

**CULTURA D'IMPRESA
E DINTORNI**

LUGLIO '12 N°5 anno XIX euro 1,00

MLmagazine.it

180

PAGINE:

**ECONOMIA.LAVORO
CULTURA.ATTUALITÀ
STILE.VIAGGI.DESIGN**

SPECIALE

ESTATE 2012

*Cinque province...
per mille esperienze*

DOSSIER

FORMAZIONE

PERCHÉ LAUREARSI?

SYMBOLA

LA BELLEZZA È ECOLOGICA

**LE GRANDI FAMIGLIE
MARCHIGIANE:**

Carlo Urbani

"IL MEDICO DEL MONDO"

à porter

IL DRESSCODE DEL COLLOQUIO
ARREDO NEUTRO O FLOU?

Luigi Catalano

*“Il successo? Un po’
di fortuna, talento e
tanta voglia di fare”*

ISSN 20367589



9 772036 758002



+ ELEGANTE
+ SICURO
+ FACILE



VLT · SLOT MACHINE · BAR

NUOVA APERTURA

VIA S. TOTTI ZONA MEDIA WORLD ANCONA

anche a: MARZOCCA · JESI · P.TO RECANATI · CASTELFIDARDO · FANO



www.gplanet.it



DOSSIER
FORMAZIONE
& GIOVANI
Perché *laurearsi?*

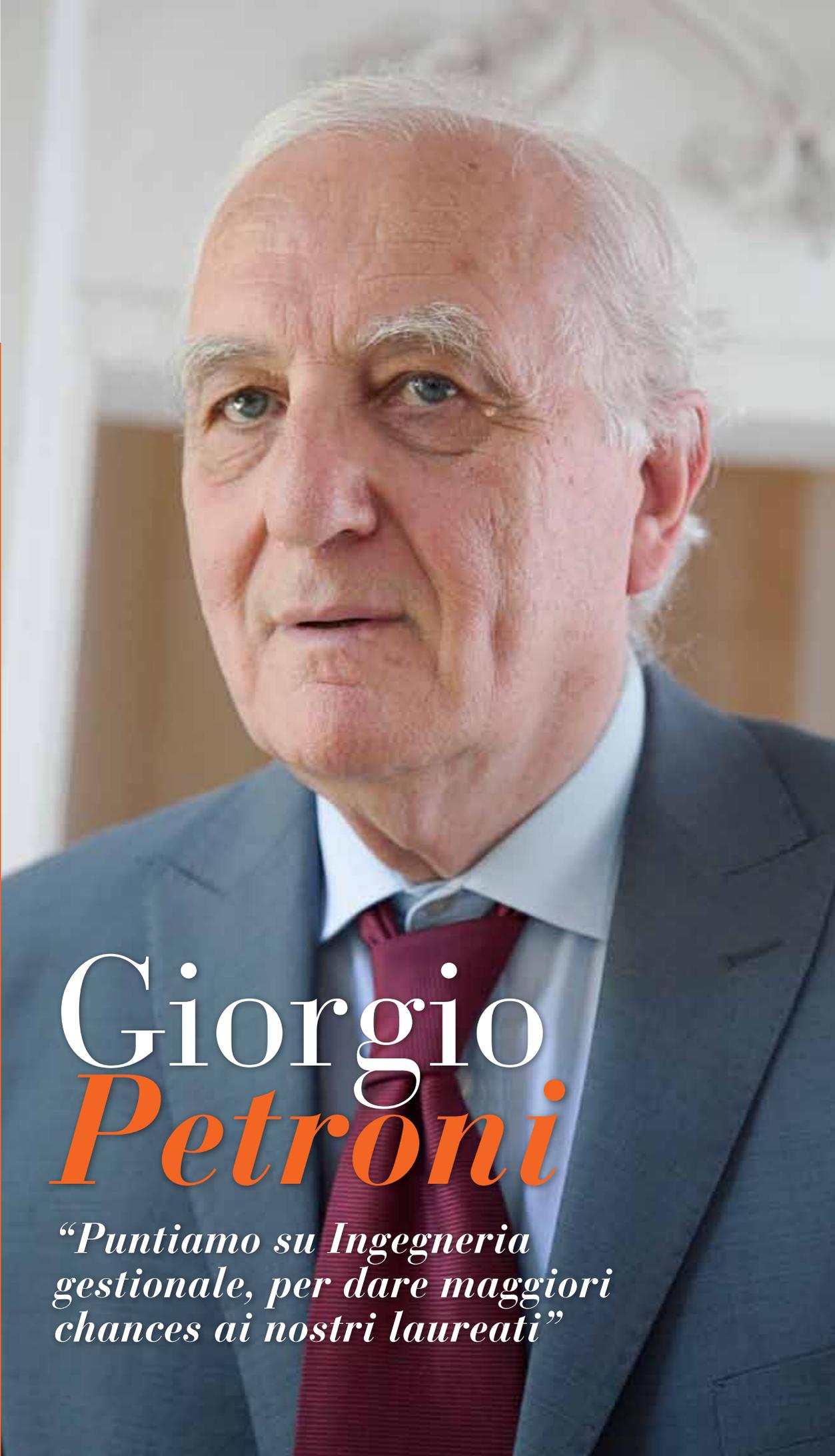
Istruzione nelle *Marche*
Uno sguardo ai dati

Laureati e *lavoro*
La fotografia dell'Istat

IL PIANO TRIENNALE REGIONALE
PER LE ATTIVITÀ PRODUTTIVE
E IL LAVORO: SI PUNTA SULLA
FORMAZIONE "SPECIFICA"

UNIVERSITÀ: QUATTRO RETTORI
A CONFRONTO

Wall Street Institute
di Ancona
L'INGLESE COME NON LO
AVEVATE MAI STUDIATO

A close-up portrait of Giorgio Petroni, an elderly man with white hair, wearing a dark suit, a light blue shirt, and a maroon tie. He is looking slightly to the left of the camera with a serious expression.

Giorgio *Petroni*

*“Puntiamo su Ingegneria
gestionale, per dare maggiori
chances ai nostri laureati”*



Per prenotazioni Tel. 331.9943345



*Per una serata speciale,
nell'unica terrazza del porto di Senigallia,
potrai mangiare pesce fresco di prima qualità
e godere di una vista mozzafiato.*

*Vi aspettiamo con i nostri famosi Chef
Michele Teodori e Massimo Biagetti.*

Lo staff di MAREMAGNO

"by Sena Gallica"



VIA DELLA DARSENA 60019 - Porto di Senigallia (AN)

Grotte di Frasassi

Uno spettacolo unico al mondo

1,5 km di percorso turistico attrezzato,
di facile accesso per tutti

2 percorsi
speleo-avventura

3 offerte turistico-culturali
per la scuola

In collaborazione con:



Grotte di Frasassi aderisce a



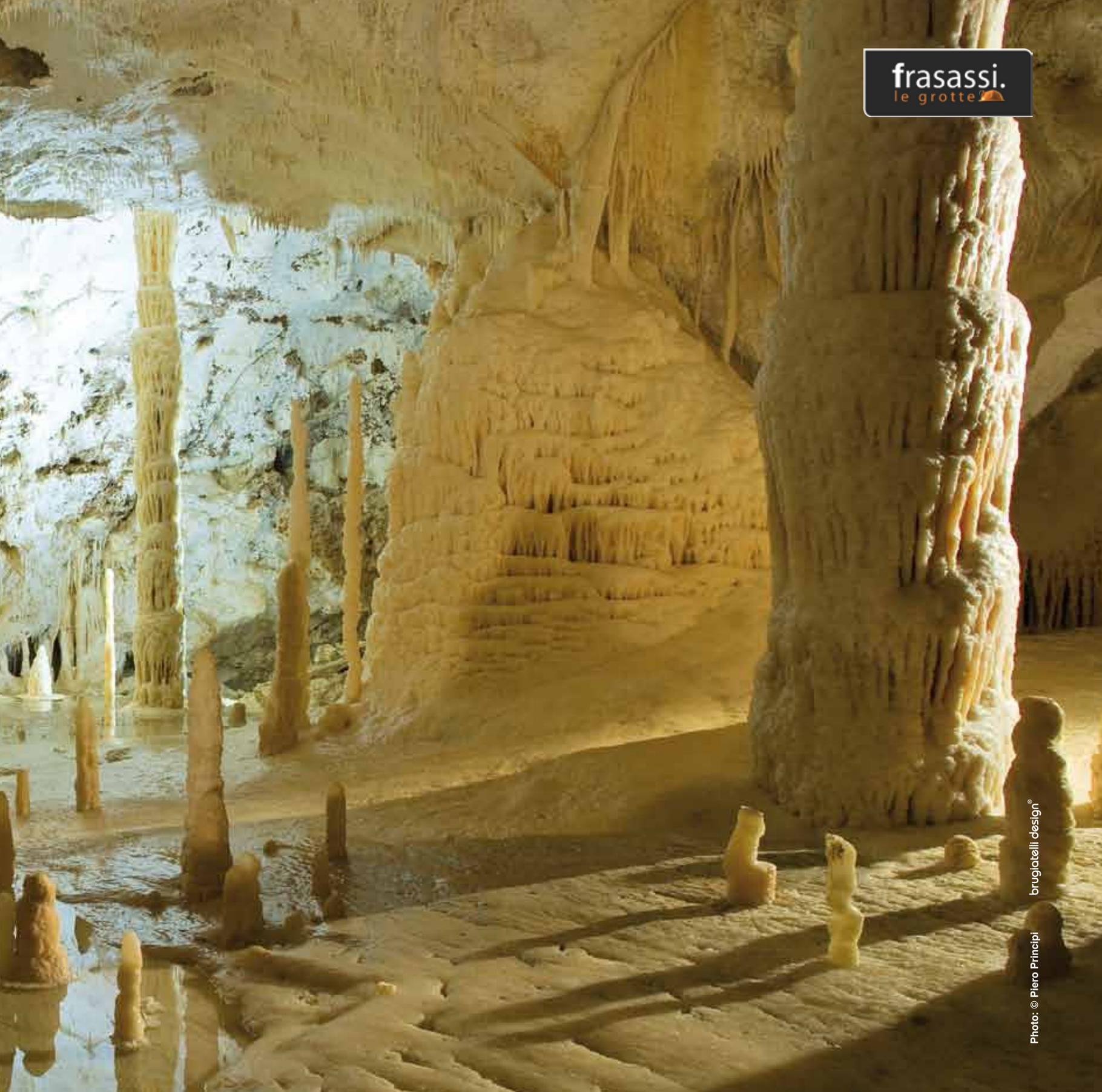


Photo: © Piero Principi
brugiatelli design®

Venite a scoprire tutte le meraviglie del complesso ipogeo più affascinante del mondo. Aperto tutti i giorni, dal 4 al 19 Agosto aperto anche la sera.

www.frasassi.com
Grotte di Frasassi, Genga - Ancona

Info e Prenotazioni

Numero verde gratuito
800 166 250

booking@frasassi.com

**I DENTI
ITALIANI**

SONO

PIU' FELICI

SE CURATI

DA DENTISTI

ITALIANI

PROBABILMENTE
I PIÙ BRAVI DENTISTI AL MONDO



I DENTI
ITALIANI
SONO
PIU' FELICI
SE CURATI
CON
PRODOTTI
ITALIANI

PROBABILMENTE
UNO DEI MIGLIORI DENTIFRICI AL MONDO

coswell *Innovatori Italiani*



I tuoi denti per tutta la vita.

La prima guida online dedicata agli eventi nelle Marche!

EVENTI E CONCERTI, FESTIVAL E SERATE DA NON PERDERE

Tieniti sveglio: con Caffeina by ML tutti sanno cosa fare e quando, perché segnala gli appuntamenti ai quali è impossibile mancare, ogni giorno per tutta l'estate.

COCKTAIL BAR, DISCOTEQUE, SPA E HOTEL

Chicchi d'estate: qualunque siano i tuoi desideri, Caffeina by ML ti indica dove realizzarli! Alberghi e ristoranti, b&b immersi nella natura e discopub aperti tutta la notte.

SEMPRE CON TE: IN TASCA E ONLINE

Energia inarrestabile: Caffeina by ML è in formato pocket, online e con applicazione scaricabile gratuitamente... per essere sempre con te! La bussola sempre in tasca per la tua estate!

PRATICA E FRUIBILE

Nessun luogo è lontano: Caffeina by ML contiene informazioni pratiche e di facile consultazione per raggiungere posti e città, bar e alberghi, discoteche e ristoranti.

