito di un significativo restauro, oggi ospita l'accogliente cinema-teatro al piano terra e il Museo dell'arte culinaria al primo piano. Degne di nota sono, inoltre, la chiesa di Coltura dedicata a San Lorenzo (inizio XIII secolo) e la chiesa di San Giovanni (XIV-XVIII secolo).

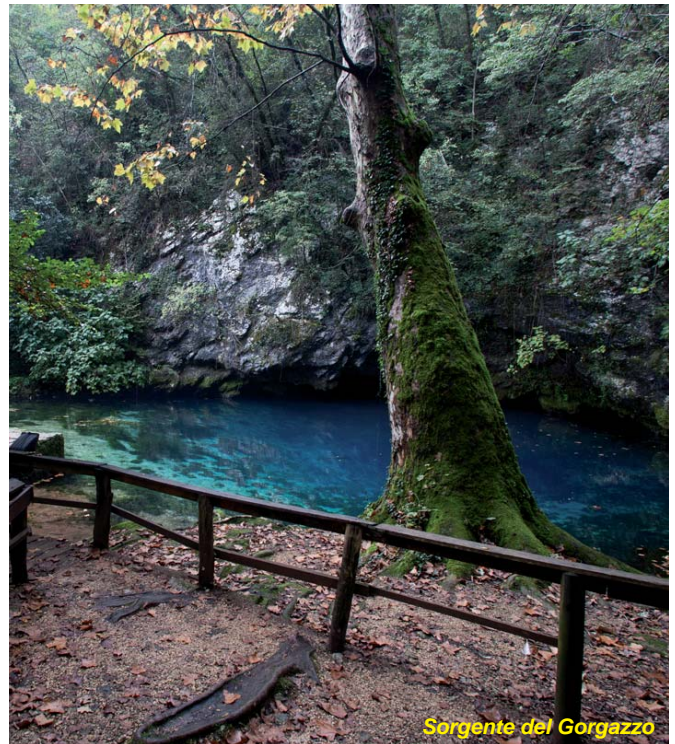
Il castello si erge sin dal medioevo sulla collina sopra Polcenigo. Abitato dai Signori di Polcenigo, poi divenuti conti, fino alla prima metà del XIX secolo, nel corso del Novecento ha subito un lento declino.

Interessanti i dintorni. Per la sua valenza panoramica, merita una menzione il borgo di Mezzomonte. Collocato sulla montagna a 477 metri, possiede una conformazione urbanistica a più livelli, con case in sasso e affaccio panoramico verso la pianura.

Altro luogo incantevole è la sorgente del Gorgazzo, caratterizzata da un gioco cromatico tra i riflessi delle sue acque e le sfumature di verde della natura. Il torrente dà il nome al borgo che si è sviluppato attorno alle sue acque. Non lontano si erge la Chiesa della Santissima Trinità, con affreschi e dipinti del XVI e XVII secolo.

È presente anche una vasta area paludosa ai piedi delle montagne: il Palù, luogo di rilevanza storica e archeologica. Le strutture lignee ritrovate dimostrano che questo sito, tra il 4500 e il 3600 a. C., fu sede di un insediamento neolitico di tipo palafitticolo, articolato in nuclei distinti di capanne.

Altra eccellenza è il Parco Rurale di San Floriano, esempio di recupero ambientale. E' considerato una banca genetica divenuta punto di riferimento per tecnici agri-



Sorgente del Gorgazzo

coli, studenti e agricoltori. Sono stati creati campi catalogo con l'obiettivo di valorizzare e preservare le varietà di piante da frutto locali.

Sulla sommità del colle si trova la Chiesetta di San Floriano. In parte costruita con materiale di epoca romana, sorge su un sito di grande valenza preistorica e proto-storica. All'interno si possono ammirare pregevoli affreschi del XIII e XIV secolo d. C.

Meritano attenzione anche le malghe, che un tempo costituivano una risorsa fondamentale per l'economia locale. Dopo un periodo di parziale abbandono, sono state recentemente ampliate e ristrutturate. Oggi propongono la vendita dei prodotti e la possibilità di degustarli direttamente in loco. Sono attive anche nella promozione turistica, del territorio e dei prodotti locali.

