

spettacolo tecnologia popoli  
italiana politica novità confronto  
comunicazione cronaca cultura economia  
moda benessere speciali immagine

numero

16

# infoItaliaSpagna®

La rivista degli italiani in Spagna



Febbraio - Marzo 2009



UNITED COLORS  
OF BENETTON.

# all'interno



- 4 Le sfide del mondo del turismo
- 6 Così affrontano l'emergenza alcune regioni spagnole
- 10 Gioielli delle regine a Madrid
- 14 La nuova Cancelleria consolare lavora a pieno ritmo
- 15 Connazionali al Comando Nato di Madrid
- 20 Donne manager nell'agricoltura
- 21 Attività camerale
- 22 Traffico di banconote false tra Italia e Spagna
- 24 Lo stilista sardo e il G8
- 25 Iniziative degli Istituti di cultura
- 28 L'Italia al Festival del cinema di Granada
- 30 Agostini, un mito su due ruote
- 34 La Rubrica legale
- 35 Contatti utili in Spagna

**Foto Copertina:**

Santa Maria del Fiore a Firenze di mrabanaic e Almendras di josdamet

**Le altre foto:** archivio Infoitaliaspagna e Internet



## infoItaliaSpagna

la rivista e il sito degli italiani in Spagna

### Infoitaliaspagna

Rivista bimestrale gratuita

n. sedici anno 3

web: [www.infoitaliaspagna.com](http://www.infoitaliaspagna.com)

e-mail: [info@infoitaliaspagna.com](mailto:info@infoitaliaspagna.com)

[periodelsolit@telefonica.net](mailto:periodelsolit@telefonica.net)

Fax: + 34 -952 96 47 35

mov. + 34 -670 46 35 04

Pubblicità: + 34 - 687 83 70 65

Depósito legal MA -564 -2006

Impreso en los talleres

Gráficas del Guadalhorce

### Direttore

Patrizia Floder Reitter

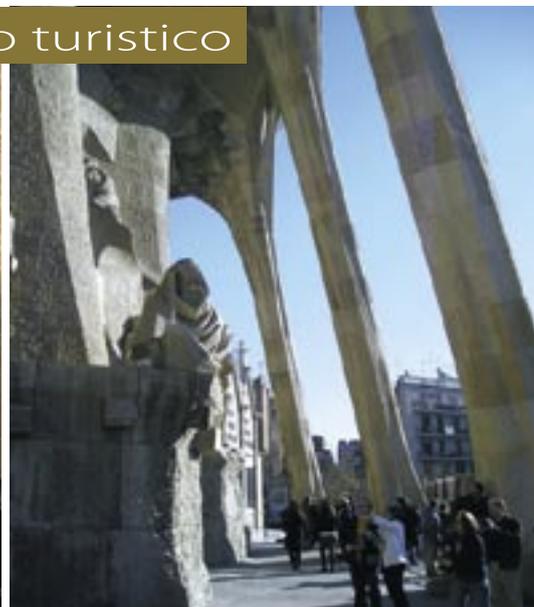
### Realizzazione grafica

Graziella Tonucci

**Se volete ricevere la rivista in abbonamento:  
+ 34 -952 96 47 35**

**Cerchiamo collaboratori per la vendita  
di spazi pubblicitari.**

**Per contatti: + 34 - 687 83 70 65**



# Le sfide per restare competitivi

L'Italia è solo al 5° posto per numero di turisti stranieri, la Spagna vede calare le entrate legate al turismo e le prospettive sono poco incoraggianti. Ma gli spagnoli che hanno visitato il nostro Paese sono cresciuti nel 2008

Le difficoltà economiche di questo 2009 stanno mettendo in crisi anche il mondo del turismo. In Spagna, dove poche settimane si è svolta Fitur, importante rassegna del settore a livello internazionale, l'ultimo trimestre del 2008 ha visto un crollo del 10% del turismo interno e una forte diminuzione della spesa media pro capite da 837 euro del 2000 a 607 euro. Il Pil turistico ha perso nel 2008 l'1,1% e per quest'anno potrebbe scendere fino al 3,0% (fonte: *Perspectivas Turísticas Exceltur*, l'associazione nazionale degli operatori turistici). È calata la domanda interna e sono diminuiti gli arrivi di visitatori dall'estero, soprattutto da Inghilterra e Germania, dirottati verso destinazioni più economiche come l'Egitto e la Turchia. Nei primi undici mesi del 2008 gli italiani che hanno scelto la Spagna sono stati -5,7%.

E l'Italia? Nel 1970 era prima al mondo per numero di turisti stranieri, da molti anni siamo ormai scivolati al quinto posto dietro Francia, Spagna, Stati Uniti e Cina malgrado il settore muova ogni anno nel nostro Paese 90 miliardi di euro. Il presidente di Confturismo-Confcommercio, Bernabò Bocca, al recente convegno di Torino "Destinazione Italia 2020" ha ricordato: "Nonostante la crisi in atto, il turismo italiano ha chiuso il 2008 con un giro d'affari pari al 10,5% del Pil ed ha dato occupazione ad oltre 2 milioni di persone pari ad oltre il 9% della forza lavorativa dell'intero Paese".

Però nella classifica del World Economic Forum dell'indice di competitività turistica mondiale siamo solo al 28° posto, dietro a tutti i nostri potenziali rivali come Francia (10° posto) e Spagna (4°), che infatti attirano più stranieri.

Se può consolare, siamo saliti al 4° posto mondiale dell'indice Country Brand (appeal dell'immagine Paese) scavalcando Inghilterra e Francia e tornando ad essere la meta più apprezzata tra le destinazioni europee, tallonati dalla Svizzera (rivelazione di quest'anno), mentre la Spagna esce dalla

top ten 2008. L'appeal maggiore il nostro Paese lo esercita sempre sul fronte di arte e cultura, della storia, dell'enogastronomia, ma il turismo made in Italy è in difficoltà e non consola molto sapere di essere in buona compagnia con la recessione che incalza.

Secondo le previsioni dell'Organizzazione mondiale del turismo, nel 2020 viaggeranno 1,5 miliardi di turisti e più del



Turisti a Roma in Piazza di Spagna. In alto, Venezia e Barcellona, due città di grande attrazione turistica



Il padiglione Italia a Fitur. Sotto, la serata inaugurale al Casino di Madrid. Da sinistra, il direttore generale di Enit, Eugenio Magnani; la direttrice dell'ufficio Enit di Madrid, Laura della Rocca e l'ambasciatore d'Italia Pasquale Terracciano

50% di questo movimento verrà generato nell'area europea. Per superare la crisi e restare competitivi serve, dunque, un prodotto turistico reale, ben organizzato, fruibile e altamente competitivo. Sono necessarie infrastrutture adeguate, un sistema di promozione dell'intero comparto, partendo dalle nuove tecnologie: il web è uno degli strumenti più utilizzati dai turisti di tutto il mondo e solo in Europa il 34 per cento delle prenotazioni alberghiere viene fatto direttamente via Internet dai siti degli hotel.

"Noi confidiamo in un nuovo ciclo di espansione del turismo estero -ha affermato il direttore generale di Enit, Eugenio Magnani, a Madrid per Fitur - in modo da invertire questo



trend negativo legato a problemi di recessione, internazionale e domestica e prevediamo una serie di azioni promozionali da realizzare in collaborazione con le regioni, così come una serie di progetti per valorizzare i principali prodotti turistici del Paese: cultura, mare, natura, congressuale, benessere, luxury."

A Fitur, dove l'Italia era rappresentata dal Padiglione Enit articolato attorno ad una "Piazza Italia", tante nostre regioni, tanti operatori e imprenditori hanno potuto presentare i propri prodotti e servizi al pubblico, mettendo in mostra il potenziale storico, paesaggistico turistico italiano. Interagire direttamente con l'Ente nazionale del turismo significa, infat-

ti, ottenere grande visibilità e permette di allacciare contatti con i più importanti operatori del settore.

"Il turista spagnolo continua ad amare l'Italia, le sue città, gli itinerari religiosi, le crociere. Chiuderemo il 2008 in crescita rispetto al 2007, i dati non definitivi ci indicano oltre 2,5 milioni di arrivi. L'Italia è la prima destinazione turistica non confinante mentre Portogallo e Francia restano prime tra i mercati confinanti" ha affermato Laura della Rocca, direttrice dell'Ufficio Enit di Madrid che nella serata di presentazione dell'Italia a Fitur ha ricevuto il plauso unanime per l'operato suo e della sua equipe.

Perché la nostra industria turistica risulti più competitiva, le sfide immediate restano comunque tante. In un programma di rilancio bisogna fare di più per valorizzare i nostri beni culturali e le nostre città d'arte, per ampliare e coordinare il catalogo degli eventi, per promuovere la conoscenza del nostro patrimonio, per rilanciare la destinazione Italia così pure possibili itinerari mediterranei.

E serve investire sul web, per arrivare quanto prima alla prenotazione online sui portali regionali: fare sistema significa anche comprendere e far comprendere l'importanza della velocità con cui le informazioni devono circolare (le disponibilità delle camere, gli eventi, modificazioni di recapiti).

Non vogliamo certo che si avverino le previsioni del World travel & tourism council, l'organizzazione mondiale che riunisce i principali operatori del settore, secondo la quale tra dieci anni l'Italia rischia di perdere un posto (dall'ottavo al nono) nella classifica mondiale del Pil del settore turistico e addirittura di uscire dalla top ten, oggi siamo ottavi, per gli investimenti nel settore turistico.

Come stanno affrontando la difficile congiuntura economica le regioni spagnole a maggiore vocazione turistica? Abbiamo intervistato gli assessori di Andalusia, Comunitat Valenciana, Catalonia e città di Barcellona anche in relazione alle presenze di visitatori italiani. Nel prossimo numero avremo gli interventi di Canarie, Baleari e Comunidad de Madrid



## “L'italiano ci premia con un 8 e ½ su 10”

Angelica Such, assessore al Turismo della Comunitat Valenciana



Angelica Such

### **Nella nuova situazione economica, avete pensato a iniziative diverse per promuovere la Comunitat Valenciana?**

“Il nostro Piano di competitività del settore turistico 2009-2011 può contare su 30 milioni di euro di finanziamento. Lo stesso piano prevede interventi specifici di promozione, come campagne pubblicitarie, da attuarsi attraverso un piano di marketing per il 2009 così da restare competitivi malgrado la difficile situazione dell'economia mondiale. Di recente il governo valenciano ha presentato el *Plan Especial de Apoyo a los Sectores Productivos de la Comunitat Valenciana* e per il settore turistico, che è una delle quattro aree considerate, sono stati stanziati altri 8 mi-

lioni di euro per rafforzare la promozione. Nel 2009 parteciperemo a 20 fiere internazionali, 9 nazionali, organizzeremo diversi workshop, presenteremo nei vari Paesi la nostra offerta turistica anche attraverso la formula 'street market' che risulta di grande interesse per il nostro turista potenziale”.

### **Ci sarà sempre meno turismo di massa e più turismo legato al golf, a eventi culturali o sportivi, a congressi?**

“È difficile sapere come si comporterà il consumatore in futuro perché le regole, i modelli cambiano velocemente. Crediamo che la varietà e la qualità resteranno determinanti nella scelta di prodotti e servizi turistici e ci impegniamo in questa direzione, anche perché chi

ci visita lo torna a fare ancora. Siamo un riferimento a livello internazionale per l'organizzazione di eventi culturali e sportivi e questo ci ha permesso di entrare in nuovi mercati importanti per il nostro turismo. La Comunitat Valenciana offre diverse opportunità che soddisfano chi vuole giocare a golf, praticare la vela, conoscere le zone interne o fare vita di spiaggia: questo ci rende più competitivi rispetto ad altre mete turistiche geograficamente vicine”.

### **La percentuale italiana, sulle presenze turistiche nella Comunitat Valenciana?**

“A noi risulta che gli italiani viaggiano all'estero fondamentalmente per fare vacanza, soprattutto nei mesi estivi e principalmente in agosto. Durante il resto dell'anno si muovono per i ponti e nei periodi delle feste. Riferito ai flussi di visitatori che arrivano nella Comunitat Valenciana, l'Italia è il sesto Paese di provenienza. Nel 2008 abbiamo avuto 5,6 milioni di turisti stranieri, 271.024 dei quali dall'Italia (il 4,9%). Se consideriamo che

lo scorso anno in tutta Spagna sono arrivati 57,4 milioni di turisti, meno del 2,6% rispetto al 2007, e che solo la Comunidad de Madrid, le isole Baleari e la Comunitat Valenciana non hanno perso in presenze, possiamo essere soddisfatti di aver mantenuto il nostro 5° posto come destinazione spagnola per il turismo internazionale”.

### **Per la vostra esperienza, quali esigenze hanno gli italiani quando scelgono pacchetti turistici o viaggi individuali?**

“Nel 2007 si sono confermate le nuove tendenze del modo di viaggiare all'estero degli italiani: senza pacchetti turistici, preferendo viaggi di breve durata (short breaks) e utilizzando voli di compagnie aeree low cost. Della Spagna gli italiani apprezzano le tante, diverse possibilità di divertimento, quando devono scegliere dove andare in vacanza, ma anche le numerose offerte culturali: le coppie giovani e chi ha compiuto i 18 anni sono i più affezionati alle destinazioni spagnole. Nel 2007, i turisti italiani hanno concentrato i loro soggiorni alberghieri a





# “Con oltre 88 milioni rafforzeremo il nostro mercato”

Luciano Alonso, assessore al Turismo della Junta de Andalucía

Valencia soprattutto in agosto. Non avendo ancora i dati definitivi relativi al 2008, nel 2007 nella nostra Comunidad gli italiani hanno speso di più in trasporti (31,9%), alloggio (18,2%) e ristoranti (17,7%). Secondo quanto registrano i nostri uffici di turismo, l'italiano che ci visita è molto soddisfatto dell'accoglienza e delle strutture che trova, con un punteggio di 8,61 su 10”.

## **Iniziativa particolare per fidelizzare e attrarre nuovi turisti italiani?**

“Nel 2009 parteciperemo a tre ferie internazionali del turismo in Italia: Caminos de Europa, B.I.T e TTG Incontri. In settembre effettueremo una presentazione “street market” a Roma. Per mantenere la nostra leadership ci muoveremo su molti fronti, fidelizzeremo i turisti continuando a migliorare i servizi nostri e di tutti coloro che lavorano nel settore, curando la già eccellente qualità ambientale delle spiagge, ottimizzando l'informazione attraverso nuove tecnologie, tanto per citare alcuni campi d'azione”.

## **Nella nuova situazione economica, avete pensato a iniziative diverse per promuovere l'Andalusia?**

“Nostro obiettivo è rafforzare la leadership turistica dell'Andalusia e dare ancora più impulso a un settore che è diventato un'autentica industria di impatto economico e sociale: rappresenta infatti il 12,5% del Pil regionale e dà lavoro a 420 mila persone ogni anno. Per promuoverci maggiormente abbiamo approvato un piano di investimenti di più di 88 milioni di euro, prevedendo più di 800 interventi molti dei quali diretti al consumatore finale. Il piano mira ad ottimizzare la redditività dell'attività turistica per tutto l'arco dell'anno, prestando più attenzione ai mercati vicini, diversificando i prodotti e guardando a settori di mercato dalle grandi potenzialità, come i giovani e gli anziani”.

## **Ci sarà sempre meno turismo di massa e più turismo legato al golf, a eventi culturali o sportivi, a congressi?**

“Siamo convinti che l'Andalusia debba proseguire la sua promozione diversificando ancor più l'offerta turistica del territorio e sviluppando nuovi prodotti oltre a *sol y playa*, ovvero al turismo balneare. Prodotti che si adattino al nuovo profilo del turista, sempre più informato e sensibile ad aspetti come l'ecologia o la ricerca di esperienze personali. Per questo dobbiamo sviluppare ancor più segmenti come il turismo culturale, il golf, le

riunioni di lavoro, il soggiorno all'insegna della salute e del benessere o il turismo delle nostre zone interne, dove sono ancora grandi le possibilità di crescita. Allo stesso tempo, vogliamo legare strettamente la promozione turistica a settori che fanno parte del patrimonio culturale e artistico della regione, come il flamenco, l'artigianato o la gastronomia. Così potremmo dare non solo un'immagine moderna e rinnovata della nostra offerta turistica, ma anche caratterizzata da elementi di qualità e autenticità”.

## **La percentuale italiana, sulle presenze turistiche in Andalusia?**

“Attualmente il turista italia-

no rappresenta l'1,2% delle presenze turistiche in Andalusia, che tra gennaio e novembre dello scorso anno hanno portato nella nostra regione 396.446 persone (lo 0,4 % in più che nel 2007), con una permanenza media di 2,2 giorni”.

## **Per la vostra esperienza, quali esigenze hanno gli italiani quando scelgono pacchetti turistici o viaggi individuali?**

“Secondo le nostre analisi di mercato, una caratteristica che accomuna i turisti italiani è la concentrazione di quasi tutti i loro arrivi tra il secondo e il terzo trimestre dell'anno. L'italiano per il 60% sceglie una sistemazione alberghiera, utilizza molto Internet per informarsi prima di muoversi



Luciano Alonso



e visita l'Andalusia soprattutto per motivi culturali (più del 47%), scegliendola per soggiorni balneari nel 22% dei casi".