**Visita il sito caffeinapureenergy.it
e scarica l'App per Smartphone!**





CAFFEINA

PURE ENERGY



Quando l'estate è intensa...
Ci vuole Caffeina!

SOMMARIO



Luigi Catalano

20



Giorgio Petroni

26



Carlo Urbani

32

32 LE GRANDI FAMIGLIE **MARCHIGIANE**

Carlo *Urbani*

IL MEDICO DEL MONDO

36 NEWS DAL **MONDO**

38 **BREVI** DAL TERRITORIO

40 **ALTO** ARTIGIANATO

Sandro *Tiberi*

LA FILIGRANA SI FA LINGUAGGIO ARTISTICO

INTERNAZIONALIZZAZIONE

42 "MISSIONE BRASILE": LE MARCHE PORTABANDIERA
NELLA SESTA ECONOMIA DEL MONDO

44 EX.IT: L'AGROALIMENTARE MACERATESE TIENE GRAZIE ALL'EXPORT

VITA **DA MANAGER**

48 Maria Cristina *Loccioni*

È IL NUOVO VOLTO DEI GIOVANI IMPRENDITORI
DI CONFINDUSTRIA ANCONA

55 CONSULENZA

Sergio *Cimino*

58 CONTRIBUTI E **BANDI**

RUBRICA

15 *L'editoriale di Flavio Guidi*

PRIMOPIANO

16 William *Graziosi*

"LA NOSTRA CULTURA È UN GIACIMENTO A CIELO APERTO,
CHE VA VALORIZZATO"

COVERSTORY

20 Luigi *Catalano*

"IL SUCCESSO? UN PO' DI FORTUNA, TALENTO E TANTA VOGLIA DI FARE"

CONTROCOPERTINA

26 Giorgio *Petroni*

UNIVERSITÀ DI SAN MARINO

IL PERSONAGGIO

30 Corrado *Olmi*

UNA VITA TRA TEATRO E CINEMA

Anticipazioni

Nel Numero di Agosto - Settembre

ML... DA GUSTARE

E se ML vi prendesse per la gola?

Immaginate un numero da assaporare con gli occhi, un viaggio tra le eccellenze enogastronomiche marchigiane, che inizi dai campi coltivati che colorano le nostre colline fino ad arrivare ai piatti serviti con amore, in cui confluono verdure, cereali, carne e pesce, salumi e formaggi a Km0...

Prenotate il vostro posto a tavola, pardon ... il vostro numero in edicola e non perdetevi le ricche rubriche, con i personaggi, i fatti, le curiosità che animano la nostra regione.



Speciale: *Eventi Estate 2012*

- 68 CINQUE PER MILLE: CINQUE PROVINCE, PER MILLE EVENTI ANCONA, PESARO URBINO, MACERATA, FERMO E ASCOLI PICENO
- 74 **Intervista Doppia**
LE MARCHE DA VIVERE, SECONDO VALENTINA CONTI E ANDREA CARLONI
- 76 **Flavio Guidi**
L'ITALIA DEGLI SCRIGNI NASCOSTI
- 78 CURIOSANDO DIETRO LE QUINTE
LE ANTEPRIME DEL CMS
- 82 **Giampaolo Baiocco**
VESTITI BENE IN VACANZA

DOSSIER: FORMAZIONE E GIOVANI

- 90 PERCHÉ LAUREARSI
- 96 PIANO TRIENNALE INTEGRATO PER LE ATTIVITÀ PRODUTTIVE E IL LAVORO SI PUNTA SULLA FORMAZIONE "SPECIFICA"
- 102 **Luigi Lacchè**
"AZIENDE, GUARDATE DI PIÙ AI LAUREATI COME RISORSA E NON COME ONERE"
- 104 **Marco Pacetti**
"IL NOSTRO SUCCESSO? DIPENDE DALLA CAPACITÀ DI RISPONDERE AI BISOGNI DELLE IMPRESE"
- 106 **Stefano Pivato**
"OCCORRE AVERE FIDUCIA NELL'INVESTIMENTO IN CULTURA"
- 108 **Armando Roncaglia**
"LA FORMAZIONE NON BASTA: OCCORRONO ANCHE CAPACITÀ DI INNOVARE E ... FIDUCIA NEL FUTURO"
- 110 WALL STREET INSTITUTE DI ANCONA
L'INGLESE COME NON LO AVEVATE MAI STUDIATO"
- 114 **Flavio Guidi**
IL MASTER, UNA SCELTA INTELLIGENTE

S SPECIALE SYMBOLA 122
La bellezza è ecologica

- 144 **INCHIESTA**
IL FONDO DI GARANZIA PER IL TURISMO
- 146 **A CASA DI...**
BENVENUTI AL MUSEO DEL PIANOFORTE E DEL SUONO
- 152 **CULTURA**
Chiara Nochese
"ANIMA INNAMORATA" DANZA ISPIRATA ALLA MERINI
- 156 **I GRANDI CHEF**
Lucio Pompili
- 158 **SPORT**
TUTTI PRONTI PER LONDRA: LABBRACCIO DELLE MARCHE AGLI ATLETI OLIMPI
- 160 **VIAGGI**
PER STACCARE LA SPINA
- 161 SOLUZIONI A DUE PASSI DA CASA
- 162 I VIAGGI DI MICHELA
- 164 **ITINERARI DEL GUSTO**
NASCE GUSTO&MARCHE
I PRODOTTI MARCHIGIANI PRENDONO IL VOLO
- 170 **ML A PORTÈR**
- EVENTI**
- 174 XXIII EDIZIONE DI MUSICULTURA: VINCONO GLI ORAGE
- 176 ENDURANCE LIFESTYLE 2012:
LE MARCHE INCANTANO DUBAI
- 178 **OLQ**



MONDOLAVORO

DIRETTORE EDITORIALE
Flavio Guidi
flavio.guidi@mlmagazine.it

COORDINATORE EDITORIALE
Guido Guidi
guido.guidi@mlmagazine.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Paolo Duranti
p.duranti@mlmagazine.it

CAPOREDATTRICE
Asmae Dachan
a.dachan@mlmagazine.it

COORDINATORE DI REDAZIONE
Marco Palumbo
m.palumbo@mlmagazine.it

UFFICIO COMMERCIALE
commerciale@ggfgroup.it
Tel. 071 2912331

EDITRICE GGF GROUP
www.mlmagazine.it
Registrazione tribunale di Ancona n°12
del registro periodici del 14 aprile 1994

REDAZIONE
Via Albertini, 36 Gross Ancona
60131 Ancona AN
Tel. 071 2133300
redazione@mlmagazine.it

HANNO COLLABORATO AL NUMERO
Roberto Antonella
Margherita Camilletti
Letizia Ciaccafava
Tommaso Costantini
Mariasperanza Cursaro
Fabio Di Giulio
Guido Guidi
Alessandra Monticelli
Laura Osmani
Enrico Picchio
Michela Rossi
Michele Sasso
Alessandro Stecconi
Mario Timio

Chiuso in redazione il 06/07/2012

progetto grafico: Ricciarelli Comunicazione (An)
stampa: Grafiche Ricciarelli (An)

Poste italiane Spa d.l. 353/2003
(conv. in l. 27/02/2004 n. 46)
Art. 1, comma 1,
DCB Ancona autorizzazione
direzionale provinciale pt Ancona

Una copia euro 1,00
Arretrati euro 2,00
Abbonamento annuale euro 10,00
modalità di pagamento
a mezzo versamento su:
C.C. Postale n°4072844
bonifico bancario
presso Banca Popolare di Ancona
Agenzia Ancona 1 - C.C. n°11164
CAB 02684 - ABI 05308 - CIN N
IBAN IT81N053080268400000011164
abbonamenti@mlmagazine.it

Editore GGF Group



BRTCORRIERE
ESPRESSO

PAESE CHE VAI, FILIALE CHE TROVI.

www.brt.it

UNA GRANDE REALTÀ AL VOSTRO SERVIZIO PER DISTRIBUIRE IN ITALIA, IN EUROPA E NEL MONDO CON QUALITÀ E AFFIDABILITÀ:

- Consegne in 24/48 ore di buste, plichi e bancali in Italia, in Europa e nel mondo
- Servizio 10:30 e Servizio Priority (consegna entro le ore 10:30 o 12:00 del giorno successivo al ritiro) nelle principali località italiane
- Tracciamento delle spedizioni e prova di consegna verificabili on-line
- Ampia gamma di servizi accessori (contrassegni, consegne a GDO, a privati, in zone a traffico limitato, ecc...)
- Assistenza clienti personalizzata in tutte le filiali
- Servizi logistici in outsourcing

La *formazione*: lettera aperta ai giovani



Giovani, destinate parte del vostro tempo a curiosare, a cercare, a conoscere: tutto ciò contribuirà al vostro successo professionale ed esistenziale. La conoscenza aprirà gli spazi dell'armonia del vostro vivere quotidiano, conferendovi sicurezza, autostima, autorevolezza, maturità, sincronicità, sobrietà. Requisiti, questi, che vi consentiranno di distinguervi, di farvi apprezzare e di vivere con maggiore serenità; il tutto si traduce in un maggior benessere individuale vostro e di quanti vi circondano.

Cari giovani, chi Vi scrive può affermare di aver rivolto alla formazione una cura ed un'attenzione particolare. Oggi - nonostante non si possa mai dire di aver raggiunto livelli elevati di conoscenza - ritengo, confrontandomi con altri e con i misteri dell'esistenza e degli accadimenti quotidiani, di disporre di buoni strumenti per interpretare la realtà. Di ciò me ne compiaccio. Questo insieme di nozioni e concetti mi danno autostima: se non fosse altro, per l'utilità che il mio sapere può offrire alle persone che mi circondano, sia nel lavoro che nella vita sociale. Ma ciò non mi basta. Quello che mi fa sentire vivo e dà uno scopo all'esistenza è la continua ricerca delle soluzioni. Soluzioni a nuovi quesiti, a nuovi problemi, allo start-up di nuove iniziative. Tutto ciò deriva dalla conoscenza dei comportamenti, delle dinamiche, dei sistemi e dei rapporti interfunzionali. Qualcuno potrebbe dirmi frasi del tipo: "Sei ben integrato nel processo evolutivo di crescita e al contempo partecipi come spettatore informato e artefice sincro del cambiamento ...". Ebbene, la formazione è sempre stata la fonte della crescita del mio pensiero. Ho curato ogni tipo di argomento: classico,

scientifico, psicologico, economico, sociale. Queste conoscenze mi hanno portato a possedere un sapere sistemico dei fenomeni. L'approccio mentale mi fa leggere i fenomeni che mi circondano in modo quanto più compiuto, donando agli stessi significati più universali, funzionali, esistenziali.

Fin da giovane, nonostante la mia umile origine (appartenente ad un bassissimo ceto sociale), pur lavorando già dall'età adolescenziale ho sempre riservato all'apprendimento tempo, attenzione ed importanza di rilievo.

L'acquisizione non è stata soltanto quella prodotta dalla lettura, ma anche quel tipo di sapere che sorge dall'imparare "facendo", dall'osservazione degli accadimenti e della meditazione speculativa, dall'ascolto dei saggi o di quanti testimoniavano best practices.

Ogni momento della nostra esistenza è un banco di scuola. L'abilità è quella di essere sempre umili nella percezione, di eliminare la presunzione cognitiva dell'io e di ascoltare ogni espressione con distacco, senza entrare nel merito valutativo. "Necessita l'approccio del bambino", si dice.

Nell'acquisire bisogna rendersi "spugna". Le conoscenze che si vanno acquisendo dovranno essere solo memorizzate: andranno ad essere utilizzate quando si renderà necessario, con la dovuta concentrazione che deriva dall'esercizio della riflessione o della meditazione.

La conoscenza è legata all'acquisizione non soltanto delle competenze ma anche delle abilità. Entrambe concorrono a creare nella nostra mente gli strumenti per risolvere i problemi nonché sviluppare la capacità di agire, ossia trasformare le idee in azione e in realtà.

Bisogna credere nella formazione, nella crescita e nell'apprendimento continuo.

“La nostra cultura è un giacimento a cielo aperto, che va *valorizzato*”

Come si concilia l'arte di promuovere cultura con l'arte di gestire un'azienda in crescita? Lo abbiamo chiesto a William Graziosi, Amministratore Delegato della Fondazione Pergolesi Spontini di Jesi

di A. Dachan

Perché una Fondazione Teatrale si muove come un'impresa?