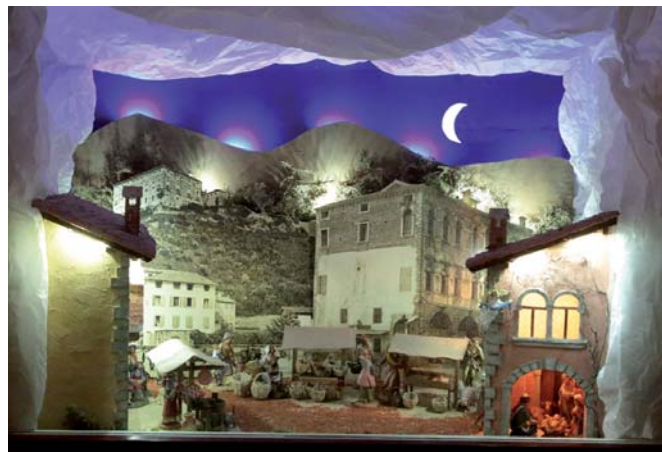
Gli eventi principali



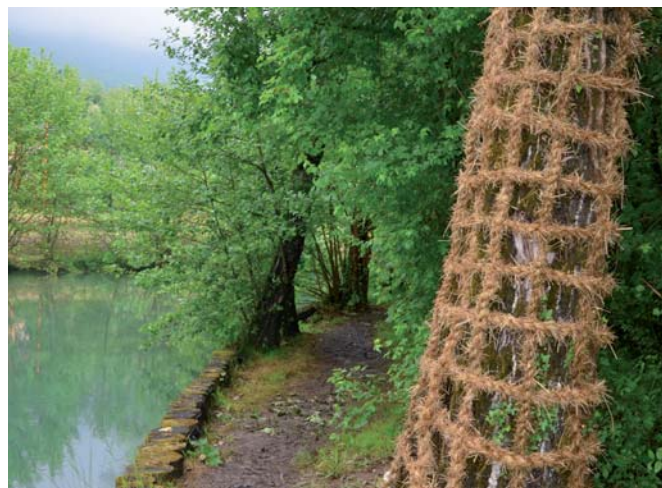
La sagra dei thèst - Con oltre 340 edizioni, è una delle più tradizionali sagre del Friuli-Venezia Giulia. Ha luogo nel primo fine settimana di settembre. Originariamente era una fiera paesana in cui i contadini potevano acquistare cesti (thèst) di vimini utili nel periodo della vendemmia. Per preservare la millenaria arte dell'intreccio, la Pro loco di Polcenigo ha istituito una vera e propria scuola, con laboratori e corsi frequentati da appassionati di tutte le età.



La sagra della castagna - Nella stagione autunnale, Mezzomonte offre un suggestivo spettacolo naturale ed è in questo periodo che si svolge la Sagra della castagna. E' la Pro loco di Mezzomonte a promuovere l'evento. Le castagne, preparate con ricette diverse, sempre accompagnate da ottimi vini, sono un prelibatezza da non perdere. Ci sono anche bancarelle con prodotti tipici, torte fatte in casa, miele, piatti caldi della tradizione locale e vin brulé. Ottima occasione per camminare lungo i sentieri che una volta erano utilizzati per trasportare a valle tronchi, fieno e letame.



La Rassegna dei Presepi - Dalla seconda settimana di dicembre alla seconda settimana di gennaio, è possibile ammirare fra le vie del borgo dei magnifici presepi, grandi e piccoli, tradizionali e reinterpretati. Tutti i partecipanti, con grande ingegno e passione, propongono interessanti ambientazioni, installando i presepi negli angoli più caratteristici del borgo. Si consiglia la visita dopo il tramonto quando gli effetti di luce rendono l'atmosfera particolarmente suggestiva.



Humus Park - Tre comuni e tre parchi, quasi cento artisti, svariate nazionalità rappresentate, diverse scuole d'arte e accademie nazionali coinvolte: questo è "Humus Park", International land art meeting and exposition. La linea data dai direttori artistici è rigorosa: gli artisti, che lavorano a coppie, per le loro creazioni possono utilizzare esclusivamente materiali naturali reperiti sul posto, dunque rami, foglie, sassi, terra, alberi, cespugli, rovi, zolle, erba, acqua, vento. La quinta edizione ha avuto luogo nel 2016 e la sesta è prevista per il 2018, avendo cadenza biennale.

Fedez “il digitale” e il futuro dell’economia

Il noto rapper sposa le startup e lotta contro il mantenimento di posizioni di privilegio.

di SARA DI IACOVO

La sede Luiss Enlabs, tra le navate della Stazione Termini di Roma, è un’allegoria: le opportunità ci passano sotto ai piedi se restiamo troppo a contemplare il passato.

Lo scorso 21 giugno Soundreef e FlixBus (supportati da Fedez, Luiss Enlabs ed Endeavor) hanno incontrato il presidente della commissione Bilancio della Camera (Francesco Boccia, Pd) per un confronto atto a costituire un organismo di tutela e regolamentazione delle startup presso il Mise. “La responsabilità della politica è trovare soluzioni - ha dichiarato Davide D’Atri, amministratore delegato di Soundreef, l’organismo che raccoglie e distribuisce compensi per conto di autori, editori, etichette discografiche e artisti (sorta di alternativa alla Siae). Flixbus è invece la società di autobus low-cost che viaggia in tutta Europa; due vocazioni diverse eppure una stessa strada da percorrere: tutelarsi per garantire i bisogni degli utenti.

Soundreef come Zeus, rappresenta ad oggi una tutela reale per gli artisti insofferenti alla Siae. Mentre FlixBus incarna il pragmatico assolvimento alle esigenze di trasporto in linea con le possibilità economiche di un Paese fatto prevalentemente di migranti.

“Gli artisti subiscono un pessimo servizio di tracciabilità trasparenza e ripartizione: artisti pagati male, tardi e a volte non vengono pagati affatto – denuncia d’Atri. “Queste sono le conseguenze di una struttura monopolistica che porta inefficienza mancando la concorrenza. Negli ultimi anni società innovative come Soundreef e Flixbus hanno rivoluzionato i rispettivi settori di appartenenza, incontrando però contesti normativi inadeguati. Vogliamo costruire un dialogo costante con le istituzioni perché il nostro contributo in termini economici possa spingere la crescita stessa dell’intero Paese”.

Linea condivisa anche dal responsabile public affairs di FlixBus Italia (Fabio Maccione): “Se da un lato il legislatore dichiara di voler supportare e dare impulso al mondo delle startup e dell’imprenditoria giovanile, dall’altro sembra resistere al cambiamento, non fornisce



Fedez

adeguati strumenti legislativi, non aiuta gli imprenditori e blocca i processi innovativi del Paese. Ma l’Italia è un Paese difficile: ieri un articolo inseriva D’Atri tra i 30 imprenditori che cambieranno il mondo e questo secondo me significa che è almeno tra i primi tre che verranno bloccati in Italia”.