**Iniziative particolari per fidelizzare e attrarre nuovi turisti italiani?**

"Saremo presenti in Italia nelle principali manifestazioni fieristiche del settore, promuoveremo azioni di marketing diretto a Roma, Firenze, Milano, Torino e organizzeremo giornate di presentazione dei nostri prodotti con tour operator e agenzie di viaggio in dodici città italiane tra le quali Bologna, Padova, Napoli, Bari e Palermo.

Oltre a questo realizzeremo due campagne di comunicazione e durante l'anno saranno organizzate tre visite di presentazione della zona per professionisti del settore, così da promuovere i soggiorni balneari, le riunioni e i circuiti culturali e monumentali, di interesse per il mercato turistico italiano".



Ignasi de Delàs, direttore del Turismo di Catalonia

## "Nel 2009 vogliamo diventare la capitale del turismo d'affari"

**Nella nuova situazione economica, avete pensato a iniziative diverse per promuovere la Catalonia?**

"Il Turismo di Catalonia prevede di attuare quest'anno un Piano di interventi pensato appositamente per questo momento di crisi. A disposizione abbiamo 21,4 milioni di euro per realizzare più di 300 operazioni promozionali, con attività come la presenza a fiere nazionali e internazionali, inviti a giornalisti e operatori del settore per meglio conoscere il nostro territorio, oltre a workshop commerciali e altre iniziative mirate a frenare il calo degli arrivi dovuto al difficile momento economico. Soprattutto ci muoveremo nei mercati più vicini, dai quali arrivano la maggior parte dei nostri turisti. Uno degli obiettivi del 2009 sarà convertire la Catalonia nella capitale del turismo d'affari, promuovendo gli importanti centri congressuali presenti nella regione e che la rendono destinazione ideale per accogliere qualsiasi tipo di evento. Non dimentichiamo che quest'anno si celebra il centenario della Costa Brava e sono in programma

numerose attività correlate. E per chi utilizza Internet, quest'anno il Turismo di Catalonia inaugura una nuova web: [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com), disponibile anche in italiano e di comodo accesso per le diverse tipologie di utenti".

**Ci sarà sempre meno turismo di massa e più turismo legato al golf, a eventi culturali o sportivi, a congressi?**

"Da anni stiamo lavorando per segmentare i nostri prodotti dando vita anche al 'Club de Productes', vale a dire un programma di aiuto alla commercializzazione della nostra offerta diretto ai professionisti del settore per meglio promuovere distinti prodotti in una visione d'insieme. Questi club sono attualmente 5: di turismo culturale, di turismo attivo, di golf, di turismo gastronomico e di turismo legato alla salute e al benessere".

**La percentuale italiana, sulle presenze turistiche in Catalonia?**

"L'Italia è il quarto Paese di provenienza del nostro turismo: su 15,7 milioni di visitatori che registriamo ogni anno, più di 1,3 milioni sono italiani. Va sottolineato che in soli due anni, dal 2005 al 2007, le presenze italiane

sono cresciute del 15%".

**Per la vostra esperienza, quali esigenze hanno gli italiani quando scelgono pacchetti turistici o viaggi individuali?**

"In Italia i viaggi si fanno soprattutto durante le vacanze di agosto e in occasione di ponti festivi. Le prenotazioni vengono realizzate con poco anticipo, rispetto alla data di partenza, contrariamente a quanto fanno gli altri viaggiatori europei che prenotano i loro spostamenti con molto anticipo.

Il turista italiano tipo che arriva in Catalonia sceglie viaggi di più di una settimana, senza pacchetti turistici e muovendosi in aereo. Preferisce le grandi città e le destinazioni balneari, è molto informato sui luoghi che vuole vedere e realizza



molte visite culturali. Sicuramente è molto esigente in fatto di cucina. Si muove per vacanza nel 67% dei casi ma anche per partecipare a fiere, seguire congressi o per turismo religioso.

A tal riguardo, ci preme far sapere che quest'anno ultimo meremo la segnaletica del *Camí de Sant Jaume*, il Cammino di Santiago che passa per la Catalonia. Gli italiani, che amano molto questa antica strada di pellegrinaggio, ora potranno realizzarla da est a ovest a piedi, a cavallo o in bicicletta".

#### **Iniziativa particolare per fidelizzare e attrarre nuovi turisti italiani?**

"Da qualche mese abbiamo dato vita a *L'Año de Catalunya en Italia*, per fidelizzare i turisti e per diventare una delle destinazioni leader del mercato italiano. Per attuarlo stiamo sviluppando un piano di interventi rivolti sia ai professionisti del settore, sia di promozione diretta al consumatore finale.

Fino ad oggi abbiamo organizzato viaggi per tour operator e stampa specializzata, azioni promozionali in centri commerciali italiani e molte altre iniziative; proseguiamo in queste direzioni per tutto l'anno, anche in occasione della Biennale di Venezia.

Nello stesso tempo ci muoveremo per far conoscere ai turisti italiani altri nostri luoghi, al di fuori di Barcellona e della Costa Brava, così pure i differenti prodotti turistici della Catalonia invitandoli a ritornare in altri momenti dell'anno per meglio scoprire il nostro territorio".



Jordi W. Carnes,  
assessore al Turismo  
del Comune di  
Barcellona

## "Il numero degli italiani è triplicato in quattro anni"



#### **Nella nuova situazione economica, avete pensato a iniziative diverse per promuovere Barcellona?**

"Il Turismo di Barcellona manterrà l'impegno promozionale di questi ultimi anni, che ci ha permesso di diventare riferimento mondiale del turismo urbano. Nel 2009 guarderemo soprattutto ai mercati europei, potendo contare su un piano che ha stanziato 5,5 milioni di euro".

#### **Ci sarà sempre meno turismo di massa e più turismo legato al golf, a eventi culturali o sportivi, a congressi?**

"Il turista che arriva a Barcellona è attratto dalla sua offerta culturale, dall'attività fieristica e congressuale, dalla gastronomia e dalle tante

possibilità di divertirsi. Tutti questi aspetti devono aver influito sulla scelta di molti italiani di vivere in questa città: la vostra colonia è molto numerosa. Non dimenticate, poi, che Barcellona è il primo porto d'Europa e in quinto nel mondo per l'attività crocieristica".

#### **La percentuale italiana, sulle presenze turistiche a Barcellona?**

"Il mercato italiano viene per noi al secondo posto, dopo quello inglese, con circa l'8,8% delle presenze turistiche registrate ogni anno a Barcellona. Stiamo parlando di più di 623.000 persone nel 2007, l'ultimo dato che abbiamo per certo. In soli quattro anni è triplicato il numero di italiani che arrivano per turismo in questa città".

#### **Per la vostra esperienza, quali esigenze hanno gli italiani quando scelgono pacchetti turistici o viaggi individuali?**

"Direi che ciò che caratterizza maggiormente il turista italiano è il buon gusto e la passione per le cose buone della vita. Barcellona, con il suo patrimonio artistico e culturale e con il suo spirito mediterraneo esercita tutto il suo fascino e la sua attrattiva".

#### **Iniziativa particolare per fidelizzare e attrarre nuovi turisti italiani?**

"Nonostante quest'anno possa risultare difficile e impegnativo anche per la promozione turistica, stiamo lavorando per attirare nuovi clienti italiani e consolidare quelli che già scelgono la nostra destinazione. Tra le varie iniziative, organizzeremo un workshop a Venezia in occasione della Biennale, parteciperemo a due fiere del settore e realizzeremo visite commerciali mirate".



Casa Battló di Gaudí a Barcellona. A sinistra, un'immagine di Cadaqués: quest'anno si celebra il centenario della Costa Brava

La Provincia di Napoli a Madrid per le fiere Iberjoyas e Fitur

# I GIOIELLI DELLE

Serata di gala in Ambasciata d'Italia con una splendida mostra di ori, cammei e coralli. Rivediamo con sensibilità moderna i disegni e i modelli rococó, neoclassici e neogotici.



Il sottosegretario agli Esteri Vincenzo Scotti, Sua altezza reale l'Infante Don Carlos di Borbone Due Sicilie, duca di Calabria; l'ambasciatore d'Italia Pasquale Terracciano e l'assessore al Turismo della Provincia di Napoli, Giovanna Martano. Qui sopra, l'Ambasciata d'Italia a Madrid



L'assessore Giovanna Martano con la delegazione dei rappresentanti degli artigiani orafi della Provincia di Napoli. Da sinistra, Giuseppe Oliviero presidente della Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa (CNA) di Napoli; Ciro Esposito, presidente del Consorzio Vulcano Prom Art -Torre del Greco; Fabrizio Monticelli per il Consorzio Antico Borgo Orefici; Achille Capone, presidente dell'Associazione dell'artigianato e della piccola e media impresa (CLAAI) di Napoli; Vincenza Perreca per il Consorzio Oromare; Giovan Giuseppe Lanfreschi, presidente della Federazione Orefi Campani

La Provincia di Napoli è stata protagonista di una serata davvero "preziosa" all'Ambasciata d'Italia a Madrid, dove lo scorso 27 gennaio si è celebrato il gala "Un gioiello per la Regina: ori, cammei e coralli dei maestri artigiani del golfo di Napoli". Una mostra unica, per la bellezza dei pezzi esposti e perché per l'occasione orefici napoletani e incisori di Torre del Greco e dei territori vesuviani hanno creato in esclusiva nuovi gioielli, che rivisitano con sensibilità moderna i disegni e i modelli rococó, neoclassici e neogotici indossati dalle regine borboniche, riproponendo fedelmente le tecniche tradizionali degli antichi maestri gioiellieri. L'evento, organizzato e coordinato dalla Direzione Politiche co-

# REGINE

Gioielli dei maestri artigiani napoletani che  
gotici indossati dalle regine borboniche



La signora Maria Cossarini mentre ammira i gioielli in mostra. Sopra, in basso e nelle pagine a seguire, alcune delle creazioni dei maestri orafi napoletani. Sotto, l'ambasciatore Terracciano con la moglie Karen, l'assessore Martano e la principessa Anne d'Orleans, moglie del duca di Calabria



munitarie della Provincia di Napoli, era una delle iniziative che hanno visto la Provincia stessa e la Regione Campania impegnate nella capitale iberica nella promozione dell'artigianato orafa e del turismo, rispettivamente alla fiera Iberjoyas e a Fitur, i principali saloni del settore. "L'obiettivo di valorizzare e promuovere i nostri gioielli, rientra nell'azione svolta in questi anni per supportare l'artigianato con iniziative mirate all'internazionalizzazione" ha affermato l'assessore al Turismo della Provincia di Napoli, Giovanna Martano, a Madrid per l'occasione.

Al progetto hanno collaborato la Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa di Napoli; il Consorzio Vulcano Prom Art - Torre del Greco; il Consorzio Antico Borgo Orefici; Confartigianato Napoli e Casartigiani Napoli; l'Associazione dell'artigianato e della piccola e media



Da sinistra, Claudio Pomella responsabile della Direzione Politiche comunitarie della Provincia di Napoli; Mariarosaria di Mauro, consulente della Direzione politiche comunitarie; Vincenza Perreca del Consorzio Oromare e il presidente di CNA, Giuseppe Oliviero



impresa di Napoli; il Consorzio Oromare e la Federazione Orafi Campani.

La mostra "Un gioiello per la Regina" rientra nel nel programma della Public Local Agency for international trade (Plait), nata da un Protocollo d'Intesa tra la Regione Campania e le cinque Province campane per promuovere sui mercati internazionali i settori merceologici di punta dell'economia regionale. Questo programma sta offrendo importanti possibilità di sviluppo per un comparto ricco di potenzialità come quello dell'artigianato orafo campano, di grandissima tradizione e qualità."Sono stati coinvolti tutti gli artigiani orafi della provincia, selezionati con avvisi pubblici e attraverso il proficuo rapporto con i consorzi e le associazioni di categoria", ha spiegato l'assessore Martano. Dopo i successi negli Stati Uniti, a Tokyo e a Pechino, il progetto (finanziato con fondi dell'Unione Europea) è dunque sbarcato a Madrid per partecipare a Iberjoyas e presentarsi, in una cornice esclusiva, alla serata di gala in Ambasciata grazie all'interesse e alla disponibilità dell'ambasciatore Pasquale Terracciano.



Da sinistra, il segretario della Camera di commercio italiana di Madrid, Giovanni Aricò; il ministro Giorgio Marrapodi; il presidente della Camera, Marco Silvio Pizzi e il direttore dell'Istituto italiano di cultura di Madrid, Giuseppe di Lella



All'evento hanno preso parte anche il sottosegretario agli Esteri Vincenzo Scotti; l'Infante di Spagna Don Carlos di Borbone Due Sicilie, cugino del re Juan Carlos, accompagnato dalla consorte, la principessa Anne d'Orleans, e numerose personalità del mondo culturale, economico, politico. Tra queste, il presidente e il segretario generale della Camera di commercio italiana di Madrid, Marco Silvio Pizzi e Giovanni Aricò; il direttore dell'Istituto italiano di cultura di Madrid, Giuseppe Di Lella; il console Giorgio Biscari; gli amministratori delegati di Gestevisión Telecinco e di Publespaña, Paolo Vasile e Giuseppe Tringali; Santiago Ybarra di Vocento; la marchesa Orietta Spinola Gelardin e la duchessa Pilar De Fernandina; l'imprenditore Learco Cossarini, presidente di N&W Global Vending; Rafael Anson presidente dell'Accademia spagnola di gastronomia e moltissimi altri.

Negli splendidi saloni di rappresentanza del palazzo di Am-

boage, sede del nostro capo missione in Spagna, i quasi 300 invitati hanno ammirato sontuose parures di coralli, squisite incisioni di cammei su conchiglia, braccialetti d'oro e pietre dure e altri preziosi di rara bellezza.

Sotto i riflettori c'erano loro, "l'oro rosso", così come viene chiamato il corallo magistralmente lavorato a Torre del Greco (furono proprio le regine borboniche a dare dignità a questo materiale, scegliendolo per i propri gioielli) e altri monili che si rifanno alla grande tradizione di Borgo Orefici, l'antico quartiere nel centro di Napoli dove sotto la dominazione Angioina presero vita una serie di botteghe artigiane orafe, specializzate nella produzioni di gioielli artigianali e nella lavorazione dell'argento. In breve, Borgo Orefici divenne il luogo rappresentativo della produzione orafa locale, oltre a costituire un volano per le arti e l'artigianato di qualità dell'intera città.

Come già abbiamo ricordato, i gioielli in mostra per una sera all'Ambasciata di Madrid (e quelli esposti a Iberjoyas) si rifanno alle creazioni preferite delle sette principesse europee, provenienti da diversi Stati, diventate regine di Napoli tra il 1734 e il 1861. Dai sontuosi monili di Maria Amalia di Sassonia Walpurga e di Maria Carolina di Asburgo Lorena alle candide perle di Maria Sofia, passando per i sfavillanti diademi, le collane, i pendenti di Carolina Bonaparte; dalle romantiche creazioni preferite da Isabella Infanta di Spagna ai gioielli dal gusto revival di Maria Cristina di Savoia o a quelli gotici e neorinascimentali di Maria Teresa Isabella d'Austria.

Considerato il forte impatto che i manufatti hanno avuto anche sul pubblico madrileño, era inevitabile chiedersi quando e dove saranno in vendita queste creazioni. "Si tratta di prototipi e non costituiscono linee commerciali – ha tenuto a precisare l'assessore Giovanna Martano. Sono il risultato di un grande lavoro di ricerca storica su usi e costumi delle regine sul trono di Napoli nel periodo borbonico. Rappresentano prodotti di nicchia, per un target esclusivo e vogliamo che siano i singoli artigiani orafi ad essere contattati direttamente dai clienti".

Con l'evento in Ambasciata e grazie alla presenza a Iberjoyas, le creazioni in oro, corallo e cammeo delle nuove linee di gioielli artigianali hanno così acquistato grande visibilità e interesse anche per il mercato spagnolo. Nello stesso tempo, l'iniziativa culturale (dall'invitabile e importante risvolto commerciale) è servita a rilanciare l'immagine di un



Lo stand a Iberjoya



territorio, quello di Napoli e della Campania, pesantemente finito al centro dell'attenzione per le note vicende politiche e ambientali. "A Madrid e alla Spagna possiamo dire che i problemi li abbiano superati e siamo pronti a dare il meglio di noi", ha tenuto a precisare l'assessore Martano, ricordando che mare, cultura ed enogastronomia restano le tre filiere turistiche di eccellenza di Napoli, dell'area flegrea e di quella vesuviana.

# “Ottimizzando le risorse stiamo dando agli italiani un servizio migliore”



Ecco come sta funzionando la nuova Cancelleria consolare dell'Ambasciata



Giorgio Biscari

## Console Biscari, cosa è cambiato in concreto dopo la trasformazione del consolato in Cancelleria dell'Ambasciata?

“La chiusura del Consolato generale è stata per noi una notevole sfida: abbiamo dovuto riorganizzare l'ufficio in un modo completamente diverso e tutto senza fermarci, riuscendo a sospendere l'apertura al pubblico per un solo giorno e solo per alcuni servizi, così da adeguare i programmi informatici. La nostra maggior soddisfazione è poter sostenere che, a due mesi dalla trasformazione, il cittadino non ha notato un grosso cambiamento: significa che, organizzandoci, siamo riusciti a non far pesare i cambiamenti sugli altri. Adesso stiamo procedendo alla trasformazione della pagina web, ma in modo più cauto perché ci teniamo molto a preservare la funzionalità del nostro 'sportello virtuale'.