“Il teatro e il fatto teatrale vanno vissuti come azienda: al di là del lato artistico, va pensato in modo manageriale e imprenditoriale. Il teatro va inteso, in questo senso, come un'azienda che fa un prodotto artistico che va venduto al pubblico e proprio come ogni azienda deve affrontare al meglio una sana competizione per uscirne vincente.

Oggi si ha bisogno, per gestire anche realtà culturali, di soluzioni efficaci, rapide, che rispondano anche agli obiettivi degli sponsor.

Per questo bisogna soddisfare tre requisiti: qualità, rispondenza, efficace rendicontazione, così da rendersi credibili per il mercato”.

Può apparire insolito che a dirigere un teatro sia un Amministratore Delegato e non un Sovrintendente o un Direttore Artistico?

“Nella Fondazione, la direzione fa capo ad un Amministratore Delegato, espressione dei soci privati che contribuiscono al 24% dei finanziamenti, e che partecipano attivamente alle attività, alla gestione e alla missione dell'azienda.

Le mie funzioni sono le medesime di un Sovrintendente teatrale, ma le modalità operative sono quelle di un imprenditore che cerca di coniugare, nel teatro-azienda, la qualità della proposta artistica con la gestione virtuosa delle risorse, e di moltiplicare le occasioni di lavoro con nuove idee, nuovi prodotti e nuovi mercati.

Con il mondo dell'impresa parliamo lo stesso linguaggio: l'organizzazione è manageriale, le nostre attività creano occupazione sul territorio e fanno da volano per l'economia, i bilanci sono in attivo e trasparenti; da sei anni pubblichiamo il Bilancio Sociale che dà conto della ricaduta economica e sociale delle nostre attività.

Quanto al Direttore Artistico, è una componente importante dell'azienda, il consulente per la parte artistica”.

Come vi muovete verso i nuovi mercati?

“Partiamo dalla consapevolezza che la lirica è una delle eccellenze artistiche italiane più amate all'estero: in altre nazioni studiano l'italiano per avvicinarsi a questo mondo, ci contattano, chiedono formazione.

La nostra storia è stratificata nel tempo: nella lirica non si può prescindere dall'italianità e per questo ci arrivano richieste per

“Il fatto artistico nell’azienda teatro è come il settore design per la fabbrica auto: definisce la linea, poi ogni reparto fa la sua parte per arrivare ad un prodotto credibile, che ottiene i dovuti riscontri e riconoscimenti, come accaduto di recente con il conferimento del prestigioso Premio Abbiati”.



master e corsi di formazione sulla nostra cultura e sulla nostra lingua.

Per questo, ad esempio, abbiamo un ufficio di rappresentanza in Cina, scambi artistici con l’Australia e il nostro sito è tradotto in otto lingue: inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo, cinese e arabo. Il nostro essere pro-attivi ci viene riconosciuto, tanto che sono consulente del Ministro della cultura del Kazakistan e vengo chiamato per consulenze in vari paesi nel mondo”.

Come si concilia l’arte di promuovere la cultura con l’arte di gestire una Fondazione?

“Spesso si vive la parte artistica come preponderante, ma non si può prescindere dalla logica della rendicontazione: non bisogna mai fare il passo più lungo della gamba.

Poi resta il fatto che tutti noi sogniamo e viviamo d’arte, ma così come fanno i bravi imprenditori, dobbiamo saper far fruttare al meglio ciò che abbiamo.

Il cuore del nostro business è la musica lirica; l’attività di produzione lirica è lo spettacolo dal vivo che costa di più, poiché coinvolge un gran numero di maestranze artiche e tecniche, senza parlare della realizzazione degli allestimenti: una mol-

Nata nel 2000, la Fondazione, sostenuta da enti pubblici e da un pool di imprese private, gestisce 6 teatri storici nelle Marche in cui organizza 14 stagioni e rassegne. Aperta 12 mesi l’anno, la sua attività principale è la produzione lirica con il Festival Pergolesi Spontini e la Stagione Lirica di Tradizione del Teatro Pergolesi di Jesi. E’ inoltre editore musicale e si occupa di ricerca musicologica, formazione professionale, nuove tecnologie, divulgazione culturale. Nel 2011 sono state 702 giornate di apertura dei teatri gestiti, 57.937 i frequentatori, 33.965 le giornate lavorative, 630 le maestranze contrattualizzate nelle produzioni liriche.

Ne sono Soci Fondatori la Regione Marche, la Provincia di Ancona, il Comune di Jesi ed il Comune di Maiolati Spontini. Si sono poi associati, quali Partecipanti Aderenti, i Comuni di Montecarotto, di Monte San Vito, Monsano, San Marcello, e di seguito come Partecipante Sostenitore la Camera di Commercio di Ancona. Un gruppo di imprese private, riunite in Art Venture, costituiscono i Fondatori Sostenitori della Fondazione (Leo Burnett, Gruppo Peralisi, Moncaro, New Holland-Gruppo Fiat, Starcom Italia).



titudine di professionisti lavorano per offrire performance di alto valore. Creiamo occupazione, offriamo, in questo modo, opportunità per i giovani che escono dalle Accademie e sognano un lavoro nel settore; con la nostra attività su sei teatri storici siamo un richiamo importante anche per il turismo. Siamo una filiera completa, che parte dalla ricerca musicologica sugli autori (Pergolesi e Spontini), prosegue con il lavoro sulle edizioni critiche (siamo editori musicali, iscritti alla Siae), e di seguito procede con l'ideazione dello spettacolo, la messa in scena, la promozione e via dicendo.

Una delle scelte che abbiamo fatto è quella delle co-produzioni con altri teatri, che condividono i nostri progetti e i nostri valori e in questo modo ottimizziamo i costi e riduciamo le spese”.

La Fondazione ha anche ottenuto riconoscimenti importanti, ce ne vuole parlare?

“Poche settimane abbiamo vinto il Premio Abbiati 2011: si tratta del più prestigioso riconoscimento nel settore lirico-musicale in Italia, ed è stato assegnato da una giuria di critici

musicali per gli allestimenti a Jesi di tutte le opere di Giovanni Battista Pergolesi in occasione delle Celebrazioni Pergolesiane.

Siamo inoltre il primo teatro in Italia ad aver ottenuto, due anni fa, la certificazione UNI EN ISO 9001:2008, e da pochi mesi siamo iscritti a Confindustria Ancona. Infine, siamo l'unico ente di produzione lirica in regione con un doppio contributo dal Fondo Unico per lo Spettacolo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali: per il Festival Pergolesi Spontini e per la Stagione Lirica di Tradizione del Teatro Pergolesi di Jesi.

Vista la vostra realtà di successo e riscontri che continuate ad ottenere, che consiglio darebbe ai giovani che vorrebbero lavorare in teatro, ma sono sfiduciati?

“Di aver amor proprio, amor di patria, di puntare su un patrimonio culturale ed artistico ereditato da secoli di storia nazionale, che è davvero qualcosa di immenso, di grande valore, che altrove, nel mondo, non hanno: basta questa presa di coscienza per riacquisire fiducia e speranza”.

REGIONE
MARCHE



il sesto senso è qui



MARCHE
LE SCOPRIRAI ALL'INFINITO

www.turismo.marche.it



@Marche Tourism



Iphone / Ipad



numero verde turismo: 800 222 111 - numeroverde.turismo@regione.marche.it





Luigi *Catalano*

“Il successo? Un po’ di fortuna, talento e tanta voglia di fare”

di I.Traditi

Napoli-Ancona solo andata. Sono passati 18 anni da quando Luigi Catalano – titolare di Edilcost - approdò nel capoluogo dorico con in tasca un contratto d'appalto per la Marina Militare e tanti sogni nel cassetto. Non poteva ancora sapere che qui avrebbe poi messo radici e che la sua attività gli avrebbe dato tante soddisfazioni, sul piano umano e professionale

41 anni e padre di Denise, appena il lavoro glielo consente torna ben volentieri nel suo paese, Afragola, dove vivono ancora i genitori, la sorella e i nipoti. Del resto il culto della famiglia nella città del Vesuvio è un valore imprescindibile. Ecco perché lui ha stupito tutti quando a metà giugno, durante i festeggiamenti del secondo anniversario della nuova sede di Edilcost, ha dichiarato sul palco: “Mi sento ormai marchigiano a tutti gli effetti. Questa regione, e in particolare la città di Ancona, mi hanno adottato e io continuerò a dare il massimo per il lavoro e per veder crescere la mia attività”. Qualcuno ha detto che Catalano è la perfetta sintesi tra le due regioni, Campania e Marche: della prima porta con sé la strabordante vivacità, l'arguzia, il senso dell'ironia e quell'attitudine all'arrangiarsi che i napoletani hanno saputo tramutare in vera e propria arte. Dalla seconda invece l'imprenditore ha colto e fatto proprie la concretezza, l'abnegazione al lavoro, l'umiltà di non sentirsi mai arrivati, di continuare a impegnarsi sempre come il primo giorno. Il risultato? Edilcost è un'azienda sana, che continua a crescere in termini di fatturato e numero di dipendenti, con nuovi successi e sfide in arrivo. La punta di diamante è il team di collaboratori affiatato, coeso, forte della leadership del titolare.



Difficile inquadrare la giornata tipo di Catalano: ogni mattina la sveglia suona alle 5 perchè di lì a poco lo aspetterà un cantiere, un camion in partenza, un geometra o un ingegnere con cui coordinare le attività. Lui è presente a tutto, “non si lascia sfuggire una virgola”, come confermano anche i suoi dipendenti. La giornata tipo prosegue per 10-12 ore e si dirama su mille fronti oltre a quello strettamente professionale. In particolare nella solidarietà, visto che Edilcost è da anni impegnata a sostenere iniziative nel campo del sociale e della beneficenza. Potremmo citare la lunga collaborazione con l'associazione Patronesse del Salesi, con la Mensa del Povero di Padre Guido, con l'associazione Servizio di Strada Onlus che ha anche portato alla pubblicazione del libro “I Sogni son diritti”. Nel 2009 l'azienda ha inoltre donato all'Ares (Associazione Regionale Emergenza Socio-Sanitaria) un pulmino per gli interventi di soccorso. Sul fronte sportivo invece Edilcost è stata prima sponsor della squadra di pallavolo femminile Conero volley di Ancona mentre per la stagione 2012-2013 ha appena siglato l'accordo di sponsorizzazione con la squadra maschile Robur basket di Osimo, che milita in serie A dilettanti. “Questa regione mi ha dato tanto, mi sembra giusto ricambiare al meglio – ci

COMPANY PROFILE DI EDILCOST

Anno di fondazione: 2003

Settore di mercato: edilizia

Fatturato annuo: circa 5 milioni

Dipendenti: oltre 50

Struttura societaria: socio unico Luigi Catalano

Posizionamento sul mercato: le principali linee di intervento sono l'edilizia pubblica e privata e in particolare modo nel settore delle ristrutturazioni e manutenzioni ordinarie e straordinarie, oltre ai vari interventi stradali, in particolare per pavimentazioni di piazze e realizzazioni di marciapiedi.

Cosa la distingue dalle altre: Edilcost attualmente è attestata presso l'Organismo di Attestazione SOA RINA S.p.A. di Genova nelle Categorie OG1 (opere edili) ed OG3 (opere stradali), la prima di classe III/bis e l'altra di classe II. Ha inoltre la certificazione ISO 9001, ma ciò che accanto alle certificazioni contribuisce a distinguerla sul mercato è la continua ricerca delle soluzioni lavorative più innovative e dei prodotti tecnologicamente più avanzati.

Principali clienti: enti pubblici, ospedali, scuole, Comuni, principalmente nel Centro Italia.

rivela l'imprenditore - il segreto del successo per me è non fermarsi mai, ma cogliere le nuove sfide con grinta e determinazione”.

Come ha deciso di diventare imprenditore?

“In realtà non è stata una decisione, ho seguito le mie personali inclinazioni che naturalmente mi hanno portato verso il mondo imprenditoriale. Sono stato spinto principalmente dalla mia voglia di fare, di creare e di crescere”.

Qual è stato, riassunto in poche parole, il Suo percorso professionale fino ad oggi?

“Ho iniziato come molti con una piccola impresa con pochi operai e man mano con la mia caparbia, l'impegno e forse a volte un po' di fortuna ho cercato di cogliere le opportunità che mi si sono presentate e dare il massimo ad ogni occasione per portare la mia azienda sempre più in alto”.

Quali sono i progetti futuri per la Sua azienda?