Le startup sono i posti in cui nasce il futuro e la politica sta iniziando a prenderne atto seppur in maniera estremamente apatica: “Non è più tollerabile avere un trattamento diverso tra il mondo online e quello offline, sia che si tratti di fisco, musica, informazione o commercio; la politica ha il dovere di regolare un fenomeno senza precedenti. L’economia, ormai tutta digitale, non può essere esente da regole – ha detto Boccia, rispondendo alle domande del moderatore De Angelis.

E proprio evitando la retorica e soprattutto senza peli sulla lingua è intervenuto Fedez, che oltre ad essere un estimatore di startup ha sposato la causa Soundreef in toto. “Il mio interesse per l’innovazione e il digitale non è di oggi. Ho creduto fin da subito a Soundreef e alla bontà del progetto, ma sapevo fin dall’inizio che essendo una via nuova avrei incontrato tante resistenze e così è stato. Ma non mi pento. Sono, anzi, più determinato a spingere per un cambiamento e contro il mantenimento di posizioni di privilegio. La rivoluzione digitale è già in atto e anche la politica non potrà fermarne la forza dirompente”.

Mercedes ed Avis: il lusso diventa prêt-à-porter

Presentata, a Roma, la nuova gamma di auto di lusso del marchio tedesco.

di S.D.I.

Per consacrare il terzo anno di collaborazione, nella suggestiva terrazza dell'associazione Civita a piazza Venezia a Roma, Eugenio Blasetti (press relations manager di Mercedes-Benz Italia) e Stefano Gargiulo (head of marketing di Avis Budget Group Italia), hanno presentato la nuova gamma di auto di lusso per la mobilità di oggi e del futuro, con un parco macchine che va dalla richiestissima Classe E 4Matic All-Terrain (in esclusiva per Avis) all'esclusiva Classe S 350d Premium, che alterna il lusso alla sportività proponendo la cabrio SLC con la 250d Sport insieme alla regina off-road GLE 350d 4MATIC senza farsi mancare la sinuosa Coupé 350d 4Matic. Eleganza e innovazione si fondono nell'acronimo C.A.S.E., che racchiude la mission di questa sinergia Avis-Mercedes per la mobilità di oggi e del futuro:

- **Connessione:** e quindi futuro poiché la tecnologia connessa tramite voce e dati supportando il pilota rende la guida più sicura e traccia la strada verso l'autonomia della guida futura;
- **Autonoma:** la guida autonoma e semi-autonoma viene garantita dalla tecnologia avanzata delle automobili Mercedes tendendo al futuro che andrà dalla guida assistita a quella autonoma;
- **Shared:** Mercedes, produttore tradizionale di automobili lascerà spazio sempre più a partner come Avis che offrono l'utilizzo dell'automobile, sdoganandosi dal concetto di possesso;

- **Elettrico:** perché se si pensa al futuro non si può eludere l'elettricità come fonte energetica. Mercedes punta alle emissioni zero possibili solo con la trazione elettrica.

Blasetti durante la conferenza ha messo in luce un dato importante: l'aumento del lusso con un +4% che raddoppia nel mercato automobilistico, che sottolinea non solo lo spiraglio di uscita dalla crisi ma anche una "spensieratezza" nell'acquisto, che si traduce nell'aumento delle auto di piacere, come ad esempio le spider che sono passate 5.000 pezzi venduti nel 2015 ai 7000 del 2016.

Questa collaborazione tra Avis e Mercedes rende le auto da sogno prêt-à-porter, offrendo "un'esperienza che vada oltre il bisogno di noleggiare un'auto, proponendo soluzioni eleganti e confortevoli per ogni tipologia di esigenza, partendo dalle versatili smart fortwo e forfour, per salire alla dinamica Classe A, per passare alla gamma Suv e roadster e alle ammiraglie - come asserito da Stefano Gargiulo.

In un mercato che vede sempre più il concetto di proprietà un ostacolo all'evoluzione delle proprie esigenze le 3.500 vetture Mercedes, ovvero l'8% del parco macchine Avis, vengono ormai noleggiate non solo da chi viaggia per lavoro ma anche per piacere dato che il 70% dei clienti si muove nei weekend.

Un futuro che non attende il futuro ma che viaggiando tra l'esigenza e l'offerta che si sintetizza nel progetto C.A.S.E.



Migranti e sbarchi: le cifre per capire

La lettura dei dati offre una realtà particolarmente complessa.

di LUCA CEFISI

La crisi dei migranti tiene banco. Come tutte le crisi, va scomposta nelle sue diverse cause: il flusso dalle coste libiche alla Sicilia e agli altri porti italiani è lo sfogo della grande crisi africana, che è composta di tante crisi locali. In Eritrea, una dittatura militare fa scappare i suoi giovani; in Somalia, uno Stato fallito da anni ha tolto la speranza; in Nigeria e Niger, terrorismo e problemi economici spingono la gente a mettersi in cammino, e così via. Poi va affrontata nelle sue possibili soluzioni: l'Italia lo sta facendo con le sue commissioni di riconoscimento per lo status di rifugiato, che esaminano le richieste di asilo e di protezione. I "migranti" non sono tutti uguali. Quelli che passano dal Canale di Sicilia non sono dei "clandestini" all'arrivo in Italia, perché vengono tutti identificati e inseriti in strutture d'accoglienza, dove rimangono fino alla fine della procedura di asilo, e devono affrontare un setaccio piuttosto stretto: su 91mila esaminati nel 2016 (dati del ministero dell'Interno), hanno ricevuto un permesso di soggiorno, per asilo o protezione umanitaria, soltanto il 40% (18.979 protezioni umanitarie, 12.873 protezioni sussidiarie, 4.808 rifugiati secondo la convenzione di Ginevra, che è il livello massimo di protezione che si dà a chi è vittima di una persecuzione diretta e personale).