**La scorsa estate l'ambasciatore Terracciano aveva parlato di cinque persone**

## destinate a gestire i servizi consolari. Sono state possibili questi spostamenti e le nuove assunzioni?

“Sì, alcuni dei cambiamenti annunciati dall'ambasciatore sono già avvenuti, altri sono in corso: tre nuove persone sono già operative e nei prossimi giorni si dovrebbe assumere una nuova impiegata che arriva da Roma. Grazie a questi rinforzi e ad una profonda riorganizzazione interna si è potuto potenziare i servizi: in concreto, da qualche settimana è operativa una terza postazione per il rilascio dei passaporti (fino ad ora ne avevamo solo due), il che dovrebbe permetterci di accorciare i tempi di gestione delle pratiche”.

## Com'è la situazione dei consolati onorari? C'è chi si lamenta di non avere nemmeno i timbri a disposizione.

“Bè, quella della mancanza di timbri mi sembra eccessiva, mi sembra tanto una battuta... Certo, i consoli onorari non hanno molte risorse: non dimentichiamo che sono persone che decidono di mettersi a disposizione degli altri senza ricevere un compenso. Anzi, gli uffici e il personale che mettono a disposizione della collettività sono pagati personalmente da loro. Quindi non possiamo aspettarci che siano degli uffici pienamente operativi. Comunque, in caso di problemi o di gravi urgenze, il cittadino si può sempre rivolgere a Madrid e a Barcellona, e grazie alla pagina web ed al servizio postale per molte operazioni non è più necessario recarsi ad uno sportello. Inoltre, posso annunciare che nel corso dell'anno speriamo di poter riaprire uno o due uffici consolari onorari in Galizia, dove risiedono circa 3.700 italiani”.

## Ci sono buone notizie per chi vuole farsi la Carta d'Identità senza dover andare in Italia?

“Sì: da alcuni mesi a Madrid rilasciamo le Carte d'Identità e abbiamo risolto anche il problema legato all'obbligo, per legge, di riconoscere formalmente

la persona quando si consegna la Carta d'Identità: da febbraio, infatti, non è più necessario sobbarcarsi un viaggio a Madrid per avere il proprio documento ma è possibile ritirarlo presso i consolati e vice consolati onorari. Questo, grazie anche all'Ufficio Carte d'Identità presso la Cancelleria consolare, raggiungibile anche per email all'indirizzo: [cic.madrid@esteri.it](mailto:cic.madrid@esteri.it).

## Malgrado le preoccupazioni, la ristrutturazione della rete diplomatica-consolare può avere degli effetti positivi?

“Credo che sia nostro obbligo fare di tutto per centrare l'obiettivo del legislatore di ottimizzare le risorse, dando comunque un miglior servizio al cittadino. Queste sono state le istruzioni dell'ambasciatore e proprio questo abbiamo fatto, potenziando il servizio dei passaporti e delle carte d'identità che sono due dei settori percepiti dai nostri cittadini come maggiormente necessari. Ma c'è dell'altro: grazie alle sinergie finanziarie derivate dall'assorbimento dell'ex consolato generale da parte dell'Ambasciata, abbiamo migliorato le strutture di accoglienza del pubblico potenziando il servizio notarile e l'ufficio cittadinanza, ed è abbastanza avanzato il progetto di apertura di un call center per migliorare l'accesso al servizio telefonico”.

## Qualche raccomandazione per i nostri lettori?

“A rischio di ripetermi, raccomanderei una cosa: rimanete in contatto con noi. Scriveteci, usate lo 'sportello virtuale della pagina web, mantenete aggiornati i vostri dati anagrafici e quelli della vostra famiglia: è un obbligo, ma soprattutto è un vantaggio per voi. Un servizio consolare ad un utente che ha le sue 'carte' in regola può essere dato in pochi minuti, mentre mettere a posto una situazione errata può comportare mesi di attesa, arrabbiature, frustrazioni e proteste. Per dirla con uno slogan: aiutatevi a servirvi meglio”.



## Un team “plus ultra”



di Gianluca Manfredelli\*

Al Component command di Retamares, costituito nel 2004, lavorano 34 nostri militari tra ufficiali e sottufficiali e tre impiegate. Le diverse responsabilità, le esercitazioni multinazionali, l'addestramento e la professionalità ma anche il forte affiatamento che contraddistingue questo gruppo di connazionali

Il contributo militare italiano all'impegno multinazionale abbraccia, come è noto, molteplici ambiti: oltre alle zone d'operazione in cui le nostre Forze Armate sono costantemente impiegate, esistono numerosi organismi internazionali in cui la presenza italiana è autorevolmente rappresentata.

Tra questi, particolare rilievo rivestono i Comandi che la Nato ha dislocato in Europa ed oltre Atlantico. A Madrid, (più precisamente, a Retamares, una manciata di chilometri dalla capitale), è situato il Component command Land Madrid (Cc-Land Madrid), uno tra i Quartier generali più importanti dell'Alleanza.

Quale componente terrestre (Land) di uno dei due Comandi operativi della Nato, la struttura è responsabile dell'approntamento delle dipendenti unità destinate all'impiego e, compito non meno delicato, è deputata a facilitare l'integrazione delle Forze armate dei nuovi Paesi

membri in seno all'Alleanza. Attribuzioni di tutto rilievo, destinate ad accrescersi nell'immediato futuro in termini di capacità operative e di raggio d'azione.

Il ruolo di primo piano di questo Component command nel contesto Atlantico è, tra l'altro, testimoniato dal rilevante numero dei Paesi che ne fanno parte: Spagna, USA, Portogallo, Grecia, Turchia, Slovenia, Germania, Danimarca, Olanda, Bulgaria, Romania, Polonia, Ungheria, Norvegia e, naturalmente, Italia. In tutto, ben quindici degli attuali 26 membri della Nato.

### “Italians”

“In questa famiglia cosmopolita, la componente italiana è tra le più attive”, spiega il generale Giovanni Savarese, bersagliere, salernitano di Cava dei Tirreni, una vita di missioni all'estero e ora sottocapo di Stato Maggiore per le Operazioni e “senior” della comunità. “Sono 34 i militari, tra ufficiali e sottufficiali della più varia prove-

nienza, che svolgono quotidianamente il proprio lavoro nei campi più disparati: dalla pianificazione operativa ed addestrativa a quella logistica, dalla gestione del personale alla cooperazione con gli organismi civili, dal cerimoniale alla gestione delle infrastrutture, al budgeting, alle trasmissioni, alla pubblica informazione. Il

tutto – aggiunge il generale – in perfetta integrazione con le altre rappresentanze”. Parlando di integrazione, le numerose attività addestrative congiunte ne sono un esempio più che eloquente: dalla costituzione del Cc Land Madrid, nel 2004, le esercitazioni multinazionali sono all'ordine del giorno. “Siamo ormai abituati ad ad-



Il generale Giovanni Savarese, bersagliere, salernitano, una vita passata in missioni all'estero. Accanto al titolo, foto di gruppo per la componente italiana del Comando Nato di Madrid, sul cui emblema campeggia il motto “Plus ultra”

destrarci fianco a fianco con Paesi alleati e partners" illustra il colonnello di cavalleria Lucio Rossi Beresca, triestino 'doc', responsabile dell'intera attività di 'training' del Comando "e possiamo ben dire che il confronto ci arricchisce: analizzare un determinato problema sotto punti di vista differenti, talvolta opposti, spesso porta a soluzioni originali ed inaspettate e, quindi, a migliorare".

### La missione in Afghanistan

Ma non è solo in guarnigione che i 34 italiani approfondono le loro energie: molti di loro, infatti, hanno partecipato alla missione Isaf XI (International Security and Assistance Force) in Afghanistan, in cui il CC Land Madrid ha fornito la componente essenziale del Quartier Generale Nato a Kabul. "È stata un'esperienza unica, entusiasmante" racconta il colonnello Angelo Morcella, marchigiano di Fano, capo Divisione cooperazione civile militare in sede e titolare di analogo incarico a Kabul. "Abbiamo lavorato bene integrandoci perfettamente con gli Alleati e riscuotendo l'unanime apprezzamento del Comando, della popolazione locale e delle organizzazioni, governative e non, con cui abbiamo operato".

In sintesi, i nostri 34, tutti provvisti di adeguato background per l'incarico assegnato (vedi box nella pagina accanto) nel contesto multinazionale si sentono "a casa". Se questo avviene, è anche grazie a quello che viene chiamato "Elemento di supporto nazionale", nucleo espressamente deputato all'assistenza alla comunità italiana nella vita di tutti i giorni. "Assistiamo i nostri connazionali a tutto campo: amministrativo, fiscale, personale, sanitario. Non solo: siamo il punto di riferimento per i nuovi assegnati, che contattiamo in anticipo, già dall'Italia, affinché una volta qui possano partire con il piede giusto" afferma il mag-

giore Lorenzo Morgarella, foggiano, da cinque mesi a Madrid quale responsabile del nucleo.

### Non solo in uniforme

La vita presso il Comando Nato di Madrid non si esaurisce certo con le attività di servizio: tutt'altro. I 450 effettivi costituiscono una vera e propria famiglia cosmopolita che, come ogni comunità che si rispetti, ricerca occasioni d'incontro anche "fuori orario". A Retamares si organizzano infatti, con cadenza periodica, eventi sociali della più varia natura (escursioni, incontri conviviali, competizioni, attività benefiche, eventi celebrativi) allo scopo di rinsaldare i legami tra il personale in servizio e di estenderli agli interi nuclei familiari, in un'atmosfera di generale benessere.

E di benessere (anzi, di *morale & welfare*, come viene chiamato in ambito Nato: un'assistenza costante, che abbraccia anche le famiglie, soprattutto quando il personale è impiegato fuori sede) si occupa il primo maresciallo Giorgio Spagnoli, "decano" dei sottufficiali in servizio a Madrid. Napoletano di Piazza Carlo III, in Spagna da un anno e mezzo, ci spiega con orgoglio che "Far parte di un ambiente multinazionale è un'occasione straordinaria per crescere professionalmente ed umanamente: il rapportarsi a persone di lingua e cultura diversa - puntualizza - aiuta ad arricchire noi stessi e, conseguentemente, l'istituzione che rappresentiamo".

### In buona compagnia

Una nota particolare merita la componente "rosa" del personale italiano: oltre ai 34 tra ufficiali e sottufficiali, la presenza italiana è infatti arricchita da tre impiegate civili che, a differenza del personale militare assegnato per un determinato periodo di tempo, sono in forza alla Nato permanentemente. Tiziana Floridia ed Ida Pavesi, la prima veronese, la secon-



Qui a sinistra, il colonnello Lucio Rossi Beresca, triestino, responsabile dell'intera attività di 'training' del Comando Sopra, il colonnello Angelo Morcella, marchigiano di Fano, capo Divisione cooperazione civile militare, al suo rientro dalla missione Isaf XI in Afghanistan (foto in basso, un'altra immagine dei militari al ritorno da Kabul)



Il maggiore Lorenzo Morgarella (a destra) con alcuni collaboratori. A Madrid da cinque mesi, Morgarella è responsabile del nucleo "Elemento di supporto nazionale" per l'assistenza alla comunità italiana nella vita di tutti i giorni



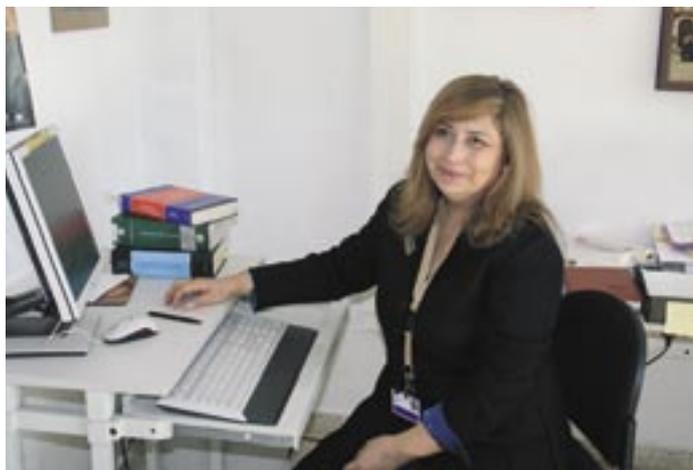
L'ingresso del Cc-Land Madrid a Retamares. Sotto, la consulente legale Ida Pavesi, una delle tre impiegate civili e il maresciallo Giorgio Spagnoli, "decano" dei sottufficiali in servizio a Madrid che si occupa di morale & welfare



## Ora Barcellona è più vicina alla Sardegna

A partire dal mese di marzo, Grimaldi Lines lancia la nuova linea low-cost che collegherà Barcellona con Porto Torres, sulla costa nord della Sardegna. In questo modo sarà possibile muoversi con la propria auto sul tutta l'isola, scoprendone le molteplici bellezze e senza limitarsi alla sola Costa Smeralda. La partenza da Barcellona è prevista alle 22 e 15 e la durata della traversata è di 12 ore sui due ferries più grandi del Mediterraneo, il Cruise Roma e il Cruise Barcelona che offrono alloggi confortevoli, centro di bellezza, sauna, discoteca e casinò per meglio trascorrere il tempo. Da Porto Torres il rientro è alle 6 e 30 con arrivo a Barcellona 12 ore più tardi.

Fino al prossimo giugno i collegamenti si effettueranno tre volte la settimana, per raddoppiare durante i mesi di luglio e agosto. I cruise ferries di Grimaldi Lines collegano giornalmente Barcellona con Civitavecchia e dal primo gennaio di quest'anno la joint venture Grimaldi Suardiaz unisce tre volte la settimana la capitale catalana con Livorno.



da mantovana, provengono dall'ex Comando di Verona e sono "approdate" a Madrid con la chiusura della sede scaligera. "Ho sempre desiderato lavorare in un ambiente internazionale – ci dice Ida, consulente legale – e la Nato rappresenta per me il massimo compimento di questa mia aspirazione. Tra l'altro, sono lieta di lavorare in Spagna che considero estremamente vicina all'Italia sotto l'aspetto sociale e culturale". Patricia Halfhide, na-

poletana verace nonostante nome e cognome, è a tutti gli effetti una vera e propria "figlia d'arte": il padre, già colonnello della Royal Army, è stato interprete presso il Comando Nato di Napoli, ove lei stessa ha prestato servizio. "La Nato mi scorre nel sangue – dice a buon diritto Patricia – e rappresenta una grande esperienza di vita; a maggior ragione ora che, con l'apertura ed Est, ho anche la possibilità di conoscere gente e abitudini di luoghi

una volta 'proibiti'".

### Un team collaudato

La "famiglia" italiana di Retamares sembra, in definitiva, essere molto ben assortita e soprattutto affiatata. "Da buon bersagliere, ho sempre cercato di 'contagiare' chi mi sta vicino infondendogli l'entusiasmo nel fare le cose presto, bene e, possibilmente, con il sorriso sulle labbra", chiosa il generale Savarese. E, a quanto pare, i risultati sono andati oltre le aspettative: quello italiano, oltre ad essere un team collaudato è soprattutto ben inserito nel contesto multinazionale: "Riceviamo costantemente attestazioni di stima da parte di colleghi stranieri, per come una determinata attività è stata condotta o per come un compito è stato eseguito", continua il generale. "E questo è per noi uno stimolo ad andare oltre". Sarà una coincidenza: sulla bandiera spagnola, come nell'emblema del Comando, campeggia il motto "Plus ultra". Oltre, appunto.

\* addetto alla Pubblica Informazione del Comando Nato di Madrid

### La selezione del personale

Ogni Paese membro della Nato ha una precisa "quota" di posizioni assegnate all'interno dei vari Comandi dell'Alleanza. In tali posizioni il personale viene avvicinato tramite una periodica selezione effettuata in base a criteri oggettivi ed inderogabili. Primo fra tutti, quello della lingua straniera, che deve essere accertata con adeguati esami tenuti presso la scuola Lingue estere dell'esercito. Non meno importante, la "job description", ossia il complesso delle pregresse esperienze professionali che rendono il militare idoneo all'impiego specifico.

La sussistenza delle qualifiche linguistiche e professionali è sempre subordinata a quella dei requisiti sanitari, imprescindibili per un prolungato impiego all'estero. La selezione si attua quindi in base ai titoli ed è relativa alle sedi (e quindi, alle posizioni) disponibili. Le candidature non possono essere avanzate per una sede determinata, bensì per il generico impiego all'estero: saranno le qualifiche a far decidere per una sede anziché per un'altra, dove la permanenza è generalmente di tre anni.