“Chiaramente il mio progetto più grande e ambizioso è quello di continuare a crescere. Forse non dovrei dirlo per scaraman-



zia, ma il mio sogno è quello di vedere scritto sulla mia carta intestata "Edilcost Spa".

Qual è la motivazione più grande che l'ha spinto a diventare imprenditore?

"E' bastato seguire le mie naturali inclinazioni. Il mio carattere forte e la mia tenacia hanno fatto da propulsore nel raggiungimento dei traguardi che di volta in volta mi proponevo".

Qual è stato il momento di massima soddisfazione nel lavoro? E quello di maggiore paura?

"Un momento di particolare soddisfazione, che per me è stato uno dei primi traguardi e che ricordo ancora con emozione, è stato quando siamo passati dalla contabilità semplice a quella ordinaria.

Da quel momento ho avuto la chiara percezione di quanto stavamo crescendo e questo mi ha riempito di orgoglio. Invece un momento che spesso mi fa riflettere e forse a volte mi fa paura è il presente, questa particolare congiuntura economica dove regnano preoccupazione e incertezza che noi tutti stiamo affrontando".

Cerca mai consigli all'esterno? Dove li trova?

"Chiedo sempre l'opinione di tutti, mi piace conoscere i pareri dei miei amici e dei miei colleghi imprenditori, ma alla fine mi isolo per un po' da tutto il resto e cerco la soluzione più giusta per me in base alla situazione e alle circostanze in cui mi trovo".

In che percentuale contano rispettivamente la fortuna e le capacità individuali?

"La fortuna è senz'altro molto importante e come dicono i detti antichi "meglio nascere fortunati che ricchi". Comunque è innegabile che sono importanti soprattutto le capacità personali, quindi direi che per me al 60 per cento contano le capacità individuali e al 40 per cento la fortuna".

C'è una figura di imprenditore che ammira in particolare? Perché?

"Due in particolare. Il primo è Adriano Olivetti, grande innovatore, sempre alla ricerca di un'armonia tra lo sviluppo industriale e il benessere dei propri dipendenti. Un sognatore ma che in breve arrivò a competere con i giganti del mercato mon-

diale. Il secondo è Enzo Ferrari, anche in virtù della mia grande passione per le auto! Ferrari è il simbolo dell'Italia che vince, il cavallino è oggi il brand nazionale più conosciuto al mondo. La vita di questo imprenditore è stata costellata di successi ma anche di grandi perdite e dolori”.

Quanto contano le relazioni pubbliche e sociali nel suo lavoro?

“Credo che le relazioni pubbliche e sociali siano fondamentali nel mio lavoro. Infatti questo è un campo al quale dedico molte delle mie attenzioni. La capacità innata di tenere delle buone relazioni sociali mi ha sempre aiutato nel mio lavoro. Inoltre mi piace dedicarmi alla solidarietà perché credo sia giusto aiutare chi è stato meno fortunato di me, ma senza proclami e senza volerne guadagnare niente in termini di immagine o pubblicità. Per me è una grande gioia aiutare gli altri, tutto qui”.

Che consiglio vorrebbe dare a chi intende intraprendere un'attività?

“Di restare sempre concentrato sugli obiettivi che si prefissa e di non lasciarsi abbagliare da chi prospetta facili guadagni con minimi sacrifici”.

Come immagina la sua azienda tra cinque anni?

“Immagino un'azienda ancora in espansione, ma non intendo dare ulteriori particolari perché non vorrei frenare da solo le mie possibilità”.

Cos'è il successo per Lei?

“Il successo è continuare ad inseguire costantemente standard sempre più elevati e al contempo mantenere il contatto con il territorio ed il sociale”.





NUTRE CON LEGGEREZZA



PROTETTA DALLE GROTTE DI FRASASSI, VIVE OGNI GIORNO CON LA TUA FAMIGLIA.

Dal cuore verde delle Marche, Acqua Minerale Frasassi. Sgorge leggera nel Parco Naturale Gola della Rossa e di Frasassi, e unica, scorre protetta da Grotte millenarie arricchendosi di preziosi minerali e microelementi, per portare ogni giorno sulla tua tavola la naturale leggerezza di un'acqua che con un'equilibrata presenza di minerali aiuta tutta la famiglia a sentirsi bene. Acqua Frasassi, nutre con leggerezza.


FRASASSI

“Puntiamo su Ingegneria gestionale, per dare maggiori *chances* ai nostri laureati”

Giorgio Petroni, oltrechè Rettore dell'Università di San Marino è uno dei massimi esperti in Italia nell'insegnamento in campo ingegneristico (essendo stato un pioniere in diverse Università italiane fin dagli anni Settanta). A ML spiega perchè l'Ateneo della Repubblica del Titano ha deciso di investire in questo nuovo corso

di P.Duranti

Professor Petroni, Lei spesso afferma che per una quindicina d'anni quella di San Marino è stata un'Università di studiosi e non di studenti. Cosa intende dire?

“Perchè per moltissimo tempo si è svolta un'intensa attività di ricerca, con l'aiuto di studiosi di primissimo piano. Ma per comprendere appieno il significato di tale espressione occorre fare un passo indietro, ricordando l'origine dell'Ateneo”.

Prego.

“La nostra Università nacque nel 1985, cioè in un periodo in cui tutti i piccoli Stati si dotarono di un centro universitario. Pensiamo ad esempio al Principato di Monaco e ad Andorra”.

Quindi anche San Marino.

“San Marino interagisce col mondo: è membro dell'Onu, del Fondo Monetario Internazionale, del Consiglio d'Europa, dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, ha un corpo diplomatico, con un'ambasciata a Bruxelles, una a New York ... Quindi si avvertiva il bisogno di un centro di interazione culturale, tanto più considerando che in quegli anni la Repubblica del Titano era economicamente florida. Così nacquero vari Dipartimenti di ricerca: studi storici – che ha sempre attratto numerosi studenti da tutta Europa –, studi filosofici (fondato da Umberto Eco), di economia e tecnologia, di formazione, di comunicazio-

ne. E così fino agli anni Duemila l'Ateneo si è concentrato sulla ricerca e sui master”.

Poi cosa accadde?

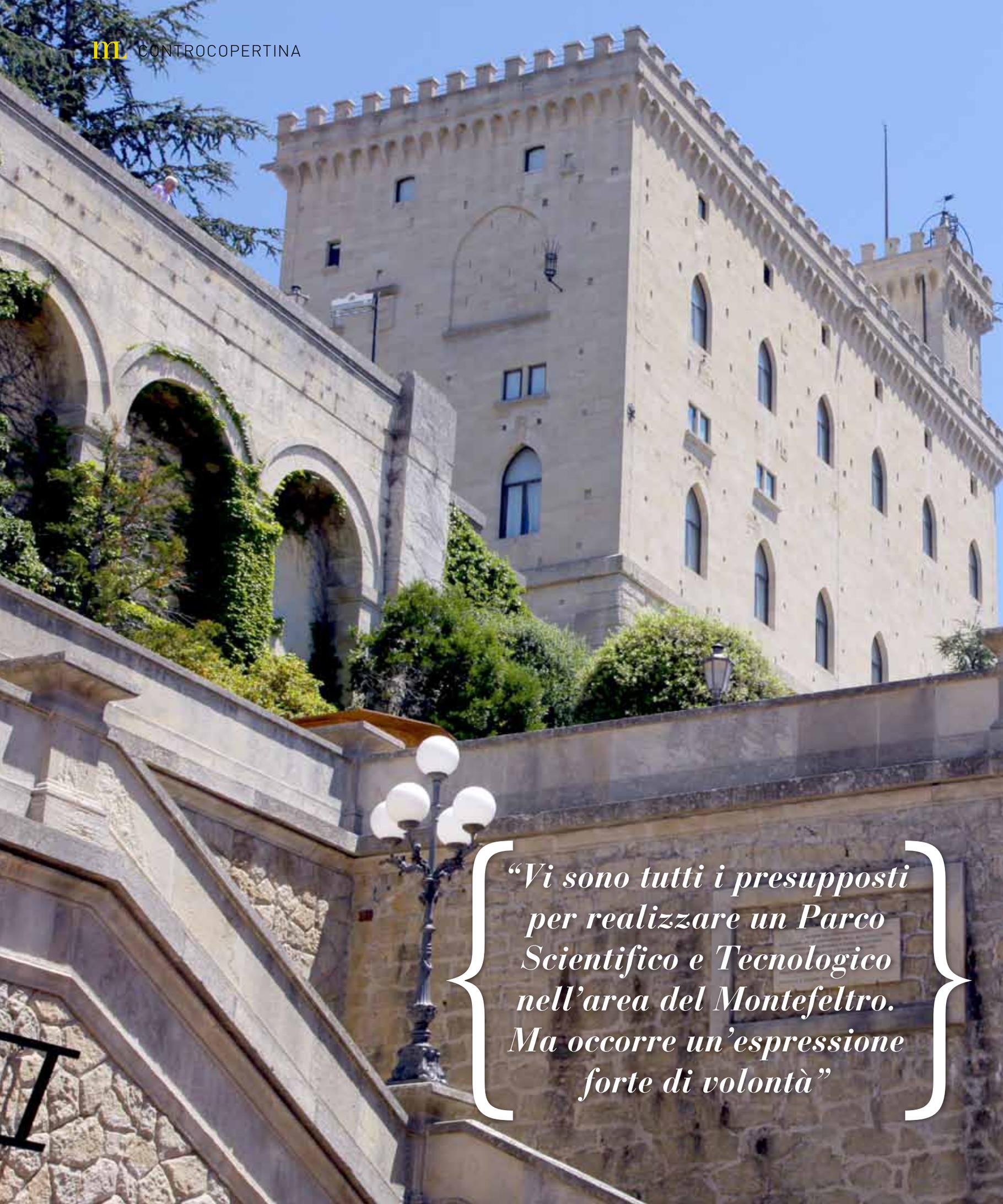
“Da qualche anno l'Università ha saputo trasformarsi in una bella realtà a disposizione non soltanto degli studiosi ma anche degli studenti. Il che significa organizzare corsi formativi in linea con le esigenze del tessuto economico locale. Non dimentichiamo, infatti, che confiniamo con una provincia – Pesaro e Urbino – che conta 42mila imprese. Per cui oggi la mission dell'Università di San Marino deve guardare a tre orizzonti: essere utile alla nostra piccola Repubblica; continuare a fare ricerca di buon livello; realizzare una formazione funzionale alle aziende”.

Il corso di Laurea in Disegno Industriale – che stando ai numeri ha avuto un enorme successo – va in questa direzione?

“Assolutamente sì. I giovani che escono da questo corso generalmente non incontrano problemi a trovare un'occupazione adeguata alle loro aspettative. Non poteva essere altrimenti: la piccola impresa è solitamente dotata di poca tecnologia, deve fare ricorso anche ai fattori di ordine estetico, culturale, visivo ... in fondo parliamo di made in Italy! Il designer è una figura molto richiesta, attorno alla quale il mondo universitario italiano non ha mai prestato la dovuta attenzione”.



*“Crediamo più
alle attività
produttive che
al mondo
della finanza”*



“Vi sono tutti i presupposti per realizzare un Parco Scientifico e Tecnologico nell’area del Montefeltro. Ma occorre un’espressione forte di volontà”

E anche l'ultimo nato, il corso in Ingegneria gestionale, è stato pensato in quest'ottica, sfruttando le Sue esperienze pluridecennali in questo settore? Lei infatti può essere considerato uno dei fondatori dei corsi di laurea in Ingegneria gestionale in Italia: all'inizio degli anni Settanta a Cosenza, poi a Udine, Parma, diversi anni a Padova ...

“Ed ora San Marino. Abbiamo pensato di offrire un corso in Ingegneria che dia ai giovani la possibilità di coniugare aspetti di natura tecnica ad altri prettamente economici. Vede, l'ingegnere di oggi, seppur altamente

specializzato e professionale, difficilmente sa leggere un bilancio. Ma il mercato lo chiederebbe. Le statistiche ci aiutano a comprendere meglio il fenomeno: in Italia negli ultimi anni le matricole in questo corso di laurea sono raddoppiate”.

Nelle università emiliano-romagnole e marchigiane non vi è un corso simile?

“Da Bari fino a Bologna no. Solo qui a San Marino”.

Professore, parliamo del progetto di realizzare un Parco scientifico-tecnologico nel Montefeltro.