Il numero degli esaminati è più basso del numero degli arrivati, perché c'è un certo ingorgo nelle procedure, e si rimane in attesa per diversi mesi. E perché c'è una dispersione di stranieri, specialmente giovani, che non attendono la risposta e si buttano all'avventura, verso la Scandinavia, la Gran Bretagna, la Germania, anche perché per il regolamento europeo (Convenzione di Dublino) prevede che ogni richiedente sia tenuto a presentare domanda nel Paese europeo di arrivo, e a rimanervi, salvo successive pratiche di trasferimento.

L'Italia non è il Paese preferito. Nel 2016, le domande alle commissioni italiane, in maggioranza a seguito di sbarco, sono state 122mila (+47%, dati Ocse), con un trend in notevole crescita: erano state 83240 nel 2015. Qui si dovrebbe parlare anche di cosa accada a coloro



che, non passando l'esame delle commissioni, perdono il diritto all'accoglienza (il 60% degli esaminati nel 2016): devono, o dovrebbero rimpatriare, da soli, oppure con i rimpatri forzati (12mila eseguiti dalle forze dell'ordine nel 2016), ma anche con i rimpatri assistiti volontari (qualche migliaio, in carico a diverse Ong e all'Oim, l'organizzazione intergovernativa dedicata); si vede che molti dei respinti alla procedura scompaiono dalle statistiche, è a questo punto che si crea l'area della cosiddetta "clandestinità". anche scontando coloro che rimangono legittimamente in Italia perché hanno presentato ricorso legale contro il diniego ricevuto.

L'Italia è stata lasciata sola, di fronte ai nuovi arrivi? La lettura dei dati offre una realtà complessa. E' vero, infatti, che l'Italia è balzata quasi in testa alla classifica europea, seconda solo alla Germania in numeri assoluti e in percentuale (in Germania nel 2016 ci sono state ben 261.970 richieste, +63%). E' vero anche che il trend del

2017 appare in ulteriore crescita: solo a maggio in Italia oltre 12mila richieste, e insomma il dato del 2016 dovrebbe essere superato con gli arrivi estivi, quando il mare è calmo. Però i dati negli altri Paesi europei vanno commisurati alla dimensione e alle capacità di ciascun Paese: e allora, se la Germania ha 81 milioni di abitanti, e l'Italia 60 milioni, appare senza dubbio notevole il dato della Grecia, che è passata dalle 11.370 domande del 2015 alle 49.850 del 2016 (+338%) e il dato francese non è trascurabile (77mila, +5%), anche se si può osservare che, partendo da numeri un tempo assai inferiori, l'Italia è ora vicina al doppiaggio.

È anche interessante osservare che Paesi che avevano storicamente una tradizione di accoglienza che rendeva i numeri italiani persino modesti, quali la Svezia (meno di 10 milioni di abitanti e 156.460 richieste nel 2015), Austria (meno di 9 milioni di abitanti, 85mila richieste nel 2015) Olanda (17 milioni di abitanti, 43mila richieste nel 2015), hanno registrato un calo notevole nel 2016: -53% l'Austria, -86% la Svezia, -57% l'Olanda. È possibile che questo calo in Nord Europa sia dovuto anche ad una maggiore efficienza dei controlli e dell'accoglienza nel Sud (per anni tedeschi e scandinavi hanno accusato l'Italia, non a torto, di pochi controlli, e di lasciar filtrare i richiedenti asilo nella loro direzione); in ogni caso, la concentrazione dei flussi in Italia e Grecia appare un fatto evidente. Per gli altri Paesi europei, si segnalano la piccola Slovenia (1.260 accoglienze nel 2016, +385%) e il Portogallo (1460, +62%), mentre emerge chiaramente il rifiuto dei pur piccoli Paesi mitteleuropei: Slovacchia solo 100 accoglienze, Repubblica Ceca 1.210 (-40%), Ungheria 28.070, cifra ancora sensibile, ma siamo all'84% in meno.

Tra i grandi Paesi, la Spagna ha numeri bassi, 16.270, anche se in crescita (+22%).

Il governo italiano sembra, quindi, aver ragione nel porre all'Europa il problema di un riequilibrio degli ingressi e di una redistribuzione di coloro che vengono accolti. Per questi ultimi, lo strumento legale c'è: lo stesso regolamento europeo prevede la possibilità di una redistribuzione successiva alla prima accoglienza e alle procedure condotte nel Paese di arrivo, e in effetti, la UE ha previsto nel 2015 un piano di "rilocalizzazione", che però va troppo a rilento. Era previsto il trasferimento di 35mila persone dall'Italia e 63mila dalla Grecia, ma per ora se ne sono fatti muovere solo 5.711 dall'Italia e circa 12mila dalla Grecia (fonte: rapporto Parlamento europeo). Di fronte ai ritardi e alle difficoltà di questo piano, il governo italiano ha scelto di alzare il tiro delle sue richieste, ponendo all'Unione europea la questione di una redistribuzione "in anticipo", cioè al momento dello sbarco e non successiva all'accoglienza. Per capire, occorre tener pre-