# “La cosa certa è che quest

Vittorio Colussi, amministratore delegato di Fibanc-Mediolanum, tra  
nei mercati che nell'economia reale”. E come banca specializzata  
momento giusto per investire a prezzi molto convenienti il denaro c

**Dottor Colussi, i risparmiatori ricevono da mesi notizie molto negative; cosa può dire loro, come amministratore delegato di una banca specializzata nella gestione del risparmio delle famiglie?**

In primo luogo voglio precisare una verità in-negabile, che però vedo raramente riflessa nei mezzi di comunicazione o nelle conversazioni della gente: che questa crisi, come tutte, finirà. Finirà, così come sono finite tutte le crisi. Quello che non sappiamo è quando, anche se sembra che vi sia consenso nel collocare la fine della crisi tra la seconda metà dell'anno in corso – secondo i più ottimisti – e la fine del 2010 – secondo i più pessimisti. La cosa certa è che recupereremo il processo di crescita, sia nei mercati che nell'economia reale. Prima si verificherà un recupero dei mercati finanziari e poi si recupererà l'economia reale; e avverrà in quest'ordine perché i mercati finanziari anticipano sempre ciò che accadrà, successivamente, nell'economia reale.

**E allora cosa deve fare il risparmiatore?**

Approfittare dell'opportunità che questo momento offre a chi vuole risparmiare a lungo termine. Approfittare della certezza che questa crisi finirà per aumentare o iniziare a costruire il risparmio a lungo termine. Sappiamo che, storicamente, la Borsa a lungo termine è sempre in crescita, sebbene nel tempo si verifichino determinati cali. Pertanto questo è un momento di opportunità per investire a prezzi molto convenienti il denaro che si vuole risparmiare per gli anni futuri o per la pensione, ma sempre attraverso fondi e mediante una diversificazione globale.

**Non è meglio mettere il denaro in un deposito ed aspettare che passi la tempesta?**

Sì, se l'orizzonte temporale è di breve termine. Se l'obiettivo è investire a lungo termine, assoluta-



Vittorio Colussi

mente no. È un errore decidere dove investire in funzione del momento del mercato. Quello che bisogna fare è decidere dove investire in funzio-

# La crisi finirà”



La sede di Fiban-Mediolanum a Barcellona

tranquillizza i risparmiatori: “Recupereremo il processo di crescita, sia nella gestione del risparmio delle famiglie consiglia: “Questo è il attraverso fondi e mediante una diversificazione globale”

ne delle proprie necessità. Immagini di essere un risparmiatore che voglia iniziare ad investire ora denaro di cui non ha bisogno, se non tra 10, 15 o 20 anni. Se lo investisse in un deposito, si verifiche- rebbero due cose: da una parte, in questo lasso di tempo, l'inflazione determinerebbe un rendi- mento irrilevante o perfino nullo. Dall'altra par- te, perderebbe l'opportunità di investire a buon prezzo nell'attivo che si è sempre dimostrato più redditizio a lungo termine: il rendimento variabile. È molto importante che i risparmiatori pianifichi- no i loro investimenti in funzione delle proprie esi- genze e sempre con la consulenza di un profes- sionista. Noi spieghiamo ai nostri clienti che nei depositi e nei conti correnti bisogna investire la liquidità, il denaro per il breve termine. Invece, il denaro per il lungo termine, consigliamo di inve- stirlo in Borsa, sempre diversificando globalmente e attraverso fondi di investimento.

**Scusi, ma ho l'impressione che questo non sia il mes- saggio che danno tutte le entità bancarie, vero?**

È vero, ma pensi che in questo momento le en- tità bancarie sono interessate ad aumentare la liquidità ottenendo depositi e conti correnti. Inol- tre, per poter dire ora ad un cliente che è di fronte ad una buona opportunità per investire, bisogna essere molto convinti, avere una strategia molto chiara e disporre di una rete di professionisti mol-

to ben formati. Noi soddisfiamo questi requisiti e per questo ci stiamo impegnando molto affinché tutti i nostri clienti approfittino del momento che stiamo vivendo.

**Come ci riuscite?**

In primo luogo perché, nella nostra banca, ogni cliente ha il proprio Consulente Finanziario Per- sonale, un professionista di fiducia che conosce le sue esigenze, che gli dà consigli e lo aiuta a prendere decisioni di investimento. In secondo luogo, perché sappiamo che i risultati di un inves- timento non dipendono dal prodotto in cui si in- veste, bensì dal comportamento dell'investitore. Non si tratta tanto di scegliere questo o quel fondo, quanto di definire chiaramente i termini di investimento adatti alle necessità del cliente e rispettarli; evitando così che i clienti si lascino trasportare dalle emozioni e agiscano contro i propri interessi, ad esempio, comprando se il mer- cato è in rialzo e vendendo se è in ribasso, che è in realtà è l'errore più ricorrente.

Infine, perché siamo sempre coerenti rispetto alla nostra strategia di investimento del risparmio, che denominiamo delle 5 D: le 5 diversificazioni che bisogna sempre rispettare: termini temporali di in- vestimento, titoli, geografica e settoriale, poten- ziale di crescita e tipologia dei prodotti.

**E come possono contattarvi i risparmiatori interes- sati ad approfittare dell'opportunità che Lei ha pre- sentato in maniera così chiara?**

È molto semplice, possono chiamare il nostro Call Centre al 902 15 25 95 o accedere al nostro sito: [www.fibancmediolanum.es](http://www.fibancmediolanum.es) in cui potranno inol- tre conoscere meglio la nostra entità. In entrambi i casi raccoglieremo i loro dati, in modo che uno dei nostri consulenti si metta in contatto con loro.

# Manager nei campi

La testimonianza di Adriana Bucco, nuova responsabile nazionale delle imprenditrici agricole della Coldiretti



L'Italia è leader in Europa per il numero di donne manager nel lavoro dei campi: nel nostro Paese, infatti, un'impresa agricola su tre è guidata da una donna. Nel 2008 le donne in agricoltura sono risultate pari a 267mila e rappresentano circa un terzo del totale delle 950mila imprese agricole nazionali iscritte alle Camere di commercio.

Il rapporto, presentato dalla Coldiretti sottolinea l'alta percentuale delle manager "in rosa" nel settore del lavoro dei campi. Sul totale di 1,2 milioni di donne imprenditrici - si legge infatti - ben il 32,5% si trova nel commercio, il 21% è in agricoltura e solo l'11% nelle attività manifatturiere mentre seguono attività immobiliari, servizi pubblici, alberghi e ristorazione.

Le donne si appassionano in particolare alle attività più innovative e multifunzionali, per esempio dando vita ad associazioni per valorizzare prodotti tipici nazionali come vino e olio. Dal punto di vista gestionale, si rafforza la presenza femminile negli agriturismo (33%) con il 42% nelle regioni del Sud, il 39% al Centro, il 35% nelle isole e il 26% al Nord. Nascono, inoltre, su tutto il territorio nazionale nuove iniziative imprenditoriali delle donne come fattorie didattiche e gli agrisilo a sostegno delle esigenze familiari, sempre crescenti, di accoglienza per bambini e ragazzi.

Ad Adriana Bucco, 44 anni, nuova responsabile delle imprenditrici agricole della Coldiretti, vice presidente della Commissione femminile del Copa (Comitato organizzazioni professionali agricole dell'Ue) e titolare di una impresa agrituristica a indirizzo vitivinicolo e ortofrutticolo nel comune astigiano di Cellarengo, abbiamo chiesto di commentare il nuovo panorama imprenditoriale italiano.

**Un'impresa agricola su tre è guidata da una donna. Come mai secondo lei?**

"La presenza delle donne in agricoltura è sempre stata massiccia ma negli ultimi anni è aumentato il numero delle donne titolari dell'impresa agricola. Molte donne hanno rilevato

l'azienda di famiglia e alcune hanno fatto una scelta di vita, tornando in campagna. Ma in entrambi i casi le donne hanno dato un'impronta femminile: determinazione, tenacia e voglia di innovazione".

**Lei ha dichiarato: "Il mio impegno sarà rivolto a far considerare il modo di fare impresa delle donne come un valore aggiunto per l'agricoltura italiana". In che modo?**

"La donna ha cambiato il volto dell'impresa agricola. Ha saputo conciliare il ruolo di madre e di persona che spesso si occupa degli anziani in azienda, con il lavoro di imprenditrice. Ha inventato un nuovo modo di fare agricoltura aprendo le porte della propria casa, realizzando attività connesse come l'agriturismo, la fattoria didattica, la fattoria sociale, l'agrisilo. Le donne sono mediamente più scolarizzate, la maggior parte sono diplomate o laureate".

Le donne sono mediamente più scolarizzate, la maggior parte sono diplomate o laureate".

**Dopo il boom degli agriturismo negli anni passati, oggi quali sono i requisiti fondamentali per rendere economicamente valido e turisticamente appetibile un investimento in questo settore?**

"È necessaria la formazione rivolta all'ospitalità di qualità, alla conoscenza dell'offerta turistica del territorio circostante. Occorre conoscere bene il mercato e capire quali sono le esigenze della clientela; portare continuamente innovazione in azienda e mantenere alta la qualità. Occorre stare al passo con i tempi dotando l'azienda di computer, creare un sito per dare visibilità all'impresa e saper utilizzare le possibilità della rete".

**La vinoterapia, ovvero come fare diventare binomio importante ol-**

**tre che reddito vino e benessere, è una tendenza che si sta affermando nel panorama del turismo enogastronomico?**

"Certo, la vinoterapia si sta diffondendo in tutte quelle regioni vocate alla produzione di vini di qualità e si diffonde il concetto di beauty farm proprio realizzata in un'azienda agricola, luogo dove regna la tranquillità, dove è possibile ritrovare una dimensione umana, lontana dal rumore e dalla frenesia della nostra epoca".



Adriana Bucco

Un successo oltre le aspettative per il Salone del dolce artigianale

# I 30 anni del Sigep di Rimini



L'Italia quando al Sigep 2008 vinse la Coppa del mondo di gelateria e altre immagini del Salone

Lo scorso 21 gennaio ha chiuso i battenti alla fiera di Rimini la 30ª edizione del Sigep, il Salone internazionale della Gelateria, Pasticceria e Panificazione artigianali, evento leader mondiale del comparto. Il salone, a cui hanno partecipato 750 aziende, ha messo in mostra l'intera filiera del dolce artigianale in tutte le sue declinazioni produttive, creative e commerciali: macchinari, ingredienti, arredamento, accessori,

decorazioni, servizi, editoria e comunicazione. A dispetto della difficile congiuntura internazionale, l'edizione del trentennale ha registrato la presenza di ben 92.732 visitatori professionali (-2,8% rispetto al 2008), di cui 16.109 stranieri (+3,5% sul 2008).

La Camera di commercio italiana di Barcellona, promoter esclusivo del Sigep per la Spagna, ha organizzato e coordinato la partecipazione di espositori,

visitatori e buyer spagnoli al salone. Il salone riminese rappresenta infatti un'interessante opportunità per le imprese spagnole di aprirsi un mercato in Italia. A questo scopo, la Camera ha offerto ad ogni espositore la possibilità di gestire un'agenda di incontri con vari e selezionati operatori del settore.

Questo servizio, totalmente gratuito, è fornito in collaborazione con altre Camere di Commercio (Francoforte, Lyone, Casablanca, Bruxelles, tra le altre) e fa parte della cosiddetta Borsa di Cooperazione Internazionale, un'iniziativa grazie alla quale ad ogni buyer straniero viene offerta la possibilità di incontrare espositori italiani e stranieri. La Camera di Barcellona sta già raccogliendo le adesioni per la prossima edizione, che avrà luogo sempre a Rimini dal 23 al 27 gennaio 2010.

Per maggiori informazioni: [ferias@camaraitalia.com](mailto:ferias@camaraitalia.com)



Per la 23ª edizione in programma a Madrid dal 30 marzo al 2 aprile

## L'Italia protagonista al Salón de Gourmets

La Camera di Commercio e Industria Italiana per la Spagna di Madrid sta organizzando la partecipazione di circa 40 aziende italiane alla più prestigiosa fiera internazionale in Spagna nel settore dell'enogastronomia di Alta qualità (con oltre 75.000 presenze tra produttori, distributori, importatori, ristoratori, negozi specializzati, etc).

Il Salone del Gourmets rappresenta, dunque, una vetrina importante per promuovere e commercializzare nella penisola iberica i prodotti di eccellenza della ristorazione e dell'industria alimentare regionale italiana, che si caratterizzano per alta qualità a marchio riconosciuto e limitati volumi di produzione. Le imprese italiane esporranno i

propri prodotti in uno spazio esclusivo di circa 400 metri quadrati denominato "Area Italia" e considerato che proprio l'Italia sarà il Paese Ospite del Salone, l'attenzione mediatica verso il nostro padiglione sarà sicuramente notevole.

In particolare sarà presente una collettiva di imprese della Regione Sardegna, delle Province di Reggio Calabria, Bologna, Modena e Brescia, Parma e un'azienda toscana (specializzata in prodotti a base di tartufo). I prodotti italiani di nicchia verranno esposti anche nella vetrina "Nuovi Prodotti", messa a disposizione dagli organizzatori, e che sarà ubicata in una zona privilegiata della fiera.

Inoltre, nel settore dedicato ai "Talle-

res de los Sentidos" dove avranno luogo conferenze, degustazioni e seminari a cui potranno assistere sia il pubblico che gli operatori, verranno organizzate delle degustazioni commentate di formaggi e vini spagnoli e italiani, alla presenza di esperti e sommelier che guideranno i visitatori in un vero e proprio "viaggio del gusto".





Scoperta una potente organizzazione che trafficava banconote taroccate

# Falsari dall'Italia alla Spagna

A fine gennaio sono state arrestate 109 persone nei due Paesi. La zecca clandestina del Casertano, le stamperie in Campania e Calabria e canali di distribuzione ben oliati che portavano a Madrid, Barcellona ma anche in Francia, Germania e Lituania. Sequestrati un milione e 240 mila euro

di Nino Polito (da Milano)

Il 'topolino' Jerry viaggiava in aereo tra Madrid, Barcellona, Roma e Napoli. E al telefono parlava, parlava. Chiamava da utenze spagnole, usava un italiano essenziale e riconoscibile per l'accento africano, ma conosceva alla perfezione il lessico aziendale della "holding internazionale del falso" per cui lavorava: maglie, maglioni e magliette, campioni, pezzi, numero civico e profumi, per lui erano i vocaboli che denotavano banconote di piccolo, grande o massimo taglio, fino alle monetine da due euro. Made in Italy, interamente false.

Jerry ha 35 anni, passaporto ghanese, viveva a Madrid a metà strada tra il parque Sur e il parque del las Cruces. Per sfuggire a 'Tom', nelle sue conversazioni usava il codice cifrato della criminalità organizzata, cambiava schede telefoniche, usava la massima cautela. Si muoveva in fretta, i suoi viaggi in Italia erano una toccata e fuga: mai più di tre giorni, biglietto di andata e ritorno già prenotati prima di lasciare la Spagna. Questa volta, Tom ha avuto la meglio. Sono stati i carabinieri di Melito Porto Salvo, provincia di Reggio Calabria, assieme ai colleghi del Comando antifalsificazione monetaria di Roma a catturarlo. E grazie "alla preziosa collaborazione fornita dalle autorità spagnole che stavano indagando su un traffico di euro contraffatti provenienti dall'Italia", scrive il gip di Reggio Calabria che ha firmato le 109 ordinanze d'arresto eseguite a fine gennaio nei due Paesi, l'alias Jerry ha un nome: James Dabie.

## I centri di produzione

Dabie-Jerry era la testa di ponte tra un'organizzazione italiana estesa in undici nuclei criminali che operavano in

modo semi indipendente l'uno dall'altro. Tutti con lo stesso *core business*: producevano banconote e monete praticamente identiche agli euro originali, con centri di produzione di materiali metallici, una zecca clandestina (nel Casertano), stamperie (in Campania e Calabria), canali di distribuzione ben oliati. A tirare le fila della rete c'era, secondo l'accusa, Enrico Cante, 40 anni, originario di Mugnano di Napoli. Di lui, il giudice per le indagini preliminari che lo ha spedito in carcere scrive: "Oltre a essere il vertice dell'organizzazione distributiva dedicata allo smercio di banconote false, è anche il finanziatore delle stamperie clandestine, organizzando una produzione ciclica e non continuativa. Smaltite le scorte, si ricomincia a produrre". Jerry era il principale canale straniero dell'organizzazione, che aveva ramificazioni anche in Francia, Germania e Lituania. La banda di Cante, scrive ancora il giudice riprendendo la richiesta di arresto firmata dal procuratore Giuseppe Pignatone, "fa affluire verso l'estero (in particolare la Spagna) ingenti quantità di banconote false, creando gravi danni anche all'economia di questi Paesi "attraverso" stabili canali di smercio con personaggi stranieri tra i quali spicca la figura di Jerry".

Difficile quantificare la massa di denaro falsa movimentata dagli indagati. Di certo c'è che nel corso delle indagini sono state sequestrate banconote per un milione e 240 mila euro, e sono stati messi i sigilli a quattro laboratori clandestini. L'inchiesta è partita da Melito Porto Salvo nel 2005. I carabinieri indagavano su un traffico di droga quando si sono imbattuti in una delle stamperie. C'è voluto poco per capire che si stava pro-



Nel corso delle indagini sono state sequestrate banconote per un milione e 240 mila euro e sono stati messi i sigilli a quattro laboratori clandestini dove si stampavano biglietti e monete false

filando lo scenario di una rete di falsari ramificata in tutta Italia e all'estero. A confermare la tesi, un indagato scoperto in possesso di circa 100 mila euro falsi in provincia di Napoli.