“A questo proposito dobbiamo partire da un dato di fatto. San Marino si è sviluppato essenzialmente lungo l'asse della superstrada: qui vivono e lavorano quasi tutti i sammarinesi. E' una Città-Stato inserita nel Montefeltro, cioè un'area i cui confini sono praticamente tracciati da tre fiumi: il Marecchia, il Conca e il Foglia, e nella quale vi sono 24-25 paesi. Sa come gli economisti hanno definito il Montefeltro? Un “cono d'ombra”, perchè non ha di

fatto conosciuto lo sviluppo in-

dustriale che invece ha caratterizzato le aree circostanti, cioè il riminese e il pesarese. E' una sorta di Sud nel Nord. Ne consegue l'assoluta necessità di realizzare iniziative in grado di rivitalizzare il territorio. Noi abbiamo proposto un Parco Scientifico e Tecnologico, ritenendo che ve ne siano tutti i presupposti”.

Il progetto sta andando avanti?

“Ora occorre una forte espressione di volontà per fare un centro di eccellenza tecnologica, che sia in grado, in un secondo momento, di esportare i risultati raggiunti. Serve la giusta determinazione, sia da parte dei privati che degli amministratori pubblici”.

In Italia però l'esperienza dei Parchi Scientifici non ha ancora preso piede come all'estero.

“In altri Paesi come Stati Uniti o Gran Bretagna vi è una cultura diversa, che ha consentito a queste realtà di svilupparsi e di essere di grande aiuto sia per il mondo accademico, sia per il mondo imprenditoriale. In Italia da questo punto di vista siamo in ritardo anche perchè si è sempre posta molta attenzione ai distretti, mentre questi evaporavano ... Inevitabile, fino a quando non si inseriscono dei differenziali sul lavoro”.



Corrado *Olmi*

Una laurea in Giurisprudenza e una vita tra teatro e cinema: vive a Roma, ma le sue radici e il suo cuore restano jesini. È Corrado Olmi, l'indimenticabile Don Anselmo del film "Bello, onesto e immigrato sposerebbe giovane compaesana illibata"; lo abbiamo incontrato lungo la costa anconetana, dove passerà le sue vacanze estive

di A. Dachan

Signor Olmi, ben tornato nelle Marche!

"Grazie. Mi fa sempre piacere tornare a casa. Anche se tanti parenti e amici non ci sono più, ho tutt'ora un legame molto forte con le Marche e tutti gli anni, appena arriva la bella stagione, torno qui. Quando ero più giovane e lavoravo, mi fermavo spesso nella mia casa di Falconara: era un po' un punto d'arrivo per me, ma anche per colleghi e amici, con la sua posizione diciamo a metà dell'Italia, né troppo a Nord, né troppo a Sud... in una collocazione perfetta!".

Lo scorso aprile è tornato a Jesi per presentare il suo Zibaldino: vuole raccontarci questa sua nuova avventura?

"Ho voluto affidare a questo scritto quelle che sono un po' le mie memorie, i miei ricordi, le mie riflessioni da uomo che ha superato abbondantemente gli ottant'anni. Sono pensieri messi lì, come mi sono venuti, come li sentivo: non sono

uno scrittore, ma ho voluto condividere una parte di me con gli altri, con chi mi conosce come uomo e come attore, ma anche con chi avrà voglia di leggere qualcosa che non ha un capo, né una coda. L'ho pubblicato grazie agli amici dell'azienda Mättoli, con cui già in passato avevo fatto cose interessanti. A Jesi l'ho presentato presso il Teatro Studio Moriconi e il ricavato delle vendite è andato a sostegno dello Iom".

Se le chiedessi di raccontarmi l'esperienza professionale che ricorda con più emozione, dove la porterebbe la memoria?

"Devo dire che ho sempre amato ciò che facevo e ricordo con emozione e gioia ora una cosa, ora l'altra, senza necessariamente una ragione specifica. Si andava in giro, si viaggiava, si facevano ogni volta esperienze nuove. Io ho iniziato la mia carriera a Jesi, ma è stato poi a Roma che sono diventato un professionista,

lavorando, oltre che in teatro, anche al cinema e in televisione e la televisione di allora non è quella di oggi, il contesto era diverso, la gente pure. Però il mio grande amore è rimasto sempre il teatro, il palco, la scena allo stato puro. Con Valeria Moriconi e altri attori ho visto, nel lontano 1947, la prima edizione del Concorso Filodrammatico Provinciale. Ho sempre amato misurarmi partecipando a concorsi e iniziative che mi permettessero di farmi conoscere e di andare avanti".

Che messaggio vorrebbe dare ai giovani che si affacciano a questo tipo di lavoro?

"Di farlo solo se lo amano davvero, se sono disposti a sacrificarsi, a mettersi continuamente in gioco, a reinventarsi. Quando fai qualcosa che ami, allora tutto ha un senso, un sapore, una continuità... non è così anche per lei che fa la giornalista?".

Assolutamente sì!

I ricordi, le idee, l'umorismo e la malinconia dell'uomo e dell'attore, le tradizioni e i costumi della sua Jesi ... tutto affidato allo "Zibaldino - riflessioni di un ottuagenario", un libro edito a scopo filantropico dall'azienda jesina Màttoli e curato, nella veste grafica, da Ezio Bartocci e dedicato a Luigi Tinelli. "Ricordi, considerazioni, divagazioni, aneddoti presi qua e là e messi qui, a casaccio senza capo né coda".

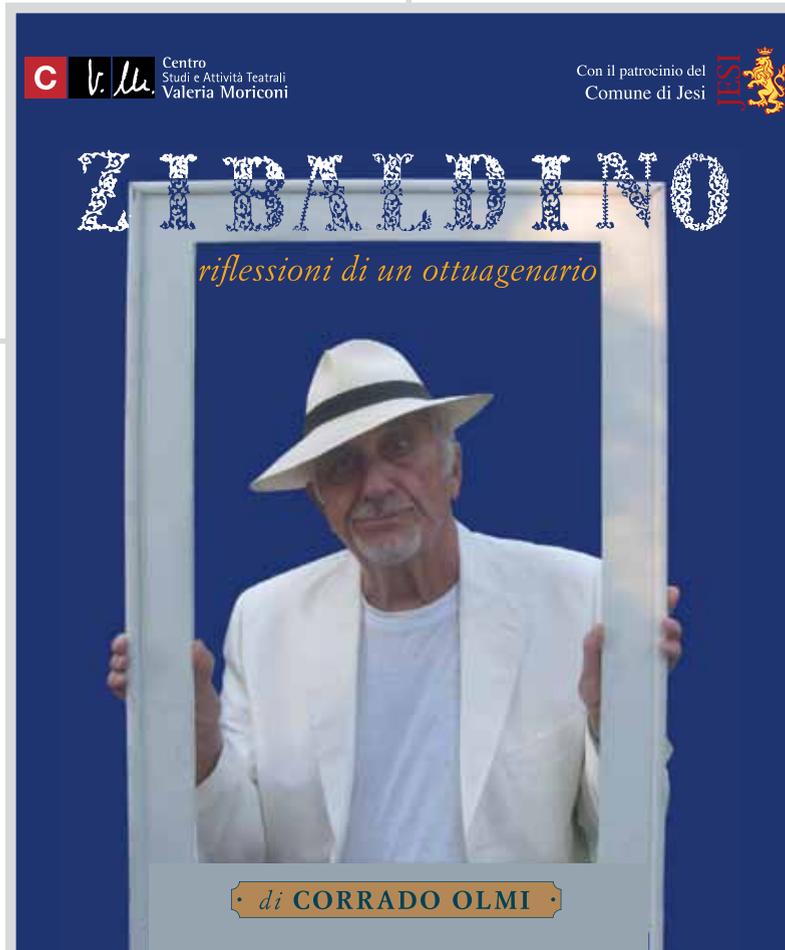
"A Roma, quando ci riunivamo tra amici marchigiani (saremo stati una trentina), lui si faceva precedere da uno stoccafisso che il cuoco dell'Albergo Universo ci cucinava all'"Anconetana".

Poi, dopo aver mangiato e ben bevuto, con molta insistenza lo invitavamo a cantare e lui, con molta riluttanza, alla fine cantava. Una volta si rivolse a me perché dicessi una poesia e io, ringraziando cortesemente, fermamente rifiutai. "Ma come?" – disse lui mezzo incazzato – io ho cantato "Mamma" e pure male, dopo questa mangiata e tu vuoi passarla liscia?" E così mi toccò recitare "La prima 'olta a teadro all'Otello de Verdi" in dialetto jesino che Beniamino Gigli, recanatese, apprezzo e comprese".

"Con lei, nella nutrita compagnia di 16 personaggi, anche Corrado Olmi che "è stato magnifico! Ha saputo rendere con estrema efficacia il classico tipo dell'insegnante di matematica. Ha recitato con bella sicurezza, dando alla sua interpretazione

un'impronta personalissima ...".

(<http://www.comune.jesi.an.it/moriconi/debutto.htm>)



Ha recitato in 28 film dal 1959 al 1988 in Italia sotto la direzione di 24 registi tra i quali Giorgio Capitani (2 film), Pasquale Festa Campanile (2 film), Leandro Castellani

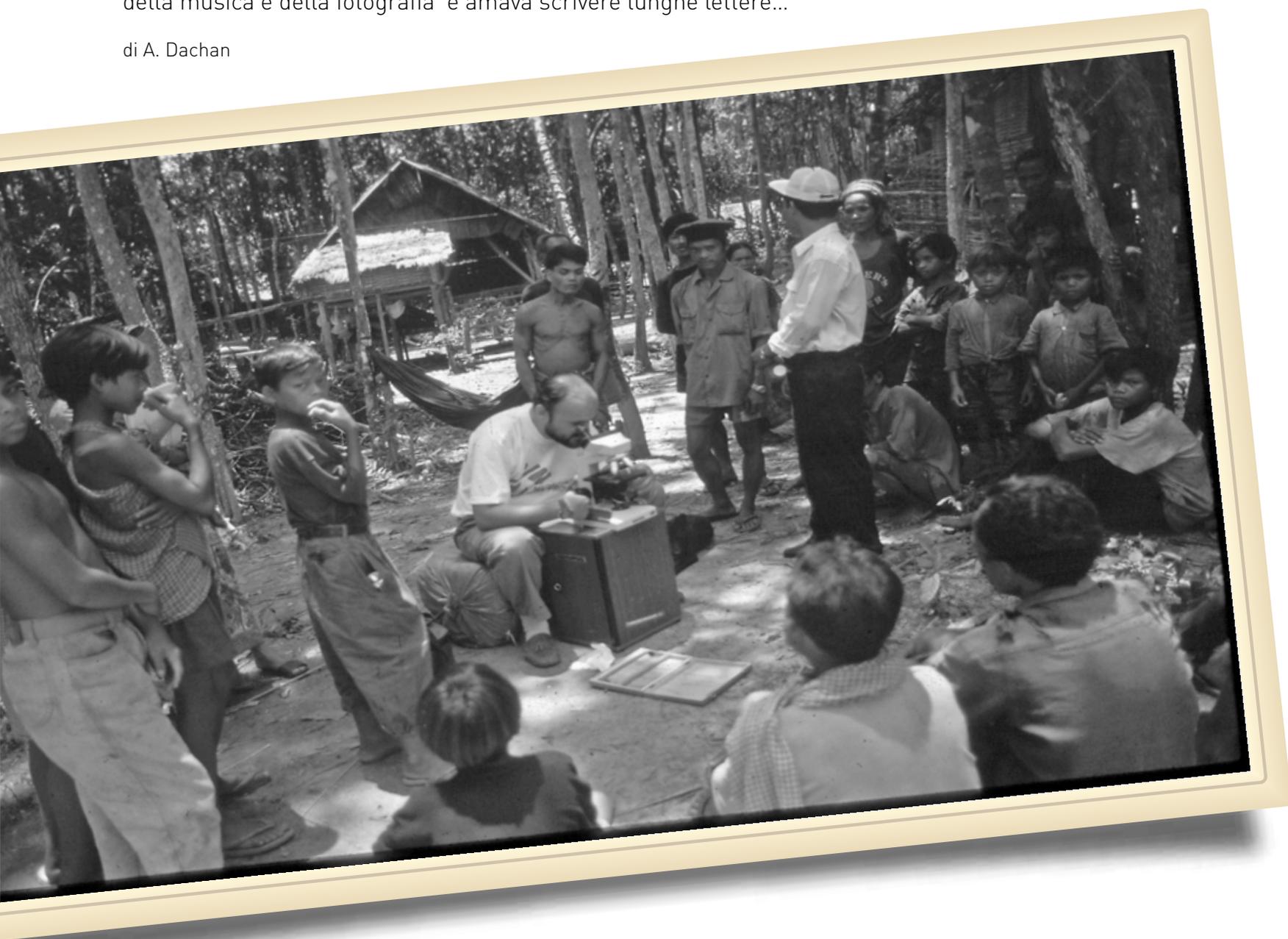
(2 film), Luciano Salce (2 film), lavorando in film di genere avventura, biografico, comico, commedia, drammatico, film a episodi, poliziesco, teatro, western. Per il film La cena (1998) di Ettore Scola vinse un Nastro d'argento al migliore attore non protagonista assieme a tutto il resto del cast. Nel 1993 ha ricevuto il premio "Una Vita per il Teatro" conferitogli in Campidoglio.