sente che ci sono vincoli di diritto internazionale che riguardano quelli che, tecnicamente, sono salvataggi in mare: questi sono regolamentati dalla Convenzione di Amburgo del 1979, che prevede che tutti i mari del mondo siano divisi in aree Sar (Search and Rescue, ricerca e soccorso). Per ogni area Sar, c'è un Paese responsabile, che deve coordinare i soccorsi, e ogni nave, di qualsiasi bandiera, deve fare riferimento alla sua autorità. Non è valido, quindi, il principio delle acque territoriali (ogni area Sar copre anche acque internazionali, in modo che nessun naufrago sia abbandonato), né quello della bandiera della nave (per assurdo, non si potrebbe chiedere a una nave cinese di portare dei naufraghi raccolti nel Mediterraneo fino in Cina), ma solo quello dell'area di competenza.

Il problema, com'è noto, è che la Libia non è in grado di gestire le sue acque, e non esiste, di fatto, una capacità libica di controllo del mare e di accoglienza dei migranti. Di poco migliore la capacità tunisina: il problema principale è comunque che la Sar tunisina si trova troppo a ovest per le rotte dalla Libia. Infine, Malta: che ha comunque accolto 1.740 persone nel 2016 (alcuni in "rilocalizzazione" dall'Italia). Il problema maltese è spinoso: l'isola è davvero piccola, i maltesi dicono che non possono farcela: però, questo ha fatto sì che l'Italia si stia facendo carico anche di tutti gli arrivi della Sar maltese, che peraltro quel governo non vuole ridurre a un'area più piccola e più controllabile per un fatto di prestigio nazionale (chi ha una Sar, ha comunque dei poteri d'intervento su quel tratto di mare).

Si deve comunque riconoscere che per i salvataggi vale comunque il principio, di evidente buon senso, del "primo porto sicuro": e questo rimette in prima linea i porti italiani, data la distanza di quelli francesi e spagnoli; è questo il principio seguito dalle navi delle Ong che compiono i salvataggi più vicino alla costa libica, ma è anche quello seguito dalle navi militari dell'operazione Triton. L'Unione europea finanzia Triton, e finanzia le diverse azioni di accoglienza e controllo in Italia con ben quattro fondi europei, il fondo europeo per le frontiere esterne, il fondo per i rifugiati, quello per i rimpatri, quello per l'integrazione, e l'Italia vi ha attinto largamente, quindi è eccessivo lamentare che l'Italia sia lasciata sola. Ma, nella pratica, Roma ha richiesto nei giorni scorsi qualcosa in più a Francia e Spagna, cioè di farsi carico di una parte dei salvataggi dell'area maltese e della non-area libica, e potrebbe sondare anche la Tunisia. La risposta, per ora, non è positiva: Francia e Spagna sembrano, ad oggi, aver rifiutato la richiesta italiana di dare un segnale, organizzando l'attracco di almeno alcune navi nei loro porti: e questo ha aperto un problema politico, di relazioni tra Roma, Madrid e Parigi.

Ragazzi al servizio del civile: parte seconda

L'esperienza all'Enuip-Unsic: quanto ha influito sul senso civico?

di SARA DI IACOVO

Dal 2010 l'Enuip è iscritto all'Albo nazionale degli enti accreditati per il servizio civile come ente di prima classe, impegnandosi, pertanto, nella progettazione di percorsi formativi per i giovani dai 18 ai 28 anni, finalizzati ad aiutare le fasce più deboli ed allo sviluppo sociale. Ogni anno l'Enuip promuove tre progetti coinvolgendo in media 150 ragazzi provenienti da tutta Italia. Anche quest'anno i progetti promossi sono tre:

1. Sportello del cittadino, per la promozione dei diritti di tutti i cittadini ed in particolare di quelli più vulnerabili ed a rischio emarginazione;

2. Integra, per la l'inclusione sociale e la tutela dei diritti degli immigrati;

3. Risorsa anziano, per la tutela e la valorizzazione della terza età.

In occasione degli incontri di formazione, abbiamo incontrato i ragazzi del Servizio civile e, dopo aver a lungo chiacchierato con loro, in vista di questi tre progetti, abbiamo chiesto loro alcune cose per entrare nella sfera empirica del Servizio civile.

Come può garantire la dignità lo Stato?

La dignità non è altro che la realizzazione di se stessi e la soddisfazione della propria persona, considerata insieme di valori riconosciuti e garantiti dallo Stato.

Lo Stato permette di esercitare tutti i diritti, quali libertà, lavoro, salute ecc. che permettono di vivere una vita soddisfacente per sé e per la propria famiglia, nel rispetto della legge e delle norme, quindi della comunità. "Il lavoro nobilita l'uomo", da qui parte la definizione sostanziale e concreta di dignità, il lavoro rappresenta l'attività che permette di avere una propria indipendenza ed essere produttivi per la società di cui si fa parte.

Attualmente, uno degli argomenti più discussi riguarda la carenza dei servizi essenziali, ossia la cura della persona sotto l'aspetto sanitario e sociale. Lo stato do-



vrebbe migliorare la qualità dei servizi e renderli più fruibili a tutti per garantire una vita dignitosa.

Qual è la più grande virtù del Patronato?