## Intercettato a Madrid

Dabie fu arrestato una prima volta nel marzo del 2006. In quel periodo usava come base d'appoggio in Italia un appartamento a Castel Volturno. All'aeroporto di Capodichino lo avevano trovato con sei banconote false da 50 e 100 euro. La sua abitazione era stata perquisita, con nuovi riscontri. Tornato libero,



Gli agenti della Brigata di investigazione del Banco di Spagna (nella foto) almeno dal gennaio 2006 avevano avviato un'inchiesta sui canali italiani del falso, come risulta da una nota del ministero dell'Interno citata nell'ordinanza di arresto di Reggio



nel novembre 2006 era di nuovo al telefono da Madrid. Parlava con Salvatore Pacella, braccio destro di Cante, l'apice dell'organizzazione. La sua compagna, lavorando come 'agente' in Italia, doveva comprare da Pacella pezzi da 100 euro, oltre a due campioni da 50 euro da sottoporre a Jerry. L'appuntamento era davanti all'ufficio postale di Lago Patria, nel casertano. "Stamattina è venuto un cliente, gli ho dato tutto, non ho più niente, solo domani posso trovarti qualcosa", fa sapere Pacella a Daibe, che si trova nel suo appartamento di calle Besolla a Madrid, intercettato al telefono. Ci vorranno nove telefonate prima della conclusione dell'affare. I pezzi passeranno poi dalle mani della compagna di Jerry a quelle di due corrieri diretti in Spagna.

Nel maggio del 2007 Jerry torna in pista in prima persona. Viene identificato all'aeroporto di Fiumicino, dopo un servizio di pedinamento. I militari gli stavano alle calcagna per risalire passo a passo la rete dello smercio di banconote. Il suo contatto è ancora Salvatore Pacella. Lo scambio avviene, Jerry si incontra poi con un senegalese, Joseph Akwan, cui passa la fascetta di euro taroccati. Akwan, uno dei suoi corrieri, il giorno successivo si imbarca su un aereo per Barcellona, dove viene arrestato. Una trappola messa a segno dagli 007 della

Brigata di investigazione del Banco di Spagna, che almeno dal gennaio 2006 avevano avviato un'inchiesta sui canali italiani del falso, come risulta da una nota del ministero dell'Interno citata nell'ordinanza di arresto di Reggio. Ed è dall'inchiesta spagnola che potrebbero arrivare, nei prossimi mesi, i nuovi sviluppi investigativi anche in terra iberica.

#### La camorra ramificata

Intanto, da altre indagini della Direzione distrettuale antimafia di Napoli, emerge come la presenza della camorra in Spagna sia sempre più radicata. "Qui viviamo in un Paese tranquillo" dice Salvatore Zazo, accusato di essere il capo di un gruppo di trafficanti, ai suoi scagnozzi in partenza per Barcellona da Napoli. "Qui si sta calmi, non si fanno tarantelle. Ci

dobbiamo incontrare, divertire, fare le cose senza ansie, tutte le cose con sistemazione". Secondo gli inquirenti, che lo hanno bloccato poche settimane fa, è un messaggio che testimonia la volontà di alcuni gruppi camorristici di piantare radici nel Paese, di consolidare la propria presenza. In Spagna non è solo la 'ndrangheta a reinvestire in attività lecite come l'immobiliare o la ristorazione i proventi della droga (vedi *Infoitaliaspagna* del numero di aprile-maggio '08). Anche la camorra, da Barcellona alla Costa del Sol, ha fatto della penisola una delle basi del settore riciclaggio e investimenti. Nonostante l'arresto di cinque boss italiani in pochi mesi in terra Iberica, in epoca di difficoltà economica le nostre mafie globali sembrano non conoscere crisi.



Sono stati i carabinieri di Melito Porto Salvo, cittadina in provincia di Reggio Calabria (nella foto), assieme ai colleghi del Comando antifalsificazione monetaria di Roma a catturare James Dabie, testa di ponte dell'organizzazione che si muoveva tra Madrid, Barcellona, Roma e Napoli

Sempre più bambini usano Internet

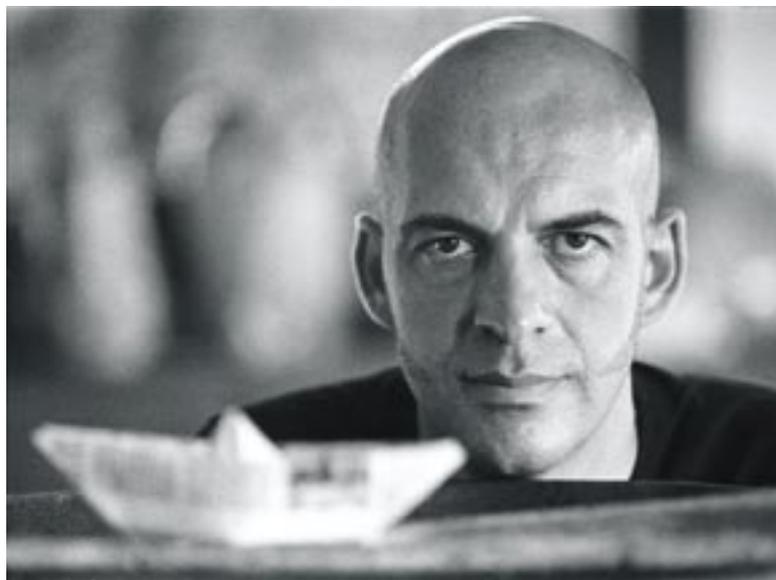


## Per una maggiore sicurezza in Rete



Nei giorni scorsi si è celebrata la sesta edizione del "Safer Internet Day", la giornata mondiale per la promozione della sicurezza in Rete. Ovvero come i giovani possono proteggere se stessi e i propri dati mentre si naviga, come evitare molestie da altri internauti ma anche come divenire cittadini telematici attivi. In Italia, l'ultimo rapporto di Telefono Arcobaleno, l'organizzazione che da anni lotta contro lo sfruttamento sessuale infantile, contiene numeri impressionanti sul mercato della pedofilia online: 36 mila bambini "scambiati" in Internet 20 miliardi di volte negli ultimi 13 anni. Il 42% ha meno di 7 anni e il 77% meno di 9 anni. L'ultima ricerca di Eurispes e Telefono Azzurro mostra come si inizi prestissimo a "connettersi": a sette anni i bambini sanno chattare in rete e già alle elementari 33 alunni su cento frequentano abitualmente Facebook, le communities e i blog. Garantire e tutelare la navigazione nella Rete richiede uno sforzo comune di tutti i Paesi e per l'occasione il Consiglio d'Europa ha anche lanciato una nuova edizione di "The Internet Literacy Handbook", manuale sull'uso di Internet che offre a insegnanti, genitori e studenti una guida per proteggersi dai rischi del web, con consigli mirati su come partecipare ai social network.

## Sarà Antonio Marras ad occuparsi dell'accoglienza dei "grandi" della politica mondiale



# Lo stilista sardo e il G8

Nel vertice di luglio sull'isola della Maddalena firmerà arredi e oggetti ricordo nel rispetto dello stile e delle radici isolane

Lo stilista Antonio Marras è stato scelto per interpretare lo spirito della Sardegna in occasione del prossimo appuntamento del G8, che si riunirà il prossimo luglio sull'isola della Maddalena. "Forse proprio per il mio attaccamento alle mie origini, alla terra e alla cultura della Sardegna, il direttore del dipartimento della Protezione civile, Guido Bertolaso, ha voluto chiedermi di creare uno stile di accoglienza per i capi di Stato che verranno forse per la prima volta in questa terra bellissima ed emozionante", ha spiegato Marras. Per ora nessun dettaglio specifico sul progetto, che però lo stilista ha già annunciato di volere centrare sulla "multisensorialità".

Nato e cresciuto ad Alghero, dove tuttora vive (diviso tra Parigi e Milano), Antonio Marras è diventato uno degli stilisti più apprezzati del mondo con una sua linea d'abbigliamento (presente anche in Spagna a Madrid e Girona) e rivestendo da qualche anno il ruolo di direttore creativo di Kenzo, una delle firme storiche della moda internazionale.

Sarà dunque questo sardo, classe 1961, ad occuparsi dell'ospitalità per l'appuntamento con il G8 creando, tra l'altro, l'appartamento e i doni da offrire a Barack Obama nel rispetto dello stile e delle radici isolane.

### Ancorato alla sua terra

In una recente intervista di Maria Luisa Frisa, per *At Casa*, lo stilista aveva dichiarato: "La necessità di rimanere ancorato alla mia terra è dettata dall'istinto, un bisogno primario, connesso



Lo studio milanese di Antonio Marras e una delle sue ultime creazioni. Accanto al titolo, lo stilista sardo

## L'arcipelago della Maddalena



Il Vertice G8 si svolgerà dall'8 al 10 luglio a La Maddalena, arcipelago della Sardegna conosciuto e apprezzato nel mondo per i suoi paesaggi di rara bellezza. Le sessanta isole che lo compongono – le più vaste e note sono Maddalena, Caprera, Santa Maria, Budelli, Razzoli, Spargi e Santo Stefano – fanno parte di un Parco Nazionale geomarino che si estende su una superficie complessiva, tra terra e mare, di 18.000 ettari e 180 chilometri di coste.

Ad eccezione dell'abitato di La Maddalena, del borgo di Stagnali a Caprera e di poche abitazioni a Santa Maria, l'arcipelago è in gran parte disabitato e ha conservato, anche in virtù di questa sua caratteristica, un ambiente naturale eccezionale. Per questo motivo, oltre ad essere meta privilegiata per gli amanti del mare e della vela, La Maddalena è anche un laboratorio frequentato da scienziati e naturalisti che giungono in questi luoghi da ogni parte del mondo per studiare specie animali e vegetali tipiche del Mediterraneo, ormai introvabili altrove.



Un suggestivo scorcio dell'arcipelago della Maddalena

alla mia stessa esistenza. Chi nasce in un'isola scopre subito la differenza tra la sua terra e l'altrove. Scopri il mondo a frammenti: prima la tua stanza, poi la tua casa, il tuo quartiere, la tua città, poi capisci che ci sono le province, le regioni, quindi che c'è un mondo intorno. Questo mondo intorno può essere infinito. Se nasci a Roma, pensi di essere al centro del mondo e rimani fermo. Se nasci in una città che si chiama Alghero, in un'isola che si chiama Sardegna, hai confini netti, ma intorno a te c'è il mare, che è come una grande strada che ti porta dappertutto. Una strada a doppio senso: andata e ritorno. A differenza dei miei amici, io sapevo che volevo andare, ma sa-

pevo anche che dovevo tornare, la mia casa era lì".

Il Circolo Marras di Milano, che racchiude l'ufficio stampa, lo show-room e tutti gli uffici operativi dello stilista di Alghero, è un'ex officina all'interno di un cortile, ristrutturata nel pieno rispetto delle passate funzioni e che si apre su un cortile cittadino con al centro un grande ulivo, come quelli che circondano la sua casa ad Alghero. Pavimentazioni esterne che riutilizzano legni delle ferrovie e piastrelle di pietra rubate a vecchi cortili milanesi, interni arredati con mobili vintage: Antonio Marras ama raccogliere memorie e oggetti e per cominciare un lavoro "ha sempre bisogno di una storia da raccontare".

### Costumi sardi e argentini

Come quella che caratterizza il rapporto con la moda, raccontato sempre ad *At Casa*: "C'è la storia di un mio zio emigrato in Argentina che lascia ai miei fratelli gli appartamenti e i negozi. A me solo il suo guardaroba. Ho creduto nel destino e ho cominciato a fantasticare sulla sua storia. Ho immaginato una donna che dalla Sardegna s'imbarca per l'Argentina. Durante il viaggio, fa molto freddo e il suo uomo le dà la sua giacca, le presta il suo cappotto, la copre. Quando arriva a destinazione è contagiata da quella cultura intensa e malinconica. Scopre altri mondi, una diversa libertà. Ho immaginato questa donna migrante che mescola i costumi sardi con quelli argentini. Diventa più provocante, sensuale, quasi sfacciata. L'immagine più forte di questa collezione intitolata "Il sogno di andar restando" (2000-01), e che ha segnato il mio cammino, rimane ancora oggi il cappotto di mio zio trasformato dalle passamanerie, dai decori e dal tempo".

Vedremo cosa Marras saprà recuperare dal passato e dalla sua terra per rendere unico il soggiorno dei grandi al G8 2009.

costa del sol costa del sol

## RISTORANTE PIZZERIA ITALIANO



C/DE LA CRUZ, 23 (FUENGIROLA)

### Especialidad en:

Pizzas, pastas y postres caseros  
Gran selección de vinos

Para reservas preguntar por:  
Lino o Nicola

Tel: 952 473 251

costa del sol costa del sol



### RISTORANTE ITALIANO - PIZZERIA

## "LUCULLO"

Aperto tutti i giorni escluso il martedì

Tel: 952 739 292 Móvil: 658 863 480



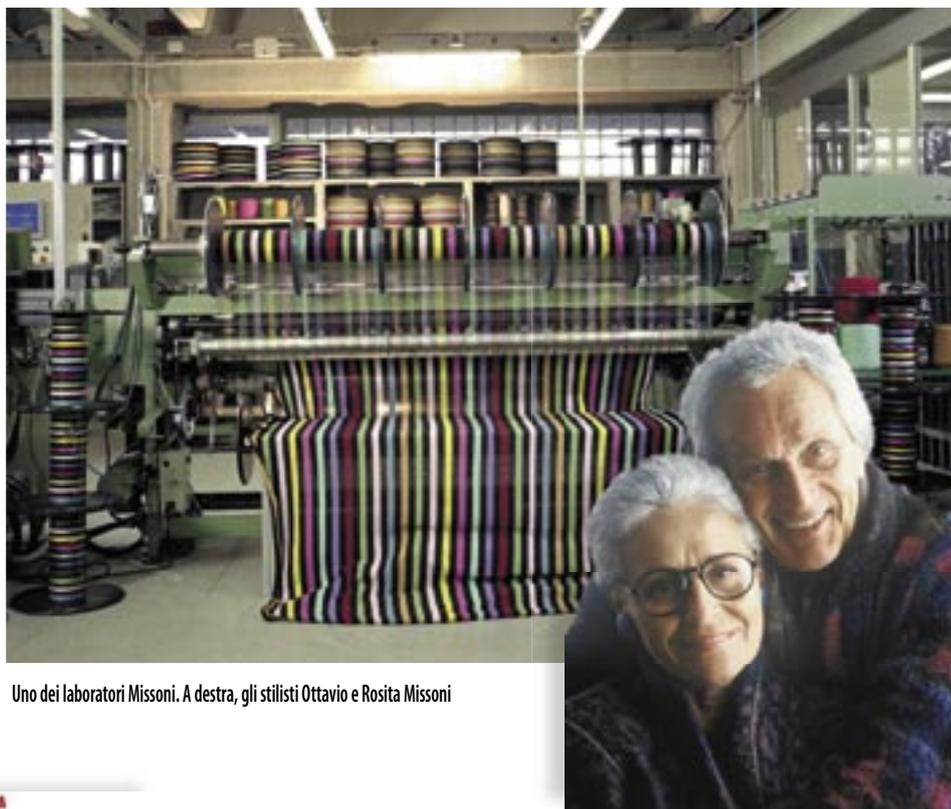
C/Remedios Tomás, loc.1 - Urb.Parque Verónica - Frente C.C. LA VERONICA - ANTEQUERA

All'Istituto italiano di cultura di Madrid fino al 5 aprile



# Tessuti e colori firmati **Missoni**

Una mostra multimediale presente anche al Museo del Traje e all'Istituto europeo del design



Uno dei laboratori Missoni. A destra, gli stilisti Ottavio e Rosita Missoni

## Prevenzione del tumore colo-rettale

### Visite gratuite a marzo

Anche quest'anno gli italiani potranno usufruire nel mese di marzo di visite gratuite, nell'ambito di una campagna di prevenzione del tumore del colon e del retto.

Il servizio di sensibilizzazione è possibile grazie alla disponibilità della dottoressa Stefania Parlatto, medico chirurgo presso l'ospedale del Sureste ad Arganda del Rey. Le visite verranno effettuate a Madrid, al Centro Medico Mesana, e possono essere prenotate al 911261680.

Secondo l'ultimo rapporto della *Sociedad Española de Oncología Médica*, presentato nei giorni scorsi, il tumore colo-rettale è quello che colpisce maggiormente uomini e donne in Spagna (38.000 nuovi caso l'anno), seguito dal tumore al seno e da quello al polmone. Per questa patologia molto aggressiva, solo 3 delle 17 comunità autonome dispongono di centri pilota di prevenzione. Nel 2006, per cancro colo-rettale morirono 98.046 persone, quando con una diagnosi precoce si possono ottenere le migliori cure.