Carlo *Urbani*

Il “Medico del mondo”

Questo mese abbiamo deciso di ripercorrere, attraverso i ricordi di chi lo ha conosciuto da vicino, la vita e l'impegno di Carlo Urbani, medico di Castelplanio, a cui si deve la scoperta della Sars. Uomo di gran cuore, impegnato con l'Associazione Medici Senza Frontiere, padre di tre figli, Urbani aveva la passione della musica e della fotografia e amava scrivere lunghe lettere...

di A. Dachan





IL RICORDO DELLA MADRE, MARIA SCAGLIONE

“È bello raccontare Carlo attraverso la voce della famiglia: ogni uomo va, infatti, ritrovato nelle sue radici e le sue radici sono proprio nella famiglia. Il nostro parroco diceva che Carlo era molto legato alla sua terra, a Castelplanio, ma al tempo stesso amava e parlava sempre del mondo che aveva conosciuto fuori, dei problemi che affrontava, delle diverse realtà con cui veniva a contatto. Teneva molto a coinvolgere i bambini, i ragazzi e gli adulti nei suoi racconti, descrivendo il mondo nel quale si muoveva, non per svolgere quello che comunemente si chiama lavoro, ma per appagare il suo desiderio di ricerca di pace, intesa come riconoscimento del diritto di ogni individuo ad una vita di dignità e salute. Parlando di Carlo a nove anni dalla sua scomparsa mi trovo a non ripercorrere il suo cammino nelle varie tappe e fasi di manifestazione della sua crescita; mi trovo, invece, soprattutto a sottolineare i valori che Carlo ha coltivato e per i quali si è sempre impegnato e che si sintetizzano nel termine “Solidarietà”. Mi capita spesso di rivolgermi ai ragazzi e di evidenziare la determinazione di Carlo, l’attenzione, che, sin da piccolo, riservava al territorio, al tempo dedicato ai più deboli (come quando ha organizzato

un campo estivo a Castelplanio per i ragazzi disabili)... ma ancora più indietro lo vedo impegnato nell’organizzare, per i ragazzi del paese, vacanze estive in cui poter stare e crescere insieme.

Sotto il profilo professionale, se si intende con la parola lavoro quel qualcosa che ci stimola continuamente a realizzare noi stessi, allora dico che Carlo ha sempre lavorato, sin da ragazzo. Ricordo il campo “Mani tese”: in quell’occasione Carlo ha conosciuto i missionari saveriani; frequentava ancora il liceo. A volte mi chiedo se è stato proprio in quell’occasione che si è aperta ai suoi occhi la finestra del “terzo mondo” di cui tanto leggiamo. Per Carlo è stato un momento particolare, che lo ha profondamente segnato.

Era un giovane sensibile, che si arricchiva attraverso la lettura delle storie di grandi personaggi: Antonino Bello (Vescovo di Bari), il dottor Schwitzer, che era il suo mito e così via. Ha cercato nella lettura quei personaggi che alimentavano ulteriormente il suo vivere senza confini. Un’altra caratteristica di Carlo era il suo amore per la scrittura: dalla Cambogia e da Vietnam raccontava della sua vita i luoghi lontani – le lettere a Suor Annamaria Vissani, sua amica e confidente, parlavano



della sua interiorità. Da Hanoi aveva scritto: "Ho fatto dei miei sogni la mia vita e il mio lavoro". E sperava di veder crescere i figli "Abbattendo barriere", in difesa della dignità della persona".

Ci sono molte figure che Carlo ricordava nelle sue missive con affetto, come ad esempio la nonna. Mia suocera, che da giovane era stata maestra, era in pensione quando sono nati i miei tre figli ed è così riuscita a seguirli in maniera completa e soprattutto, con il cuore. In una lettera dal Vietnam Carlo ricorda la nonna come la sua prima maestra, che gli raccontava delle storie che erano scritte solo sui libri, ma che per lui rappresentavano la realtà. Poi c'era il parroco che lo ha accompagnato sin da bambino, oppure la sua insegnante di storia e filosofia del liceo, una persona sensibile e molto attenta ai giovani. Una frase, in particolare, Carlo ricordava sempre di questa docente: "Sei forte e nella vita riuscirai a superare ogni ostacolo"; è un messaggio molto significativo, che certamente lo ha aiutato a crescere con degli stimoli importanti. Carlo sceglieva argomenti di spessore anche a scuola, trattava spesso, nei suoi temi, di popoli dimenticati... Per l'esame di maturità gli chiesi quale autore o brano avesse scelto. Mi rispose con Ungaretti: "Mi illumino di immenso". Poche parole, gli dissi. Ne ricordo il sorriso.

Era un medico che viveva il suo mestiere applicandosi con passione ed empatia, impegno nella ricerca; lottava per ciò in cui credeva, entrando, così, nell'associazione Medici senza Frontiere e partendo poi la Cambogia. Dal 2000 era stato nominato dall'OMS esperto regionale per la Regione del Pacifico Occidentale e dislocato ad Hanoi, in Vietnam. con lo scopo di

continuare idealmente il suo impegno, seguendo i suoi ideali, il 23 luglio 2003 è costituita l'AICU, Associazione Italiana Carlo Urbani. Ha sede in Castelplano".

IL MESSAGGIO DELLA MOGLIE, GIULIANA CHIARINI

"Ciò che più caratterizzava e distingueva Carlo era la sua disponibilità per il prossimo, tutti, senza distinzione. Abbiamo vissuto per tre anni in Vietnam, dove gli era stato proposto di recarsi come medico e dove lui, senza esitazione, ha accettato di andare. Non si risparmiava mai, non si tirava indietro di fronte a nulla. Ricordo, ad esempio, il caso di una signora malata, che si trovava presso l'Ambasciata italiana e che, per la precarietà delle sue condizioni, doveva essere riportata in Patria, ma che doveva assolutamente essere accompagnata in viaggio da un medico. Così è partito, l'ha assistita nel viaggio, l'ha seguita fino alla destinazione prevista e, il giorno stesso, dopo interminabili ore di volo, è ripartito per il Vietnam. Io, che da giovane ero timida, persino un po' paurosa, restai ai cambiamenti radicali, con Carlo superavo ogni esitazione: era una persona capace di trasmettere serenità, fiducia, forza. All'epoca del Vietnam nostra figlia aveva un solo mese di vita: abbiamo affrontato il viaggio, il trasferimento, l'adattamento in un ambiente così diverso dal nostro con grande serenità, così come era già avvenuto nel '97, quando il secondo dei nostri figli aveva solo un anno e mezzo e ci siamo trasferiti in Cambogia. Sono partita con lui, con la voglia di conoscere, esplorare, provare sulla mia pelle cosa volesse dire vivere in certi contesti, adattarsi, aprirsi al diverso, rispettare le abitudini degli altri. L'insegnamento più grande che mi ha lasciato è senza dubbio

“Amava la musica, amava cucinare, stare insieme agli altri, volare in deltaplano, scattare fotografie e proprio attraverso la fotografia aveva coinvolto la famiglia nell’amare quei luoghi che aveva conosciuto. Nella biblioteca di famiglia aveva trovato un libro di Schweitzer: questa lettura lo influenzò molto, sognava di diventare medico come lui”.

quello di essere altruisti: cerco di trasmetterlo ogni giorno ai nostri figli, affinché non dimentichino mai che essere vicini a chi ne ha bisogno è un qualcosa di fondamentale e al tempo stesso un qualcosa che ti arricchisce, senza chiederti troppi sforzi. Tengo a dire che Carlo non amava essere definito “eroe” e che non lo è stato: era la sua vita, il suo modo di fare. Negli ultimi giorni di vita, quando stava davvero molto male, ha confidato al sacerdote che lo assisteva: “Mi considero soddisfatto; nella vita ho fatto quello che volevo. Mi addolora solo lasciare i miei figli...”.

MAURO RAGAINI, PRESIDENTE DI AICU: “CARLO URBANI, UN ESEMPIO PER TUTTI NOI”

“Per tutti noi, che a vario titolo siamo impegnati nell’Associazione Carlo Urbani Onlus (AICU), il nome di Carlo evoca l’impegno umano e sociale per il diritto alla salute di tutti, anche di chi vive in zone del mondo dove tale diritto non è garantito. È stato un esempio nel ricordarci che la professione del medico può essere vissuta e svolta in tanti modi e, fra questi, quello di essere idealmente, ma anche fisicamente, vicino a chi non dispone dei mezzi indispensabili per avere accesso alle terapie e all’assistenza sanitaria. L’impegno umanitario e professionale di Carlo Urbani, anche nella sua funzione di Presidente della sezione italiana di “Medici Senza Frontiere”, che nel 1999 ha fatto parte della delegazione che ha ritirato il Premio Nobel per la Pace, si è caratterizzato anche nel ricordare, in più occasioni, che in certe parti del mondo si muore persino per le malattie più banali e che per altre, come le malattie parassitarie che colpiscono soprattutto i bambini, basterebbe

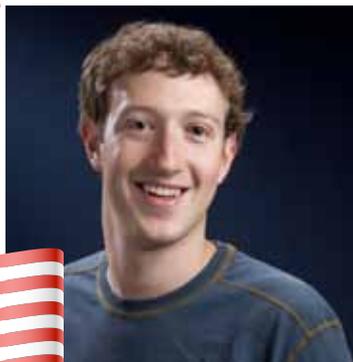
un’adeguata educazione sanitaria, con l’introduzione permanente di regole igieniche minime. L’AICU cerca di mantenere vivo il suo ricordo di Carlo e del suo ultimo sacrificio quando ha incontrato il virus della famigerata “Sars” e per primo lo ha riconosciuto, osservato nei suoi letali effetti e allertato il mondo intero tramite l’OMS. Come Associazione facciamo quello che possiamo, ma dobbiamo riconoscere realisticamente che ideali ed entusiasmo, da soli, non sono sufficienti a produrre risultati tangibili. Mi auguro che, anche in momenti di crisi economica come quella attuale, non si smarriscano il senso della solidarietà e la consapevolezza che gran parte del mondo vive al di sotto della soglia di povertà ed ha bisogno del nostro aiuto concreto, affinché la salute sia effettivamente un diritto riconosciuto e tutelato. Ringrazio fin d’ora tutti coloro che vorranno aiutarci e sostenerci nella nostra attività per mantenere vivi e operanti gli insegnamenti, la testimonianza ed il sacrificio del nostro amico e conterraneo Carlo Urbani”.

L’AICU raccoglie fondi per finanziare attività di formazione del personale sanitario, destinato ad operare nei paesi in via di sviluppo, mettendo a disposizione risorse, per realizzare progetti e campagne, insieme con importanti organizzazioni internazionali, per combattere le malattie infettive e parassitarie. Collabora con missioni cattoliche che gestiscono ospedali in Africa e nelle Filippine.

Info: www.aicu.it

NEWS DAL MONDO

USA: Facebook compra Face.com



Oggetto di indiscrezioni dallo scorso maggio, l'acquisizione di Face.com da parte di Facebook è stata confermata lunedì 18 giugno. Società israeliana, specializzata nella realizzazione di soluzioni per il riconoscimento facciale, indica che continuerà a mantenere attive le relazioni con gli sviluppatori di terze parti, anche se il suo team sarà presto integrato in quello di Facebook. Face.com lavora sulle applicazioni di riconoscimento facciale, permettendo ad esempio di identificare automaticamente i propri contatti in una foto per citare poi il loro nome su un social network.

Il 15 giugno la Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo ha denunciato una strage di contadini da parte della polizia nelle terre di Morubi, nel distretto di Curuguaty, nel nord del Paraguay. Le vittime sarebbero almeno 18, delle quali 11 contadini e 7 poliziotti rimasti uccisi negli scontri. I contadini dicono che si è arrivati a questo punto per la mancanza di politiche sociali statali e dei governi, compreso l'attuale "progressista", che non hanno dato priorità alla riforma agraria in Paraguay.