Il Patronato ebbe origine nel 1947 per tutelare e assistere i cittadini. Con il passare del tempo i servizi sono aumentati e migliorati con una tutela del cittadino a 360° in tutte le fasi della vita. Il Patronato è un tramite con tutti gli enti previdenziali per poter usufruire delle prestazioni: dai bonus nascita fino alla pensione di reversibilità passando per il supporto nei problemi lavorativi quali la disoccupazione o l'integrazione degli immigrati e servizi annessi. Il patronato mette gratuitamente a disposizione i suoi servizi e questo è l'apice delle sue tante virtù dato che garantisce al cittadino una vita serena poiché tutelata.

Quanto ha influito sul vostro senso civico il Servizio civile?

Il senso civico è il senso di responsabilità verso la comunità e quindi la coscienza che il cittadino ha dei propri doveri della propria responsabilità.

Svolgendo il servizio civile, in un Patronato, il senso civico è la colonna portante. Inizialmente non avendo avuto esperienza lavorativa a contatto con la gente era difficile immedesimarsi nei bisogni altrui, iniziando a rapportarsi con la gente è scontato in noi un senso di responsabilità e sensibilità nei confronti della persona, fornendo appunto servizi utili al cittadino.

Fino ad oggi questa esperienza ci ha cambiati in meglio facendoci comprendere che proprio il senso civico è quello che dovrebbe contraddistinguere qualsiasi persona per migliorare la società.

Mediazione obbligatoria con la manovra correttiva

La legge 96 del 2017 stabilizza l'efficacia della disciplina della mediazione.

di ELISA SFASCIOTTI

È stata pubblicata, a giugno, in Gazzetta Ufficiale, la conversione in legge della cosiddetta "manovrina". Si tratta del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, nella legge n. 96/2017 sulle "Disposizioni urgenti in materia finanziaria, iniziative a favore degli enti territoriali, ulteriori interventi per le zone colpite da eventi sismici e misure per lo sviluppo". Tra i vari interventi previsti vi è anche una disposizione in tema di mediazione, con l'art. 11-ter che modifica l'art. 5, comma 1-bis, d.lgs. 4 marzo 2010, n. 28 che detta la disciplina della "mediazione obbligatoria" ante causam o ex lege, per cui le parti di una controversia civile o commerciale sono obbligate, prima di rivolgersi al giudice, ad esperire il procedimento di mediazione; ciò per le controversie vertenti nelle materie elencate dall'art. 5, comma 1-bis, d.lgs. 28/2010.

La principale novità introdotta con la legge 96/2017 consiste nello stabilizzare nell'ordinamento l'efficacia della disciplina della mediazione obbligatoria la quale, prima della manovrina 2017, aveva invece natura transitoria e sperimentale: viene quindi eliminato il carattere temporaneo dell'istituto.

La versione originaria del d.lgs. 28/2010 già prevedeva - con l'art. 5, comma 1 - la natura strutturale, e non temporanea, della mediazione obbligatoria, ma nel 2012, con la sentenza n. 272 del 6 dicembre, la Corte Costituzionale ha dichiarato l'illegittimità costituzionale di tale disciplina per violazione degli articoli 76 e 77 in quanto l'obbligatorietà della mediazione non poteva essere prevista con lo strumento del decreto legislativo (il d.lgs. n. 28/2010), in mancanza di esplicita indicazione in tal senso nella relativa legge delega (la l. 69/2009).

Nel 2013, l'obbligatorietà della mediazione è stata poi reintrodotta, con alcune modifiche rispetto all'originaria disciplina, attraverso il decreto legge 21 giugno 2013, n. 69 "Disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia", che ha previsto l'introduzione, nel d.lgs. 28/2010, del nuovo art 5, comma 1-bis, il quale prevedeva che l'obbligatorietà della mediazione doveva avere natura transitoria e speri-

mentale; era previsto che:

- detta disciplina doveva avere efficacia per soli 4 anni;
- al termine di 2 anni dall'entrata in vigore del decreto, il ministero della Giustizia era chiamato ad attivare il monitoraggio degli esiti di tale sperimentazione.

Poi il d.l. 50/2017, così come convertito nella legge 96/2017, ha reso la mediazione obbligatoria strutturale, e non più a termine.

L'Enuip è accreditato presso il ministero di Giustizia per l'erogazione di corsi di formazione e aggiornamento dei mediatori civili e commerciali, che permettono l'iscrizione all'Organismo di mediazione promosso dall'Unsic, ovvero l'Unsicconc.

Informazioni: Elisa Sfasciotti

E-mail: e.sfasciotti@enuip.it - Tel 06 58333803



NEL PROSSIMO NUMERO

Inchiesta:

COSA SONO I "DIRITTI "INESPRESSI"

a cura dell'ENASC-UNSI

L'Enuip-Unsic cresce, in Calabria nuove opportunità

La Regione Calabria ha accreditato l'Enuip, l'ente di formazione dell'Unsic.

di GIUSEPPE TETTO

La Regione Calabria, con decreto registrato il 20 giugno 2017, numero di protocollo 6531, ha accreditato l'Enuip, l'ente di formazione professionale dell'Unsic per l'erogazione di corsi finanziati o autorizzati dalla Regione. La sede accreditata in Regione è in via Catena, n. 40, a Polistena, un importante centro urbano in provincia di Reggio Calabria.

Già la sede sta organizzando i primi corsi che partiranno – presumibilmente - ad ottobre 2017, previa autorizzazione da parte della Regione calabrese, verteranno sulla somministrazione di alimenti e bevande, i cosiddetti "Sab". I corsi sono destinati a chiunque abbia una propria attività nel settore del commercio alimentare e sono volti a far acquisire le conoscenze necessarie a svolgere l'attività con professionalità e in conformità alle procedure idonee a garantire igiene e sicurezza degli alimenti.