Dal 5 febbraio al 5 aprile, una mostra multimediale curata da Luca Missoni esplora e narra con l'ausilio di suggestive soluzioni espositive l'esperienza creativa ed artistica di Missoni, dal 1953 uno dei più apprezzati protagonisti della moda e del design italian (nel 2003 l'azienda aveva celebrato i 50 anni di attività). Promosso dall'Istituto italiano di cultura di Madrid, il percorso si svolge in tre luoghi espositivi ciascuno dei quali affronta e sviluppa un tema in particolare. "La moda e la cultura del tessuto: un viaggio tra tradizione e ricerca" presso la sede dell'Istituto dove un allestimento permanente celebra la creatività di Ottavio e Rosita Missoni e la loro passione per i tessuti e il colore; "Le righe raccontano, dal gomito alle arti applicate" al Museo del Traje e "L'esperienza del colore: dalle astrazioni al design" presso l'Istituto europeo del design di Madrid.

Contenuti trasversali interagiscono tra di loro: abiti e disegni provenienti dall'Archivio Missoni; ambienti virtuali; documentari; videoarte; oggetti di arredo e filmati di danza contemporanea.

El arte del tejido en movimiento è la testimonianza di come tessuto e colore siano essenza e fine di un percorso di pensieri ed emozioni che fanno righe, diventano astrazioni, interpretare il design e tornare ad essere abiti, gomitioli, racconti.

In programma anche incontri, workshop, conferenze e dibattiti sui temi legati alla moda.

Istituto Italiano di Cultura: [www.iicmadrid.esteri.it](http://www.iicmadrid.esteri.it) Tel. 91 758 98 56

Museo del Traje: <http://museodeltraje.mcu.es> tel. 91 550 47 00

IED (Istituto Europeo di Design): [www.iedmadrid.com](http://www.iedmadrid.com) tel. 91 448 04 44

Presso l'Istituto italiano di cultura di Barcellona



# L'eredità di Edoardo Amaldi

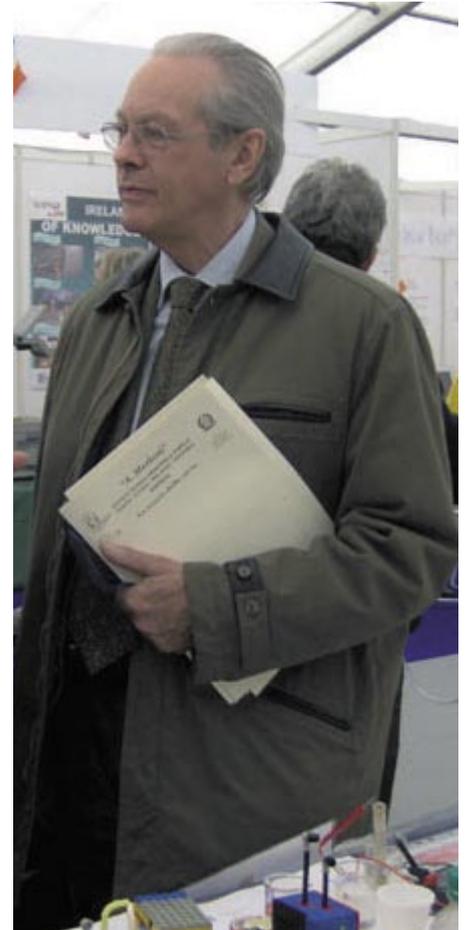
## Una conferenza sulle nuove frontiere di scienza e tecnologia



### Cambio al vertice

Doppio avvicendamento all'lic di Barcellona. Dallo scorso 15 settembre il nuovo vicedirettore è Salvatore Schirmo mentre da pochi giorni si è insediato anche il nuovo direttore, Fortunato Ceraso, che in precedenza era stato agli Istituti di cultura di Tel Aviv, Marsiglia e Città del Guatemala. Sul prossimo numero della rivista pubblicheremo un'intervista a Ceraso e conosceremo i progetti, gli obiettivi del nuovo direttore.

Nell'anno dedicato dall'Unesco alla scienza astronomica e in occasione delle celebrazioni del 2009 dello scienziato italiano Galileo Galilei, l'Istituto italiano di cultura di Barcellona, in collaborazione con il Consolato generale d'Italia, il Liceo scientifico statale Italiano "E. Amaldi" e la Casa degli Italiani, ha organizzato per il prossimo 3 marzo una giornata dedicata alla ricerca scientifica e tecnologica. In particolare modo, ricollegandosi alla ricorrenza del ventennale della scomparsa di Edoardo Amaldi, si è voluto porre una speciale attenzione alla fisica italiana, ricostruendo il percorso che porta dalla Scuola romana di via Panisperna ai giorni nostri, e a quella spagnola collocandole in un contesto europeo orientato alle recenti esperienze del Cern ed alle nuove frontiere. La giornata vedrà una serie di eventi che coinvolgono tutte le istituzioni e le realtà italiane di Barcellona, con la presenza del fisico Ugo Amaldi, figlio dell'illustre scienziato e di eminenti scienziati e cattedratici italiani e spagnoli. In serata sarà proiettato il film di Gianni Amelio "I ragazzi di via Panisperna", del 1988.



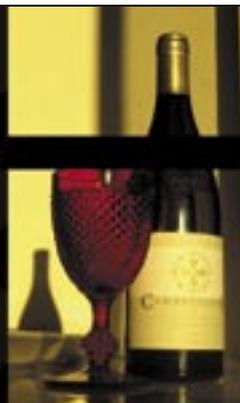
I ragazzi di via Panisperna (nella foto in alto) è il nome con cui è divenuto noto il gruppo di fisici, quasi tutti giovanissimi che, presso il Regio istituto di fisica dell'Università di Roma (allora ubicato in via Panisperna) collaborarono con Enrico Fermi alla scoperta nel 1934 delle proprietà dei neutroni lenti, scoperta che dette l'avvio alla realizzazione del primo reattore nucleare e della bomba atomica. Enrico Fermi è il primo a destra. Al centro, Edoardo Amaldi. Qui sopra, il fisico Ugo Amaldi



*Alimenta tu gusto italiano*

*Finalmente algo nuevo...*

Mozzarella.  
Pastas secas y frescas.  
Quesos y embutidos.  
vinos y licores.  
Especialidades italianas.



*... con excelente servicio diario de entrega*

Tlf: 952 91 05 18 (con buzón de voz las 24h. para pedidos) Tif:/Fax: 952 70 25 04 Avda. de la Vega 14-16 - cp. 29200 - Antequera - Málaga

www.lacontadina.es - email: info@lacontadina.es

A Granada una settimana di film e manifesti italiani del genere fantastico



Graziano Marraffa, presidente dell'Archivio storico del cinema italiano, davanti ad uno dei manifesti esposti a Granada in occasione della prima mostra di manifesti del nostro cinema fantastico

## Omaggio ai maestri cult

Retrobak, prima edizione del Festival internazionale del cinema classico nella città andalusa, ha dedicato gran parte della sua programmazione alle pellicole di Mario Bava, Riccardo Freda, Fernando Di Leo e altri registi del "gotico" tanto apprezzati negli Stati Uniti ma spesso snobbati in Italia

C'erano Pupi Avati e Dario Argento, a parlare dei loro ultimi film ma soprattutto per raccontare due classici del cinema fantastico italiano che portano la loro firma e sono stati riproposti al pubblico spagnolo: "La Casa dalle finestre che ridono" (Avati, 1976) e "Suspiria" (Argento, 1977). E poi tanti manifesti cinematografici italiani, omaggi a Federico Fellini (con le proiezioni de La Dolce vita, Giulietta degli Spiriti, Amarcord, La strada, Otto e mezzo), tanti film del genere "gotico" e la presentazione della prima *Antologia del cine fantastico italiano*, volume di 368 pagine e 1.700 foto che annovera tra i curatori Carlos Aguilar, autore di libri su Sergio Leone e Giuliano Gemma e di numerose guide di cinema. Così Retrobak, la prima edizione del Festival internazionale del cinema classico di Granada, ha dedicato gran parte della sua programmazione a film italiani e ai loro registi. Dal 24 gennaio al 1 febbraio, nella città dell'Alhambra si sono infatti visti "Il profumo della signora in nero", "Tutti i colori del buio", "L'orribile segreto del dottor Hichcock" e altre opere di Mario Bava, Sergio Martino, Riccardo Freda, Fernando Di Leo, Francesco Barilli, Aldo Lado. Artisti oggi considerati cult dopo la riscoperta, e conseguente rivalutazione, del cinema italiano di genere "pauroso" grazie al successo di pubblico, alla perseveranza dei fans, a riviste specializzate come *Nocturno* (diretta da Manlio Gomarasca) che molto ha contribuito al recupero del patrimonio popolare cinematografico italiano. Nato verso la fine degli anni Cinquanta (con "I Vampiri", di



Dario Argento è intervenuto al Festival Retrobak per parlare del suo film *Suspiria*, del 1977

Riccardo Freda, 1956) il genere fantastico (che comprende il terrifico, il mitologico, il thriller nelle varie rielaborazioni) venne considerato un prodotto di basso livello rispetto al cinema "serio" dei grandi registi italiani. Realizzato con pochi mezzi e tanta inventiva, molta sperimentazione, questo genere di film si fece conoscere negli anni Sessanta soprattutto attraverso la produzione di Mario Bava, snobbato dalla critica italiana ma che tra i suoi estimatori conta anche Martin Scorsese che di lui ha detto: "Mi piacciono i film di Bava dove non c'è storia, solo atmosfera, con quella nebbia e le signore che camminano lungo i corridoi, sono una sorta di gotico italiano. Bava sembra appartenere al secolo scorso...").

Quentin Tarantino, John Landis, Tim Burton e lo stesso Dario Argento hanno reso omaggio a Bava, raccontando di essere stati influenzati dal suo stile, dalla sua enorme capacità di inventare soluzioni tecniche di incredibile efficacia malgrado i budget irrisori. Altro regista del terrore non compreso e a lungo stroncato in Italia fu Lucio Fulci, il cui "Zombi 2", girato a basso costo nel 1977 è considerato negli Usa un vero cult. Al festival granadino, l'antologia di film italiani è stata affian-



Il regista Mario Bava sul set. Sopra, il manifesto di uno dei suoi film cult

autore televisivo e regista. Pensi che solo la manifestoteca comprende 35 mila esemplari; 750 mila sono i negativi originali; 5 mila i titoli della videoteca; 300 i film della cineteca, più di 500 trailer d'epoca. Senza contare i volumi della biblio-



Anche Pupi Avati (foto a destra) è stato ospite della rassegna del cinema fantastico italiano. Qui accanto, Lino Capolicchio in una scena del film La casa dalle finestre che ridono, del 1976



cata dalla prima Mostra di manifesti del cinema fantastico italiano, curata da Graziano Marraffa, 34 anni, romano, presidente dell'Archivio storico del cinema italiano, che in questa intervista ci ha raccontato la sua passione per il mondo della celluloido, iniziata fin da piccolo "comprando manifesti, foto di scena, dischi in vinile delle colonne sonore dei film".

**Al Festival di Granada quanti pezzi erano presenti?**

"Ho portato una selezione di 80 manifesti del cinema fantastico italiano dal 1953 al 1992, compreso un bozzetto originale di Renato Casaro per il Diabolik di Mario Bava del 1968. Da I lunghi capelli della morte di Antonio Margherita a I nuovi barbari di Enzo G. Castellari; da Non si sevizia un paperino di Lucio Fulci a Il plenilunio delle vergini di Luigi Batzella, a Profondo rosso di Dario Argento, solo per citare alcuni titoli dei bellissimi manifesti realizzati da artisti come Sandro Simeoni, Renato Casaro, Giuliano Nistri".

**Tutti di sua proprietà?**

"Sì, anche se tre anni fa ho devoluto tutta la mia raccolta all'Archivio che ho fondato nel 2005 e di cui è socio Luca Rea,

teca, i Cd, le incisioni in vinile... Dal 1930 ai nostri giorni."

**La sua è una famiglia che lavora nel cinema o ha tanti soldi di suo?**

"Niente di tutto ciò, questo archivio mi è costato molto sacrificio e non ho ancora diritto a finanziamenti per l'Archivio, che è una Onlus. Ma negli anni ho cercato di trasformare questa passione per il cinema in un'attività professionale, partecipando ad eventi in Italia e all'estero dove si promuove la nostra cinematografia. Due anni fa, per esempio, per la Mostra di Venezia nella sezione Spaghetti Western una quarantina di trailer erano del nostro Archivio".

**In Spagna come hanno accolto questa antologia di film e la mostra di manifesti legati al genere fantastico italiano?**

"Molto bene, c'era grande conoscenza delle opere e dei loro registi negli organizzatori, che hanno messo in piedi un Festival curato in ogni minima parte, e tanta curiosità da parte del pubblico. All'estero ho trovato sempre più attenzione per il genere cinematografico popolare, più sensibilità di quanto mostriamo in Italia verso le opere che non sono di maestri acclamati". (pfr)

costa del sol costa del sol

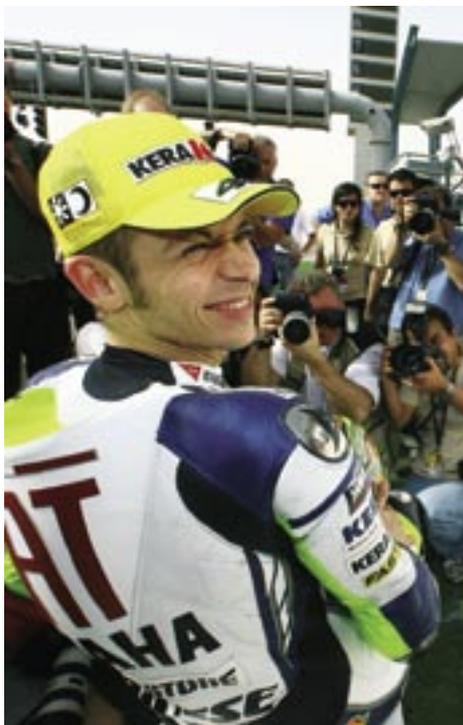
# Pastelería Siciliana

C/Joan Miró, 21-Edif.Calvario  
(29620) Torremolinos -Málaga

Tel: 952 05 09 33 Movil: 666 318 085

Confitería - Heladería  
Servicio por encargo  
Venta para Restaurantes





Il campione del mondo 2008 Valentino Rossi, 29 anni e otto titoli mondiali in MotoGP, tornato il punto di riferimento del mondo a due ruote dopo un paio di stagioni veramente difficili e oggi sempre più intenzionato a restare con le moto (non passerà al rally nè alla Formula Uno), lo scorso settembre aveva dichiarato: "Posso arrivare a quota 100 vittorie e potrei tentare di raggiungere le 122 vittorie di Giacomo Agostini. Sarebbe un altro bel traguardo da raggiungere".

Noi vi presentiamo un'intervista ad Agostini realizzata nel 1968 da Adriano Botta per L'Europeo e riproposta lo scorso anno dal mensile diretto da Daniele Protti per il numero "I miti della velocità"

# SONO COME *la mia moto*

Manuale d'istruzioni per diventare un perfetto centauro: "Perché è la macchina a portare te. Ma sei tu a portare la moto. Per questo bisogna maneggiarla come fosse un'arma". Ecco dunque i consigli del campione del mondo Giacomo Agostini

di Adriano Botta, L'Europeo n. 38 - 1968

Giacomo Agostini a Monza, nel settembre '68. Nato a Brescia nel 1942, ha vinto 122 Gp e guadagnato 159 podi su 186. Sopra, Valentino Rossi. Nella pagina accanto, la copertina dell'Europeo. Sotto, Agostini nel 1974 al Daytona Beach, con la Yamaha, e nel 1967 sulla MV Agusta "Marlboro" 500



**Q**uesto incontro con Giacomo Agostini, il più grande corridore del mondo, è avvenuto nel Parco di Monza la vigilia del Gran Premio motociclistico. Il Parco di Monza non è l'autodromo: è una distesa di viali verdi, umili e solitari; il fischio lancinante dei motori in prova sulla pista, udito da qui, dà soltanto fastidio.

Vien voglia di chiamare i vigili: che la smettano. Agostini e il cronista viaggiavano lenti lungo i viali su due grosse motociclette di moda: una 600 MV Agusta a quattro cilindri e una Laverda 750 bicilindrica. Lenti per poter parlare in tranquillità di questo grosso arnese dal rimbombo struggente che tutto a un tratto, in pista, Agostini fa scattare fino a 270 chilometri l'ora e qui, adesso, trotterella scoppiettando fra gli alberi.

**Vorrei, Agostini, che lei mi dicesse esattamente che cos'è una moto, una di queste grosse moto che cavalchiamo.**

«È un motore su due ruote che si tiene in mezzo alle gambe. Cosa vuole che sia?».

**Dai, Agostini, un po' più di fantasia. Perché oggi piace tanto la moto?**

«Come chiedere a uno perché gli piace il risotto. Perché gli piace?».

Giacomo Agostini ha 26 anni, abita a Lovere e ha vinto con la motocicletta tutto ciò che si può vincere. È benestante, ma non ricco di famiglia. Guadagna, pare, una ventina di milioni di lire l'anno. È venuto all'appuntamento col cronista indossando un abito blu coi calzoni scampanati, una camicia vistosamente ricamata, un foulard blu a pallini bianchi. S'è lasciato dar pacche sulla spalla e insolentire amorevolmente da un crocchio di amici industriali che comprano motociclette enormi come si comprano le mentine (e similmente le sgretolano). S'è messo in testa, per girare in moto col cronista, un berrettino di cuoio rosso.