PARAGUAY: Massacro di contadini a Morubi, si inasprisce lo scontro di classe



GRAN BRETAGNA: Assange in fuga per la libertà



Il fondatore di WikiLeaks, Julian Assange, si è rifugiato nell'ambasciata dell'Ecuador a Londra. Obiettivo: evitare l'estradizione in Svezia, ma soprattutto il probabile trasferimento negli USA. La scelta di Assange non è casuale: nel 2010, in seguito alla reazione furiosa degli Stati Uniti ai rilasci di documenti di WikiLeaks, era stato proprio l'Ecuador (anche se ufficialmente il Paese smentisce) a proporgli "un rifugio" nel caso in cui gli Usa fossero passati dalle parole ai fatti contro WikiLeaks e contro il suo fondatore. La Svezia vorrebbe processare Assange per due casi di presunto stupro, mentre gli USA gli contestano la violazione di documenti di assoluta segretezza.

Il punto giusto
da cui partire >



FARE IMPRESA

Informazioni, consulenza,
finanziamenti, supporto:
accompagniamo per mano
la nascita dell'impresa.

Ancona, Via Fioretti 2/a - Tel. 071 22931
www.confartigianato.an.it



Confartigianato
Imprese ANCONA

Un successo l'edizione 2012 della Fiera della Pesca di Ancona



Dal 21 al 24 giugno Ancona ha ospitato la 72esima edizione della Fiera della Pesca, lo storico punto di riferimento per la promozione del settore ittico. La manifestazione – che è nata nel 1933 e nel 1954 è stata dichiarata internazionale – nel corso degli anni ha visto la presenza di numerose aziende nazionali e straniere dei settori cantieristico (motore, scafo, allestimenti), dei servizi e delle attrezzature per la pesca e l'acquacoltura, nonché per la conservazione e trasformazione dei prodotti.

In controtendenza rispetto al dato nazionale, i depositi di marchi e brevetti nella provincia di Ancona proseguono, anche nell'anno 2011, il loro trend positivo di crescita con un totale di 808 primi depositi. Il dato è emerso nel corso di un seminario tecnico sulla tutela dei marchi all'estero e, in particolare, nei Paesi Bric (Brasile, Russia, India e Cina) che si è svolto ad Ancona il 26 giugno scorso, organizzato dalla Camera di Commercio di Ancona.



Brevetti e marchi per combattere la crisi

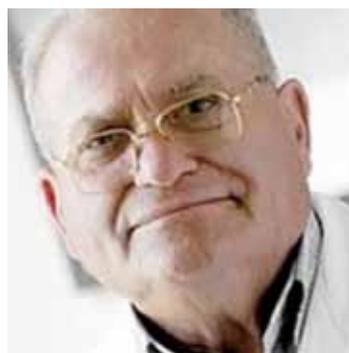
Ascoli Piceno: 100 mila euro per accesso al micro credito



Il Presidente della Provincia di Ascoli Piceno Piero Celani e l'Assessore al Bilancio Vittorio Crescenzi hanno annunciato, il 27 giugno scorso, che sono stati stanziati 100 mila euro del bilancio provinciale per il Fondo regionale di garanzia per le imprese. Si tratta di uno strumento diretto a favorire l'accesso al credito delle micro e piccole aziende, attraverso la concessione di garanzie di secondo grado per attivare la massima liquidità possibile.

Si è spento sabato mattina 1 luglio, all'età di 78 anni, l'imprenditore Enrico Fabi. Fondatore dell'azienda Fabi Shoes, è stato uno degli artefici del "Miracolo marchigiano", rendendo il made in Marche noto in tutto il mondo.

Centinaia le persone che hanno preso parte all'ultimo addio, tra cui anche esponenti politici e imprenditori, che hanno voluto far sentire alla moglie Vilia e alla famiglia la loro vicinanza. Nella sua omelia Padre Passionisti ha voluto ricordare la sua umiltà e generosità di uomo e di imprenditore.



L'addio a Enrico Fabi

al servizio dei marchigiani

Sogenus Spa

*RACCOLTA TRASPORTO STOCCAGGIO
SMALTIMENTO RICICLAGGIO RIFIUTI*

■ QUALITÀ CERTIFICATA

Qualità, efficienza organizzativa e specializzazione. **SOGENUS Spa** ha ottenuto la certificazione di qualità ISO 9001, la certificazione del sistema di gestione ambientale ISO 14001, la OHSAS 18001, la Sa 8000, la Best 4 e la registrazione EMAS.



■ A DIFESA DELL'AMBIENTE

SOGENUS Spa garantisce il recupero e il reinserimento nel contesto territoriale delle aree gestite. Tratta con le più avanzate tecnologie i materiali di rifiuto trasformandoli in risorse preziose per la comunità come il compost e l'energia elettrica da biogas.



■ LA DISCARICA CONTROLLATA

Dal 1989 **SOGENUS SPA** gestisce la discarica comunale sita nel Comune di Maiolati Spontini (AN) con un'estensione globale di circa 50 ettari. I rifiuti devono essere recuperati o smaltiti secondo precisi criteri di legge, nel rispetto e nella tutela dell'ambiente secondo le seguenti priorità: riutilizzo dei materiali, recupero di materiale e di energia, deposito in discarica.



Sede legale e operativa
Via Comacchia, 12
60030 Moie di Maiolati Spontini (AN)
Tel. 0731.703418 Fax 0731.703419
infoimpianto@sogenus.com

Sede amministrativa
Via Petrarca, 5-7-9
60030 Moie di Maiolati Spontini (AN)
Tel. 0731.705088 Fax 0731.705111
info@sogenus.com

Più valore all'ambiente

www.sogenus.com

La *Filigrana* si fa linguaggio artistico

Sandro Tiberi, maestro fabrianese, artista e poeta, produce manualmente la carta e lascia emergere il sentimento e la vita che ogni foglio nasconde; le sue creazioni sono piccoli e unici capolavori d'arte

di A. Dachan



Maestro Tiberi, ci presenti la protagonista della sua arte e del suo mondo: la filigrana.

“La filigrana è il mio metodo artistico di produzione; è, di per sé, un nuovo linguaggio espressivo. La carta si fa con la testa, con le mani e con il cuore. È la carta che vive, con l'energia e la luce che ne scaturisce. È la carta che sprigiona calore, come il sole, inteso come quello che abbiamo dentro e che vorremmo liberare. Siamo in continuo divenire, sempre diversi da noi stessi e per questo ciò che trasmettiamo e che irradiamo dentro e fuori di noi è sempre nuovo. Non dobbiamo pensare di cambiare il mondo, se il mondo non ci piace, ma dobbiamo e possiamo cambiare noi stessi.”

Come è iniziata la sua esperienza in questo settore?

“Ho iniziato la mia vita in questo mondo lavorando presso le cartiere Miliani; a 21 anni producevo carta, ma mi sentivo in qualche modo limitato, perché per me la carta non poteva essere solo un oggetto fine a se stesso, un semplice supporto su cui scrivere e disegnare. Ho sempre pensato che la carta abbia un'anima e che quest'anima vada scoperta, esaltata, espressa attraverso nuove forme, nuovi linguaggi e nuovi utilizzi; è essa stessa ope-

ra d'arte e diventa protagonista nelle mani di chi sa cogliere queste sue peculiarità. Così ho deciso di aprire un mio laboratorio di produzione, in cui faccio lavorazione artigianale, secondo le tecniche degli antichi maestri cartai, ma introducendo, al tempo stesso, nuove ed esclusive tecniche che velocizzano e facilitano la produzione. Cambiando tipo di impasto, cambia il risultato ottenuto e questa versatilità si sposa benissimo con la creatività che è tipica di ogni artista”.

Lei opera in un ambito che richiede un grande know how; ritiene che il vostro lavoro sia adeguatamente valorizzato?

“Le istituzioni devono sostenerci diversamente, aiutandoci ad ampliare il nostro mercato, a farci conoscere anche all'estero, come artisti del made in Italy; possono promuoverci come bandiera, come vessillo di qualità. Confartigianato, in questo senso, si muove proprio per rappresentare gli artigiani e le loro esigenze e costituisce un riferimento importante, come una grande famiglia. Noi ci consideriamo come i panda: una specie in estinzione e, quindi, da tutelare. Vorremmo che, così come si investe nella tutela degli animali considerati protetti, si dedicasse impegno anche alla salvaguardia della nostra arte, del nostro patrimonio di conoscenze e competenze: non possia-



mo permettere che certi mestieri scompaiano. Gli artigiani hanno la mentalità improntata alla resistenza, sono custodi di un sapere, di una manualità, che racconta la storia e i personaggi di un territorio e grazie alla loro sensibilità e allo spirito di ricerca e inventiva, sanno reinventarsi e introdurre novità, fondendo l'antico con il moderno".

Lei è fortemente impegnato anche nel sociale

"Sì, collaboro attivamente con diverse associazioni che si occupano di organizzare attività per persone diversamente abili, che con tale attività trovano il modo di esprimere la propria creatività.

Partecipo al "Progetto Sollievo" del reparto psichiatrico di Fabriano, dimostrando come questa particolare attività artigianale e creativa, possa aiutare concretamente persone con handicap anche gravi. Insieme all'Associazione Casa Madonna della Rosa di Fabriano mi occupo costantemente dell'inserimento lavorativo a scopo terapeutico di soggetti con disabilità psichica".

La mostra

Il 24 giugno scorso, presso il complesso monumentale San Benedetto di Fabriano, si è chiusa la splendida esposizione: "La carta ... sua immagine e forma", una mostra a più mani di opere e suggestioni realizzate artigianalmente da giovani artisti, con il contributo di Confartigianato Imprese di Ancona.

Ospitata all'interno della suggestiva cornice del complesso monumentale di San Benedetto, a Fabriano, la mostra è un viaggio attraverso gli occhi e le mani di numerosi artisti, la

maggior parte marchigiani, che riaccende il dialogo con il proprio io utilizzando linguaggi e strumenti diversi. Ad una stessa opera hanno lavorato più artisti, portando ognuno il proprio contributo: c'è l'artigiano che l'ha ideata e creata, c'è l'artista delle luci che ne ha esaltato la bellezza, studiando, per essa, la cornice ideale, c'è il musicista, che ha composto la sinfonia che fa da sottofondo a tutto l'ambiente e che ne valorizza ulteriormente il potenziale espressivo. C'è il fotografo che racconta il mondo con i suoi scatti e il maestro stampatore che pensa e crea il supporto cartaceo ideale per esaltarne al massimo l'emozione dello sguardo.

C'è la sarta, la creatrice di gioielli e il creatore di borse e accessori, ognuno con il suo stile, con le sue idee e il suo modo di vedere il mondo, accomunati, però, dall'utilizzo della carta come protagonista delle loro opere. Il successo dell'esposizione è stato così grande che, dalle tre giornate previste inizialmente (25-26-27 maggio), si è deciso di prolungarla fino al 24 giugno, per la gioia di pubblico e critica.

Coordinati dal maestro Sandro Tiberi, che ha esposto egli stesso le sue opere, corredate di alcune sue poesie, hanno partecipato all'esposizione gli artisti: Lucia Bussaglia (Lady Atelier), Maria Pia Zepponi (Studioarte), Francesco Bortolotti (Segno di segno), Vanessa e Stefano (Lab43), Fabio Pentori (Fotografo), Roberta Gagliardini (In arte Fabriano), Mauro Monachesi (Mondograf), Alessandro Romani (Fotografo).

REGIONI PARTECIPANTI

Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto, Provincia Autonoma di Trento.