Negli ultimi anni, infatti, la legislazione in materia di sicurezza alimentare è stata radicalmente modificata per garantire una maggiore attenzione alla salute pubblica in tutte le attività ad essa correlate. Da qui l'obiettivo del corso che vuole mettere in atto comportamenti responsabili e consapevoli nel commercio di alimenti e bevande, in modo da garantire la salute del consumatore.

Chi è impegnato nella somministrazione di alimenti e bevande deve:

- assistere, orientare e informare il cliente;
 - curare e disporre i prodotti;
 - svolgere una funzione di servizio e di assistenza alla clientela fondamentale per le attività aperte al pubblico.
- L'Enuip, nato nel 2004 come emanazione dell'Unsic, associazione datoriale con oltre 150mila associati, è da sempre specializzato nella progettazione ed erogazione di percorsi formativi e di orientamento scolastico e professionale, proprio per rispondere ai fabbisogni formativi delle imprese aderenti. Con il passare del tempo le proprie aree di attività si sono ampliate, cercando di rispondere alle esigenze della collettività e contribuire al benessere sociale, per gli ambiti di propria competenza. Al fine di garantire la qualità, l'efficacia ed efficienza pro-



gettuale, l'Enuip monitora e valuta i risultati raggiunti – secondo le procedure di qualità certificate – in un'ottica di miglioramento continuo degli interventi in itinere e di quelli successivi sia nelle metodologie, che negli strumenti, materiali e risorse utilizzate. A garanzia della qualità, dell'efficienza e dell'efficacia dei servizi, prodotti e percorsi formativi offerti, l'Enuip ha conseguito la Certificazione di qualità ISO 9001:2008 – Settore Formazione (A37). Adesso parte questa nuova avventura con la Regione Calabria presso la sede di Polistena. La cittadina calabrese, che conta una popolazione di 10.742 residenti, è da sempre un centro attivo e attento alla crescita culturale e professionale del territorio. Una propensione, questa, data anche dalle sue radici storiche che l'hanno vista crescere come centro di attrazione, in particolare durante il periodo della Magna Grecia.

Polistena, il cui nome significa "città forte" e "molto stretto", fu una stazione di passaggio per i Locresi che dovevano raggiungere Medma (Rosarno) colonia da loro fondata. In età bizantina si stanziarono i monaci Basiliani che introdussero i culti di Santa Marina e della Madonna dell'Itria. Polistena conserva delle architetture religiose di significativo interesse come la Chiesa Matrice, che ospita la pala marmorea che raffigura la deposizione del Cristo, e la Chiesa del Santissimo Rosario.

Ma Polistena è nota anche per aver dato i natali a tanti nomi importanti della politica e della cultura italiana. Tra i parlamentari ricordiamo il missino Raffaele Valensise, scomparso nel 1999, che è stato anche membro del Consiglio Superiore della Magistratura, il comunista Girolamo Tripodi, sindaco della città per ben 31 anni e tra i fondatori del Partito della rifondazione comunista, il magistrato Angelo Giorgianni, legato all'Udeur e a Dini, e Ferdinando Adornato, con un curriculum politico che ha toccato diversi lidi. Tra i giornalisti va ricordato Dario Laruffa, attuale conduttore del Tg2. E' originario della città di Polistena anche Mauricio Macri, attuale presidente dell'Argentina.

Nuovi progetti di Servizio civile: selezioni al via

Quattro le iniziative che l'Enuip sta mettendo in campo in tutta Italia.

di NAZARENO INSARDÀ

Sono in fase di partenza le procedure per le convocazione e le selezioni per i progetti di Servizio civile nazionale. Quattro quelli che l'Enuip ha visto approvati a maggio: "Sportello Amico"; "Il valore della differenza"; "Giovani solidali"; "Diversamente giovani". Per un totale di 200 volontari, circa un quarto dei posti in più concessi con il bando precedente. I posti previsti sono dislocati presso le sedi Enuip sul territorio nazionale. Le candidature pervenute sui quattro progetti sono state circa 300.

Gran parte dei posti disponibili proviene dal Mezzogiorno, con circa il 50 per cento, di cui la metà sono in Sicilia.

A seguire la Campania, la Calabria e la Puglia. Buon riscontro anche al Nord Italia con diverse sedi coinvolte.

Nei prossimi giorni verranno calendarizzate le selezioni che si svolgeranno sul territorio nazionale e che vedranno

coinvolti i selettori Enuip accreditati. Le selezioni prevedono la somministrazione di questionari ed un colloquio conoscitivo, oltre alla valutazione del curriculum dei candidati e delle esperienze.

Le graduatorie provvisorie andranno trasmesse entro ottobre 2017 all'Ufficio nazionale Servizio civile. L'avvio dei progetti è previsto per il mese di gennaio 2018.

Nelle prossime settimane verrà riaperta la procedura di accreditamento di nuove sedi e risorse umane da impiegare nei progetti di Servizio civile sul territorio nazionale.

Per tutte le informazioni rivolgersi a:

Elisa Sfasciotti o Francesca Gambini

Tel 06 5833380

E-mail: serviziocivile@enuip.it

www.enuip.it

Corsi per giornalisti: Enuip autorizzato dall'Odg

Dal 2014 obbligo della formazione continua per gli operatori dell'informazione.