Nelle intenzioni del cronista c'era quella di cavare dal colloquio con Giacomo Agostini una specie di filosofia della motocicletta oggi. Perché c'è questo revival della moto di grossa cilindrata? Perché i giovani industriali lasciano le Ferrari in garage per giocare ai motociclisti? Perché i ragazzini che fino a due anni fa si assiepavano attorno alle spider ora ti corrono dietro a piedi se hai la moto gridandoti: «Signore, quanto fa? Se la gusta in strada?».

«È una mania come un'altra, un po' di moda. Magari un po' più bella».

**Ma cos'ha di più bello questa mania, secondo lei?**

«Nove volte su dieci, la macchina porta te. E nove volte su dieci sei tu a portare la moto».

La differenza tra Agostini e gli altri campioni motociclisti è che Agostini non cambia marcia in curva quando gli altri la cambiano. La differenza fuori dal mondo delle corse tra lui e un dilettante su una moto di eguale peso (oltre due quintali) è

che lui non appoggia il piede in terra girando a U, a 10 chilometri l'ora, mentre il motociclista dilettante si.

**Ma come si fa?**

«Questione d'abitudine. Certo sulla moto bisogna saperci andare».

Così dal colloquio con Agostini non è uscita alcuna filosofia della motocicletta, ma solo un manuale d'istruzioni. Gli appassionati ne facciano l'uso che credono. Per andare su una moto grossa, Agostini, ci vuole la patente d'auto. Secondo lei è sufficiente? Secondo lei è più facile guidare l'auto o la moto grossa?

«Dice per far le corse o per viaggiare? Per far le corse è questione di temperamento, di gusti. Uno si sveglia col pallino della Formula 1, un altro col pallino della moto. Paragoni è ingrato farne. Ma per viaggiare così, come stiamo viaggiando noi adesso, è più difficile la moto».

**Perché?**

«Perché la moto ha due ruote...».

**... e la macchina quattro. Ah no, Agostini, questo lo dicono tutti quelli che non sono mai saliti su una moto e si dimenticano che appena una moto di questo peso s'è mossa diventa stabile come se fosse su dieci ruote, non quattro!**

«Infatti non dicevo questo. L'equilibrio è importante, ma non è tutto. Nella moto lei deve saper valutare in ogni momento le possibilità del mezzo meccanico. Certo che una moto di questo peso non cade facilmente, una volta che va! Ma quando si arriva sulla curva, o al momento della frenata, o al momento di fare zigzag, per esempio in mezzo al traffico, si deve sapere esattamente come reagisce la moto e come si sanno padroneggiare le reazioni della moto. Questo volevo dire: che proprio perché la moto la portiamo noi, e non è la moto che ci porta, dobbiamo sapere cosa possiamo far fare alla moto e cosa no».

**E in macchina non è lo stesso?**

«Nella macchina c'è una carrozzeria, qui no. Qui non c'è niente di niente che ci protegge».

**Questo lo dice anche mia mamma...**

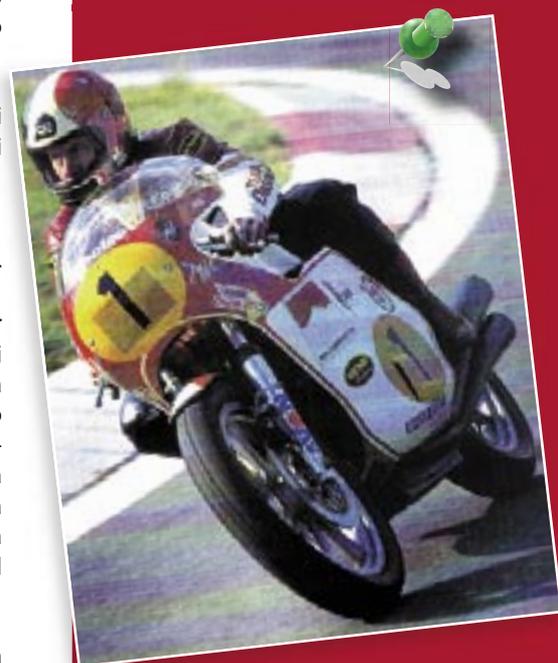
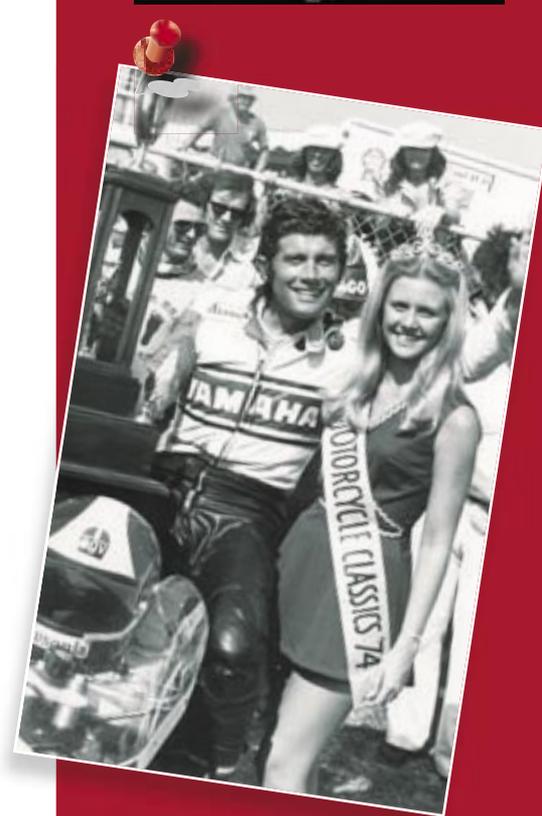
«Mica è colpa mia».

**Un ragazzo di 18 anni guida più facilmente una macchina o una moto grossa?**

«Una macchina, non c'è paragone. Per guidare una moto di grossa cilindrata ci vuole esperienza; magari un'esperienza consumata sui motorini, come ho fatto io che ho cominciato a nove anni sul Guzzino, poi sull'Aquilotto, il Paperino e via dicendo. Ottenuta l'esperienza, però, una moto grossa è molto più sicura di una piccola: proprio per la stabilità. A parte il gusto che dà».

**Quale gusto, Agostini?**

«Per me, il gusto maggiore, quando non corro in pista, è guizzare in mezzo al traffico e far "toh!" agli automobilisti intasati, imbussolati nelle loro piccole prigioni.





Nel 1968, 1969, 1970 Giacomo Agostini vinse tutte le gare del Mondiale 350 e 500. Sotto, il campione oggi e fotografato con Valentino Rossi lo scorso anno

Ma a parte questa gioia, che si può ottenere anche guidando i motorini, il gusto più morboso è quello di cui noi magari non ci rendiamo conto perché in moto ci andiamo quando vogliamo, ma che i vecchi si ricordano. S'è mai accorto? Dico dei vecchi di cinquant'anni che si fermano vicino a noi ai semafori o davanti ai bar e si affacciano magari dalle loro Ferrari per dirci: "Ah non c'è soddisfazione più bella di questa!". Dicono così, poi spiegano che prima della guerra o nel dopoguerra, quando non c'erano soldi, loro avevano una moto e, questo è l'importante, godevano della corsa nel paesaggio "come mai più l'abbiamo goduta". Poi si son fatti tentare dalla macchina e tanti saluti. Ma con nostalgia. Alla moto non ci tornano più, ma la scusa è falsa. "Non abbiamo l'età". Io credo sinceramente che non ci voglia nessuna età speciale per andare in moto, dopo aver imparato a ragionare. Si può andare fino a novant'anni, in moto. Certo, con le cautele. Stare attenti al freddo e ai capogiri».

**Senta Agostini, la moto è uno sport o no? Certi dicono: che sport è se si sta seduti?**

«Tasti i miei avambracci: sono pietre. E perché io faccio ginnastica tutti i giorni? Io non voglio dire che la moto sia uno sport, ma mi sa spiegare perché dopo 300 chilometri in motocicletta i muscoli delle gambe mi fanno male come se avessi corso a piedi? E perché i miei avambracci sono duri? Il fatto è che la tensione (io non sono un medico, vè!), lo sforzo da fare nelle curve per piegare il manubrio, la stessa vibrazione della moto devono



ben fare qualcosa dentro ai muscoli. Altrimenti, dico, io non avrei bisogno di far ginnastica per correre».

**C'è una velocità limite, Agostini, al di là della quale tutti i muscoli si mettono in movimento?**

«Per me questa velocità limite c'è: direi i 170, i 180 chilometri l'ora. Ma io sono abituato a correre, è il mio mestiere. Per un altro, il limite è molto più basso. Alla velocità limite o si finisce fuori della moto, o si inarcano le spalle, si diventa tutti duri, i pugni si trasformano in zappe e le gambe in morse. Non è sport, questo?».

**A quella velocità, Agostini, che cosa succede alla faccia? In fondo, non è una velocità impossibile, è quella indicata sui nostri tachimetri e che qualsiasi pazzo può fare in autostrada. Dicono che la bocca si riempia d'aria e le labbra si stirino fino a sanguinare...**

«Io sono arrivato a più di 270 chilometri l'ora. Avevo il foulard, d'accordo. Ma sono convinto, anzi lo so, che basti fare così con le labbra: stringerle come per dare

un bacio. Tutto qui».

Agostini è campione del Mondo delle categorie 350 e 500 di cilindrata. Bolidi fatti per le corse, bolidi carenati che hanno poco da spartire col peso e con l'effettiva potenza dei bisonti (più pigri ma da fondo) che stiamo cavalcando. Ora che siamo fermi al lato del viale è il momento di caricare le moto sul cavalletto. Il campione del Mondo esita, si fa male a una mano, e non ce la fa da solo. Si fa presto a dire che l'Agostini è abituato a correrci sulle moto, non a fermarle: che per questo ha i suoi meccanici.

Se la moto è una mania d'oggi, e la moto che usa adesso Agostini è in commercio, la maniera di tirar giù il cavalletto è anch'essa un argomento serio. Come la guida su strada, o il gioco della frizione, o gli strappi del motore nella ripresa. Il cronista siede sul ciglio con Agostini e gli domanda: «Parliamo dei pericoli. Qual è il pericolo maggiore viaggiando su una moto grossa?».

«Il pericolo maggiore, col bel tempo, è

uscire da una curva e trovarsi un carretto davanti, o un camion che va piano».

**Come viaggiando in macchina?**

«Per niente. Tu vai in macchina, trovi un carretto e lo sfasci. O ti getti da qualche parte, magari nel fosso. In moto hai poco da gettarti, dovunque tu vada ti massacrano. Per questo dicevo: "guai se non conosci il comportamento della moto". Tu sei in quinta marcia, diciamo a 100 all'ora, mica tanto, e ti trovi all'improvviso un ostacolo davanti in curva. Che fai, freni? In curva la moto è inclinata, molto inclinata. Come freni, la ruota posteriore scappa. Se freni con la ruota davanti scappi tu. Comunque sia, qualcosa scappa».

**E sul bagnato?**

«Lasciamo perdere».

**Scusi Agostini, non ho ben capito. Le moto che abbiamo qui davanti sono bombe a mano inesplose o normali veicoli di locomozione?**

«Sono armi, sono armi, ma che vuol dire? Un'arma può servire da difesa se non la lasci in mano a uno che non sa farla funzionare. La moto è una difesa contro la prigionia e la mediocrità degli altri mezzi. La moto è umana, questo intendo dire; ma spesso gli altri sono disumani e allora scoppia il pericolo».

**Cioè, Agostini?**

«M'è capitato ancora stamattina, mentre

mi allenavo a Lovere lungo il lago. Niente di straordinario, stavo seguendo un camion quando questo mette la freccia e gira a sinistra. La stessa cosa m'è successa a Napoli il mese scorso. Ecco, in queste circostanze la moto diventa un'arma, ma chi tira il grilletto è quel cretino che ti sta di fronte. Per due ragioni fondamentali. Primo: la moto la controlli meglio della macchina, la manovri con più facilità, ma la frenata è un'altra faccenda: soprattutto una moto pesante nella quale la forza d'inerzia è paurosa come la potenza. Tu non puoi bloccare il freno se no sbandi: e una cosa è sbandare in automobile, un'altra cosa è sbandare in motocicletta. Secondo: gli automobilisti in genere fanno più sgarbi ai motociclisti che ai loro colleghi. Guardano nello specchietto retrovisore, e se vedono una macchina che li segue sanno di doversi regolare con prudenza: se vedono una moto è come se non vedessero nulla. Ecco, è questo l'aspetto più grave del motociclismo d'oggi».

**Secondo lei gli automobilisti snobbano chi va in moto?**

«Direi di sì, ed è molto sciocco. Gli automobilisti italiani, che nell'enorme maggioranza sono nuovi automobilisti, si sono messi in testa che tutto quanto non è automobile non esiste, non merita neppure d'essere guardato. Hanno l'auto e non

ammettono che una moto abbia diritto alla sua parte di strada. Non ammettono, soprattutto, che ci siano moto come queste che si mangiano per ripresa, potenza e velocità tutte le auto che vogliono. Per loro il motociclista è un povero cristo. Un tale condannato a prendere l'acqua e la polvere in faccia. Il motociclista, per loro, è ancora quel tale col motorino che sogna a occhi aperti la Seicento: un paria».

**Eppure, Agostini, quante volte capita ai semafori che un automobilista ti si fermi accanto, abbassi il finestrino e cominci a spiarti con invidia la moto. Quante volte capita a chi cavalca una moto grossa di sentirsi dire: «Complimentilì, è la passione più bella».**

«Sì, capita, ora che cominciano a circolare moto così grosse e fantastiche. Ma di solito quelli che fanno così sono i vecchi: gli appassionati puri. Gli stessi che dicono: "Se non fosse per mia moglie che ha voluto la macchina, avrei anch'io una moto come la sua!"».

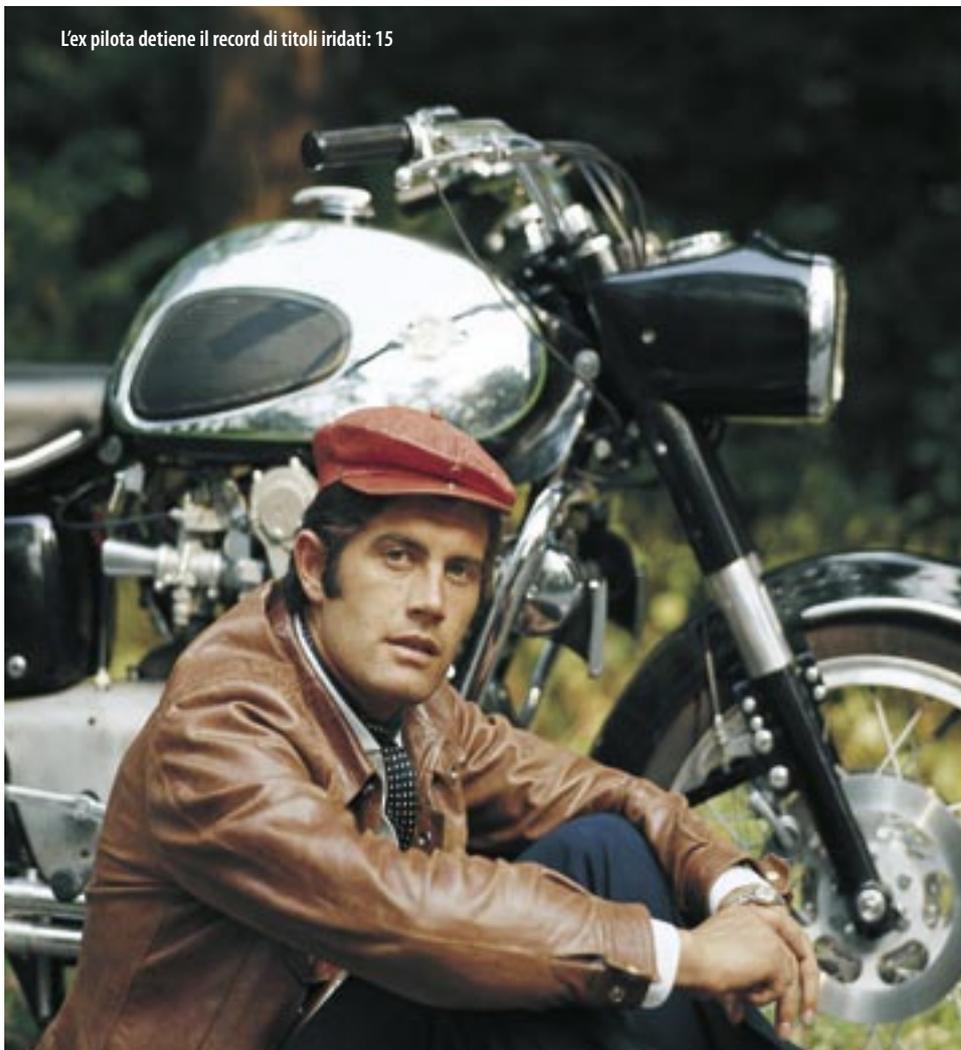
**Secondo lei, Agostini, le moto di oggi sono molto cambiate rispetto a quelle di venti o trent'anni fa? Sono cambiate più le auto o le moto?**

«La velocità di oggi è certo un'altra cosa rispetto a quella di ieri. Ma nella sostanza la moto è sempre uguale. Anche dal punto di vista tecnico non c'è paragone tra il progresso automobilistico e quello motociclistico. Il perché si capisce: di auto se ne vendono di più, il mercato stimola la ricerca. La moto è ancora un arnese vecchio, se vogliamo. Ma nella sua vecchiaia è un arnese quasi perfetto. Torno a dire: la parte più importante di una motocicletta è l'uomo che ci sta sopra. È il modo in cui riesce ad arpionarla tra le dita e a serrarla tra le gambe. È il modo in cui l'uomo sa resistere all'aria in faccia e sincronizzare i propri movimenti».