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

Importante riconoscimento per l'Enuip, l'ente nazionale Unsic di istruzione professionale. Il Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti, nella riunione del 27 giugno 2017, preso atto del parere favorevole reso dal ministero della Giustizia con nota protocollo numero m_dg.DAG.26-06-2017.0123125.U del 23 giugno 2017, ha autorizzato l'Enuip-Unsic allo svolgimento dell'attività di formazione professionale continua per i giornalisti per la durata di tre anni a decorrere da giugno 2017. Per effetto dell'articolo 7 del decreto del Presi-

dente della Repubblica numero 137/2012, dal primo gennaio 2014 anche i giornalisti italiani sono tenuti ad assolvere all'obbligo della Formazione professionale continua (Fpc) per adeguarsi alla normativa che prevede l'aggiornamento per tutti gli iscritti ad un Ordine professionale come una delle condizioni per poter mantenere la propria iscrizione all'Ordine stesso.

Ogni iscritto deve maturare 60 crediti formativi (Cfp) in un triennio (con un minimo di 15 crediti annuali), di cui almeno 20 su temi deontologici.

Modica (Ragusa): L'Unsic denuncia il degrado della zona artigianiana

a cura della REDAZIONE

Degrado e trascuratezza nella Zona Artigianale di Modica, in Sicilia. E' la denuncia del presidente dell'Unsic locale, Ignazio Abbate, sottolineando come sia impensabile che le aree urbanizzate di questa zona vengano abbandonate a rovi, sterpagli e rifiuti di ogni genere. La denuncia arriva in questo momento anche per via del pericolo di possibili incendi cui si trovano a convivere gli artigiani del Comune di Modica: questo, secondo Abbate, non è assolutamente tollerabile per chi giornalmente è costretto a versare esose tasse comunali senza ricevere in cambio alcun servizio comunale, solo per esclusiva cattiva amministrazione. In qualsiasi parte d'Italia, questi servizi, vengono programmati e realizzati normalmente senza diventare vere e proprie emergenze come avviene sistematicamente ogni anno invece nella contea modicana. "Come organizzazione gracola – dichiara il presidente dell'Unsic locale – da anni cerco di far capire a questa amministrazione che la cura del territorio deve essere affidato alle aziende agricole con apposite convenzioni già previste dal legislatore, con grande risparmio di denaro



pubblico e con interventi manutentivi rispettando l'ambiente, e con grande professionalità, cui hanno gli imprenditori agricoli modicani". Questo degrado è per Ignazio Abbate diventato ormai parte integrante del territorio modicano, sicuramente non attribuibile a mancanze di risorse economiche, ma solo ed esclusivamente alla totale mancanza di salvaguardia dell'ambiente e del nostro territorio che, evidentemente, non è una priorità amministrativa: "Spero che – conclude – come avviene spesso dopo le denunce pubbliche, l'amministrazione disponga per la risoluzione della problematica, anche perché le nostre aziende artigiane non possono tollerare ancora per molto questo stato di degrado causato dalla mancata manutenzione del Comune di Modica".

Unsic: solidarietà ai lavoratori del centro anziani di Rende (Cosenza)

L'Unsic, settore pensionati, vicina ai lavoratori che operano all'interno del Centro anziani di Rende, privi di stipendi da circa cinque mesi. La struttura che si occupa di assistenza alla terza età è in crisi da oltre un anno ma la situazione del Centro è precipitata in seguito all'affidamento dei servizi dal Comune alla cooperativa sociale "Solidale". Dopo lo stato di agitazione, proclamato lo scorso primo giugno, i dipendenti della Solidale cooperativa sociale, a causa dei gravi disagi dovuti al mancato pagamento e delle difficoltà di stabilire cor-

rette relazioni sindacali, hanno dichiarato formalmente assemblea sit-in il giorno 22/06/2017 presso la struttura del Centro anziani del Comune di Rende. «Messo nelle giuste condizioni il Centro può diventare un punto d'eccellenza a servizio degli anziani – dichiara Carlo Franzisi, presidente dell'Unsic territoriale di Cosenza -. Invitiamo chi ne ha il potere ad attivarsi in maniera positiva nell'adeguamento strutturale ed il rispetto delle condizioni di lavoro per i dipendenti, per far funzionare il centro ma per il bene, soprattutto, degli anziani che hanno bisogno di assistenza».

Oltre 300 Comuni hanno aderito all'iniziativa dell'Unisc
"Omaggi ai borghi d'Italia" (www.unsic.it)



Castell'Arquato (Piacenza)



Centro storico di Arezzo



Cittadella (Pavia)



Dumenza (Varese)



Collodi, frazione di Pescia (Pistoia)



Scilla (Reggio Calabria)



San Giorgio in Valpolicella (Verona)



Linguaglossa (Catania) con vista dell'Etna



SCEGLI BANCA WIDIBA E GUADAGNA SUI TUOI RISPARMI.



CONTO CORRENTE
A ZERO SPESE
E ZERO CANONE

SCOPRI LA CONVENZIONE WIDIBA PER UNSIC

Solo per i tesserati Unsic, ulteriori condizioni vantaggiose:

- ✓ Bancomat personalizzato Unsic e carte in 34 stili diversi
- ✓ Prelievi gratuiti su tutti gli ATM di tutte le banche italiane
- ✓ Carta di Credito Classic e Gold gratis
- ✓ PEC inclusa
- ✓ WidiExpress per trasferire il tuo vecchio conto in Widiba con un clic
- ✓ Mutuo 100% digitale con spese di istruttoria, perizia e polizza scoppio e incendio incluse



Apri Conto Widiba. Scopri di più:
www.insic.it