**È anche il modo in cui si veste, vero?**

«Oh certo. Si fa presto a dire che uno si veste da motociclista per farsi vedere. Per darsi delle arie. Prova a metterti su una di queste moto senza casco, occhiali, giubbotto e guanti e vedi cosa succede. Basta che il giubbotto non sia attillato, non sia ben aderente e, in velocità, diventa una vela che ti fa sbandare qua e là come una barca. La chiusura lampo, per esempio, la chiusura lampo sul davanti del giubbotto è importantissima. La moto è umana, ma per andarci sopra è anche l'uomo che deve un po' identificarsi col motore. Prendi un ubriaco e mettilo al volante di un'auto: fa un paio di chilometri e si ammazza o ammazza qualcuno, o addirittura si addormenta. Prendi lo stesso ubriaco e mettilo su una moto: o non riesce neppure a stare in piedi, perché la moto stessa lo rifiuta, oppure il vento gli snebbia subito la sbornia».

Per gentile concessione di RCS Periodici



L'ex pilota detiene il record di titoli iridati: 15

# Notizie d'interesse, in breve



Avv. Paolo Ercolani

**D**oppio cognome per i figli "italo-spagnoli". La Corte di Giustizia della Comunità europea si è pronunciata con sentenza sui criteri di trasmissione ai figli del cognome dei genitori cittadini di due Stati dell'Unione. A seguito di ciò, il ministero dell'Interno della Repubblica italiana con Circolare del 12 giugno 2008 conferma il diritto al mantenimento del cognome acquisito al momento della nascita. La normativa spagnola e portoghese prevedono che il cognome dei figli sia composto dal primo cognome del padre seguito da quello della madre. Pertanto ai cittadini di nazionalità spagnola e portoghese al momento della concessione della cittadinanza italiana verranno attribuite le



generalità del momento della nascita, ossia il doppio cognome paterno e materno, senza che gli interessati ne debbano fare espressa richiesta.

...

Italia e Spagna: per i cittadini rumeni e bulgari accesso quasi pieno al mercato del lavoro. In Italia con circolare del 14 gennaio 2009 del ministero dell'Interno è stata prorogata la c.d. clausola di salvaguardia per i cittadini rumeni e bulgari. Bulgari e rumeni potranno lavorare liberamente nei settori lavoro stagionale, agricolo e turistico alberghiero, domestico e assistenza domicilio, edilizio, dirigenziale e di alta qualifica, pur continuando ad avere bisogno di un nulla osta rilasciato dallo Sportello Unico per l'immigrazione per poter lavorare in ambiti diversi da quelli elencati. In Spagna il mancato rinnovo della c.d. clausola di salvaguardia amplia l'accesso al mercato del lavoro pur non determinando il proclamo libero accesso, ovvero in Spagna potranno lavorare liberamente i lavoratori rumeni e bulgari iscritti presso l'erario e la previdenza sociale come "autonomos" ossia lavoratori in proprio, nonché lavoratori per conto terzi già residenti in Spagna con anteriorità al gennaio 2007 che abbiano ottenuto un permesso di lavoro di durata uguale o superiore ad 1 anno, rimanendo per tutti gli altri l'obbligo del permesso di lavoro. Madrid si riserva comunque di fare un bilancio entro sei mesi per vedere se la revoca della moratoria "abbia qualche effetto negativo" secondo le parole di Maria Teresa Fernandez de la Vega.

...

Matrimonio di italiano/a in Spagna: abrogate le pubblicazioni matrimonia-

li. Dal 22 maggio 2008 non sono più necessarie le pubblicazioni matrimoniali in Italia per il matrimonio di un cittadino italiano da celebrarsi in Spagna. Per il matrimonio, canonico o civile, di un cittadino italiano celebrato dalle autorità spagnole "Juzgado, Ayuntamiento o Iglesia" non esiste più alcun obbligo di pubblicazione previa in Italia. I matrimoni celebrati in Spagna sono sottoposti alle sole formalità della legge spagnola, pertanto saranno le sole autorità spagnole a determinare i requisiti per la validità del matrimonio.

...

Viaggiare senza visto negli USA. Dal 12 gennaio di quest'anno per i cittadini italiani e spagnoli, è possibile viaggiare senza visto negli USA mediante il Visa Waiver Program che permette di ottenere un'autorizzazione "online" denominata ESTA (Electronic system for travel authorization) collegandosi, almeno 72 ore prima di salire a bordo, al sito web <https://esta.cbp.dhs.gov/> disponibile anche in italiano.



In questa rivista e sulla pagina web, potete trovare risposte ai quesiti legali che più vi stanno a cuore. La rubrica è a cura di avvocati italiani che vivono e lavorano in Spagna. Ecco come contattarli:

**Avv. Paolo Ercolani**  
**Tel: 985.965974 - Cell: 680.155013**  
**Fax: 984 246 534**  
**Apartado de correos 2082**  
**Skype: paolo.augusto.ercolani**  
[paolo.ercolani@yahoo.es](mailto:paolo.ercolani@yahoo.es)

**Avv. José Carlos Ruiz-Berdejo y Siguertá - Rbs Abogados**  
**Calle Fabiola, 10 - 41004 Siviglia**  
**Tel. 954 22 6964 /954 22 54 61**  
**Fax 954 2236 53**  
[secretaria@rbsabogados.com](mailto:secretaria@rbsabogados.com)

**Avv. Raffaele Giannattasio**  
**DLA Piper Spain S.L.**  
**Paseo de la Castellana, 35**  
**28046 Madrid**  
**Tel. 913 191 212**  
**Fax 917 887 399**  
[raffaele.giannattasio@dlapiper.com](mailto:raffaele.giannattasio@dlapiper.com)  
[www.dlapiper.com](http://www.dlapiper.com)

# Contatti utili in Spagna

## Ambasciata d'Italia

Indirizzo: C/ Lagasca, 98 - 28006 Madrid  
Tel: 0034 91 423 33 00 - Fax: 0034 91 575 77 76  
Web: [www.ambmadrid.esteri.it](http://www.ambmadrid.esteri.it)  
e-mail: [archivio.ambmadrid@esteri.it](mailto:archivio.ambmadrid@esteri.it)

## Cancelleria consolare di Madrid

Indirizzo: Calle Agustín de Bethencourt, 3  
28003 Madrid  
Telefono: 91 210.69.10 - Fax: 91 554.66.69  
[www.consmadrid.esteri.it](http://www.consmadrid.esteri.it)  
e-mail: [info.madrid@esteri.it](mailto:info.madrid@esteri.it)

## Consolato generale a Barcellona

Indirizzo: Calle Mallorca, 270  
08037 Barcellona  
Telefono: 93 467.73.05 - Fax: 93 487.00.02  
[www.consbarcellona.esteri.it](http://www.consbarcellona.esteri.it)  
e-mail: [segreteria.barcellona@esteri.it](mailto:segreteria.barcellona@esteri.it)

## Rete consolare italiana

### Consolato a Bilbao

Indirizzo: Calle Ercilla, 14 - 48009 Bilbao  
Telefono e Fax: 944.230.772  
e-mail: [consitalbilbao@terra.es](mailto:consitalbilbao@terra.es)

### Consolato Burgos

Indirizzo: Avenida de la Paz, 10 - 1º B  
09004 Burgos  
Telefono: 947.270.723 - Fax: 947.268.634  
e-mail: [consolatoitaliaburgos@gmail.com](mailto:consolatoitaliaburgos@gmail.com)

### Consolato Ceuta

Indirizzo: Calle Alcalde David Valverde, 11  
1ºC (Apartado n. 302) - 51001 Ceuta  
Telefono: 956.514.574 - Fax: 956.510.589  
e-mail: [CERDEIRA\\_DIAZ@telefonica.net](mailto:CERDEIRA_DIAZ@telefonica.net)

### Consolato Girona

Gran Vía de Jaume Iº, 40, 1º 2ªB - 17001  
Girona  
tel. 872 080973 - fax 872 080973

### Consolato Ibiza

C/de las Monjas, 17 bajos - 07817 Ibiza  
Tel. 650 817987 - Fax 971 574761

### Vice consolato Jerez de la Frontera

Indirizzo: Calle Manuel María González, 12  
11403 Jerez de la Frontera (Cadice)  
Telefono: 956.357.001 - Fax: 956.357.041  
e-mail: [viceconsuladodeitalia@gonzalezbyass.es](mailto:viceconsuladodeitalia@gonzalezbyass.es)

### Consolato La Coruña

Indirizzo: Calle Marqués de Amboage, 11  
- Bajo - 15006 La Coruña  
Telefono: 663.787.010 - Fax: 981.282.837  
e-mail: [milanirepcons@yahoo.es](mailto:milanirepcons@yahoo.es)

### Consolato Las Palmas de Gran Canaria

Indirizzo: Calle León y Castillo, 281  
35005 - Las Palmas de Gran Canaria  
Telefono: 928.241.911 - Fax: 928.244.786  
e-mail: [italiacanarias@msn.com](mailto:italiacanarias@msn.com)

### Consolato Málaga

Indirizzo: Calle Joaquín Verdugo Landi, 7  
29007 Málaga  
Telefono: 952.306.150 - Fax: 952.306.150  
e-mail: [italconsulmalaga@hotmail.com](mailto:italconsulmalaga@hotmail.com)

### Consolato Pamplona

Indirizzo: Calle Taconera, 2  
31001 Pamplona (Navarra)  
Telefono: 948.222.822 - Fax: 948.223.716  
e-mail: [italcons@teleline.es](mailto:italcons@teleline.es)

### Consolato Oviedo

Apartado de correos 2082  
Fax: 984 246 534  
e-mail: [paolo.ercolani@yahoo.es](mailto:paolo.ercolani@yahoo.es)

### Consolato San Sebastian

Indirizzo: Calle Idiaquez, 11  
20004 San Sebastián (Guipúzcoa)  
Telefono: 943.430.450 - Fax: 943.431.766  
e-mail: [vicitass@terra.es](mailto:vicitass@terra.es)

### Consolato Santa Cruz de Tenerife

Indirizzo: Calle Cruz Verde, 10 2ªA  
38003 Santa Cruz de Tenerife  
Telefono: 922.299.768 - Fax: 922.241.040  
e-mail: [consolatoitaliatenerife@wanadoo.es](mailto:consolatoitaliatenerife@wanadoo.es)

### Consolato Santander

Indirizzo: Paseo de Pereda, 36  
39004 Santander (Cantabria)  
Telefono: 942.215.855 - Fax: 942.215.963  
e-mail: [viceconsantander@hotmail.com](mailto:viceconsantander@hotmail.com)

### Consolato Siviglia

Indirizzo: Calle Fabiola, 10 - 41004 Siviglia  
Telefono: 954.228.576 - Fax: 954.228.549  
e-mail: [consolato@italconsiviglia.com](mailto:consolato@italconsiviglia.com)

### Consolato Valenza

Indirizzo: Calle Dr. Romagosa, 5 - 1º 4  
46002 Valencia  
Telefono: 963.943.872 - Fax: 963.511.612  
e-mail: [italcon@retemail.es](mailto:italcon@retemail.es)

### Consolato Alicante

Indirizzo: Avenida da Benito Pérez Galdós,  
9-11 1º dcha. - 03004 Alicante  
Telefono: 965.141.133 - Fax: 965.141.143

### Consolato Castellon de la Plana

Indirizzo: Calle Benarabe, 5 bajo  
(entresuelo) - 12005 Castellón de la Plana  
Telefono: 964.237.466 - Fax: 964.261.295

### Consolato Saragozza

Indirizzo: Calle San Miguel, 2 9-A  
50001 Saragozza  
Telefono: 976.228.659 - Fax: 976.223.294  
e-mail: [vicecons.zaragoza@c2comunicacion.com](mailto:vicecons.zaragoza@c2comunicacion.com)

### Corrispondente consolare in Andorra

Indirizzo: c/ Prat de la Creu, 57 - 65, 4ª  
Andorra la Vella  
Tel. 00376 865740 - Fax. 00376 865740

## Comites [www.comitesspagna.info](http://www.comitesspagna.info)

**Madrid** - Calle Agustín de Bethencourt, 3  
Telefono: 91.534.50.14 - Fax: 91.534.50.14  
e-mail: [comites2001@yahoo.com](mailto:comites2001@yahoo.com)  
**Barcellona** - Indirizz: Pasaje Méndez Vigo,8  
Telefono: 93.487.88.51 - Fax: 93.272.08.59  
e-mail: [comitesbcn@yahoo.es](mailto:comitesbcn@yahoo.es)  
**Tenerife**  
Telefono: 922.71.24.79  
e-mail: [comitescanarie@libero.it](mailto:comitescanarie@libero.it)

## Istituto Italiano di Cultura

**Madrid** - C/ Mayor, 86  
Tel: 0034 91 547 86 03 / 0034 91 5475205  
Fax: 0034 91 542 22 13  
web: [www.iicmadrid.esteri.it](http://www.iicmadrid.esteri.it)  
e-mail: [iicmadrid@esteri.it](mailto:iicmadrid@esteri.it)  
**Barcellona** - Pasaje Méndez Vigo, 5  
Tel: 0034 93 487 53 06 - Fax: 0034 93 487 45 90  
web: [www.iicbarcellona.esteri.it](http://www.iicbarcellona.esteri.it)  
e-mail: [iicbarcellona@esteri.it](mailto:iicbarcellona@esteri.it)

## Dante Alighieri in Spagna

**Granada** - Tel. 958-282711  
Web:[www.dantegrana.org](http://www.dantegrana.org)  
e-mail: [dantegrana@libero.it](mailto:dantegrana@libero.it)  
**Málaga** - Tel. 952 35 95 07 -  
Web:[www.ladante.es](http://www.ladante.es)  
e-mail: [dantealighierimalaga@gmail.com](mailto:dantealighierimalaga@gmail.com)  
**Oviedo** - Tel. 985 211 235  
Web: [www.dantealighieriasurias.es](http://www.dantealighieriasurias.es)  
e-mail: [danteasurias@gmail.com](mailto:danteasurias@gmail.com)

## Centro G. Leopardi.

**Scuola di Lingua e Cultura Italiana**  
c/Micer Mascó, 6 - 46010 Valencia  
Tel. 96. 362 17 11 - Fax. 96. 362 48 73  
[centro.leopardi@terra.es](mailto:centro.leopardi@terra.es)  
[leopardicultura@terra.es](mailto:leopardicultura@terra.es)  
[LeoparDirezio@terra.es](mailto:LeoparDirezio@terra.es)

## Enit, agenzia del turismo italiano

Paseo de la Castellana, 149 - 7º.  
Edificio Gorbea 2 - 28046 Madrid  
Tel: 0034 91 567 06 70 - Fax: 0034 91 571 15 79  
Web: [www.enit.it](http://www.enit.it)  
e-mail: [italiaturismo@retemail.es](mailto:italiaturismo@retemail.es)

## Ice, Istituto Italiano per il Commercio estero

Paseo de la Castellana, 95 - Torre Europa,  
planta 29 - 28046 Madrid  
Tel: 0034 91 5974737 - Fax: 0034 91 5568146  
e-mail: [spagna.madrid@ice.it](mailto:spagna.madrid@ice.it)  
web: [www.ice.gov.it/estero2/spagna](http://www.ice.gov.it/estero2/spagna)

## Camera di Commercio italiana

**Madrid** - Glorieta de Quevedo, 5 - Escalera  
dcha., 1º dcha - 28015 Madrid  
Tel. 915 900 900; Fax 915 630 560  
e-mail: [info@italcamara-es.com](mailto:info@italcamara-es.com)  
**Barcellona** - Avda. Diagonal, 419 - 1º 2ª  
Tel: 0034 93 318 49 99 / 0034 93 318 49 98  
fax: 0034 93 318 40 04  
Web: [www.camaraitaliana.com](http://www.camaraitaliana.com)  
e-mail: [italcambcn@camaraitaliana.com](mailto:italcambcn@camaraitaliana.com)



# Ha nacido Hotpoint-Ariston

Una nueva marca. Una nueva generación  
de electrodomésticos.

Hoy Ariston se convierte en Hotpoint-Ariston. Una marca de electrodomésticos totalmente nueva que surge de la extraordinaria unión de Hotpoint, n.º 1 en Gran Bretaña, y Ariston, sinónimo de más de medio siglo de éxitos en Europa. Para ofrecer productos cada vez más innovadores a los que buscan lo mejor en estilo y confort.

[www.hotpoint-ariston.es](http://www.hotpoint-ariston.es)

 **Hotpoint**  

---

**ARISTON**

NUESTRAS IDEAS. TU HOGAR.