“Missione Brasile”: le Marche *portabandiera* nella sesta economia del mondo

Nel mese di maggio si è svolta con successo la “Missione Brasile”, un importante appuntamento che ha visto la partecipazione di 15 Regioni italiane, coordinate dalla Regione Marche (responsabile anche dell’organizzazione del settore Legno/Arredo)

di M. Palumbo

All’iniziativa – promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Ministero degli Esteri con il supporto dell’Ice-Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane, e del Sistema Camerale – hanno partecipato più di 600 operatori commerciali e rappresentanti di istituzioni italiane e brasiliane. La Missione – che ha toccato le città di San Paolo, San José Dos Campos, Curitiba, Santos e Belo Horizonte – ha avuto carattere plurisettoriale, con focus specifici su Aerospazio, Agroalimentare, Agroindustria, Automotive, Contract, Edilizia, Energia, Housing sociale, Legno-Arredo, Logistica, Meccanica, Nautica e Sistema Moda. Delle 230 aziende italiane partecipanti – selezionate tra le 700 che hanno aderito al progetto – oltre il 10 per cento provenivano dalle Marche (prima regione in termini di numero di imprese coinvolte). Durante la Missione sono stati sottoscritti sei memorandum of understanding ed intese in determinati settori, come la nautica, il settore portuale e i distretti industriali delle Pmi. Tra gli accordi raggiunti segnaliamo il Protocollo firmato per il settore del mobile tra la Regione Marche e il Sebrae, l’agenzia brasiliana di sostegno alle piccole e medie imprese. Il Brasile, dicevamo, rappresenta la sesta economia del mondo: con una crescita stimata del Pil per il 2012 del 3,2 per cento, l’incidenza del debito pubblico che negli ultimi dieci anni è passata dal 60,4 al 37,2 per cento, il gigante sudamericano è al quinto posto nella classifica dei Paesi per grado di attrattività degli investimenti esteri diretti.

AZIENDE MARCHIGIANE PRESENTI:

ASTEA ENERGIA SRL

BRANDONI SOLARE

CASALI SPA

CORIMA SRL

DIASEN SRL

EFFEGOMMA SRL

EMIS SRL

FAAM GROUP

GUIDO COCCI GRIFONI & C. SRL SOCIETA' AGRICOLA

LA BOTTEGA DELL'ALBERGO SPA

LAFANO SRL

MONTEBELLO COOPERATIVA AGROBIOLOGICA A.R.L.

NEW ENERGY SRL

SOLAGE SPA - (BONTEMPI CASA)

TECNOPROMEC SRL

TERRE CORTESI MONCARO SOC COOP AGRICOLA

TEUCO GUZZINI SPA

ITALIA IMPRESE

SPES

PIERALISI MAIP



**Mettiamo
in campo
le nostre energie
per lo sviluppo
del territorio**



L'agroalimentare maceratese tiene grazie all'*export*

Negli ultimi mesi la Ex.it, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Macerata, si è particolarmente impegnata nella promozione in Italia e all'estero della produzione agroalimentare del territorio, puntando soprattutto sull'export

di M. Camilletti

“**S**e, come stimato da Federalimentare, la contrazione dei consumi domestici tenderà a proseguire – ci dice il presidente della Ex.it, Luca Bartoli – il settore agroalimentare riuscirà a tenere soprattutto grazie all'export: infatti nel 2012 è attesa una crescita ulteriore di 8,7 punti percentuali. Oltre ai classici mercati europei, prima fra tutti la Germania, e i mercati ritenuti maturi come Repubblica Ceca, Austria e Polonia, positivi segnali si registrano anche in Russia, Cina, Turchia, Brasile, Canada e Stati Uniti. Proprio negli Stati Uniti, dal 17 al 19 giugno scorso si è avuta una bella partecipazione collettiva con la Ex.It. di aziende dell'agroalimentare maceratesi in occasione della 58° edizione del Summer Fancy Food Show, la più grande fiera del Nord America dedicata esclusivamente ai prodotti e alle tipicità enogastronomiche. Per l'edizione estiva 2.400 aziende del settore, provenienti da 80 Paesi tra cui Italia, Marocco, Turchia, India, Corea, Brasile, Perù, Canada e Cipro, si sono incontrate a Washington. Erano 34 i padiglioni dedicati alle specialità internazionali che hanno affiancato i 1.500 espositori locali. Erano presenti i responsabili degli acquisti delle maggiori aziende della grande distribuzione e del commercio al dettaglio, oltre che gli addetti alla ristorazione provenienti da tutti gli Stati Uniti e da oltre 100 nazioni straniere.

“In autunno – prosegue Luca Bartoli – si tornerà in Europa, al Sial di Parigi, altro grande appuntamento internazionale al quale le nostre aziende dell'agroalimentare non potranno mancare per esporre le eccellenze del territorio. Aziende che già si sono poste in evidenza, con i loro prodotti di alta qualità, alla 16° edizione del Cibus di Parma che ha visto la presenza di 12.000 buyers ed operatori commerciali esteri, 63.000 visitatori e circa mille giornalisti del settore accreditati. Al padiglione 6, dedicato ai prodotti tipici, era presente anche la Ex.it con cinque aziende maceratesi. Acque naturali, pasta all'uovo artigianali, verdure sott'olio, olive ripiene e salumi tipici del nostro territorio sono stati particolarmente apprezzati dai visitatori e buyers stranieri che hanno frequentato lo stand della collettiva maceratese durante tutti i quattro giorni della fiera. Soddisfazione dunque per le aziende espositrici, nonostante le previsioni non rosee della vigilia di fiera; infatti un più convinto entusiasmo ha accompagnato il ritorno a casa dei nostri produttori con nuovi contratti, soprattutto esteri ed ordini”.

Ma la Ex.it oltre a pensare all'export si è impegnata anche in un'altra interessante iniziativa molto locale con l'apertura, in pieno centro storico di Macerata, della C.E.M. Civica Enoteca



Maceratese. Ce ne vuol parlare?

“E’ stato un evento – ci spiega Luca Bartoli – che ha impegnato tutto il personale della Ex.it ma ne valeva francamente la pena. Lo scopo fondamentale della C.E.M. è infatti quello di valorizzare e promuovere le eccellenze vitivinicole, enologiche, agroalimentari e artigianali del territorio maceratese. L’enoteca in questo senso va vista non tanto come una vetrina enologica ed enogastronomica, ma soprattutto come momento di incontro, di confronto, di formazione e di informazione sul ricco patrimonio culturale e tradizionale delle nostre eccellenze territoriali. In sostanza, per Ex.it la gestione dell’enoteca rappresenta un’importante esperienza gestionale in un settore strategico come quello enoagroalimentare che è uno dei volani più dinamici per lo sviluppo e la crescita della nostra provincia”.

Come è strutturata l’enoteca?

“Con la collaborazione dell’Associazione italiana sommelier delle Marche abbiamo intanto selezionato i prodotti da esporre. In particolare si tratta di tutti i vini doc, docg e igt della provincia. Ma sono presenti anche i distillati con spiriti e gli oli extravergini d’oliva prodotti nel territorio, che pure costituiscono un’eccellenza. Stiamo pensando ad allargare l’esposizione an-

che ad altri prodotti. Ma l’enoteca, come già accennato, non si limiterà ad esporre in quanto si prefigge anche di organizzare eventi per la promozione di tutte le eccellenze dell’enogastronomia e potrebbero essere gli stessi produttori ad usufruire dei locali dell’enoteca per allestire eventi promozionali”.

E’ esclusa comunque qualsiasi attività commerciale per evitare che un ente pubblico faccia concorrenza agli esercizi commerciali privati del centro storico...

“Questo è un elemento fondamentale su cui si basa la C.E.M. Infatti noi vediamo l’enoteca soprattutto dal punto di vista culturale, in quanto pensiamo che vi si possano organizzare anche corsi di formazione per i vari settori dell’agroalimentare ma anche serate informative per il pubblico. In prospettiva pensiamo anche di allestire un centro di raccolta documentale, con uno specifico sito internet, con possibilità di consultazione di testi e riviste di settore”.

Il firmamento delle marchigiane quotate

In questa pagina presentiamo l'andamento di Borsa delle società marchigiane quotate



Biesse

Segmento: Star
 Performance 1 anno: -40,30%
 Performance 1 mese: +31,48%

Cresce in maniera sostenuta il titolo BIESSE, mostrando un aumento di circa il 31,5% su base mensile. In termini di performance relativa rispetto all'indice Ftse All-Share, si registra un -1,08% sulla giornata di borsa del 03/07. Lo strumento ha fatto peggio del mercato. I volumi sono risultati pari a 55.989 pezzi scambiati, un valore superiore sia alla seduta precedente sia alla media settimanale. Probabile l'avvio di una fase ad alta volatilità. Trend di breve al rialzo.



ELICA

Segmento: Star
 Performance 1 anno: -0,90%
 Performance 1 mese: -48,63%

Poche oscillazioni per il titolo ELICA, i cui valori si attestano da circa due mesi intorno a 0,66 euro per azione. Gli analisti inoltre segnalano l'inizio di una fase negativa, confermata dalla performance relativa rispetto all'indice Ftse All-Share (-3.18%) sulla giornata del 03/07. Lo strumento ha fatto peggio del mercato. I volumi tuttavia sono in aumento (pari a 30.178 pezzi scambiati) e la partecipazione degli operatori è crescente. Trend di breve incerto.



Indesit Ord.

Segmento: Blue Chip
 Performance 1 anno: -53,82%
 Performance 1 mese: +1,37%

Sostanzialmente stabile il titolo INDESIT COMPANY, che su base mensile ha fatto registrare un +1,37%. In termini di performance relativa rispetto all'indice Ftse All-Share, l'azione segna un +0,06% sulla giornata di borsa del 03/07. I volumi scambiati sono risultati pari a 149.894 pezzi, segno di una partecipazione decrescente da parte degli operatori. Trend incerto.



Poltrona FRAU

Segmento: Star
 Performance 1 anno: +6,63%
 Performance 1 mese: -24,68%

Buona crescita mensile per il titolo POLTRONA FRAU, che guadagna il 6,63% rispetto a giugno 2012. Tuttavia le performance rispetto all'indice Ftse All-Share (-1,75%) sulla giornata del 03/07 indicano una lieve flessione rispetto al mercato. I volumi scambiati sono risultati pari a 38.874 pezzi, valore superiore alla media settimanale e segno di una partecipazione crescente da parte degli operatori. Possibile l'avvio di una fase a volatilità elevato. Trend di breve al rialzo.



TOD'S

Segmento: Blue Chip
 Performance 1 anno: -14,46%
 Performance 1 mese: +3,73%

Rispetto alle rilevazioni di maggio, il titolo TOD'S segna una lieve flessione, mentre su base mensile fa registrare un incremento del +3,73%. Tuttavia gli analisti hanno identificato un'inversione di direzione del trend nella performance negativa rispetto all'indice Ftse All-Share (-0,55%) sulla giornata del 03/07. I volumi inoltre sono diminuiti e si attestano a 78.358 pezzi scambiati, un valore inferiore alla media settimanale, segno di una partecipazione decrescente da parte degli operatori. Possibile l'avvio di una fase a volatilità ridotta. Trend incerto.

Rubrica a cura di **Michele Sasso**
 Divisione Strategia e Finanza di Impresa – Gruppo Sida
 m.sasso@sidagroup.com
 Tel. 071.28521

AREE PRODUTTIVE

con destinazione industriale, artigiana, commerciale, direzionale

nei comuni di **Jesi, Corinaldo, Ostra, Camerano**

a partire da **60 €/mq**

- disponibilità immediata
- supporto tecnico all'insediamento
- aree completamente urbanizzate
- soluzioni personalizzate

UN TERRITORIO A MISURA DI IMPRESA



Maria Cristina *Loccioni*

È il nuovo volto dei Giovani Imprenditori di Confindustria Ancona, è Process Analyst presso l'azienda di famiglia, il Gruppo Loccioni di Angeli di Rosora (An). La sua mission: "Avere una coscienza critica"; la parola chiave del suo programma: "Curare il patrimonio relazionale"; il suo motto: "Il futuro è la parola più giovane che c'è"

di A. Dachan



Maria Cristina, lo scorso 18 maggio sei stata eletta Presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Ancona: come hai accolto questa nomina?

"L'ho accolta con senso di grande impegno, responsabilità e voglia di fare. Mi piace pensare che il mio ruolo sia di rappresentanza di un gruppo e che quello che faccio o esprimo sia frutto della condivisione con tutto il Gruppo Consiliare Direttivo. Siamo venti giovani impegnati in modo proattivo, che propongono idee e programmi su temi definiti e condivisi. Miriamo a valorizzare il tessuto imprenditoriale locale, costruendo una "Coscienza critica" e lavorando con gli altri gruppi delle Marche".

In che modo intendete realizzare il vostro programma?

"La nostra parola chiave è "Patrimonio relazionale", che significa rafforzare la rete di contatti, condividere esperienze e progetti, coinvolgendo l'intero territorio provinciale, da Ancona a Fabriano, passando per Senigallia e Jesi. Siamo una costola importante di un'associazione che ci rappresenta anche a livello regionale e nazionale ed è impensabile che lavoriamo in maniera disgiunta gli uni dagli altri. Puntiamo, per questo, sulla collaborazione e

l'innovazione, che sono due binari saldi su cui far viaggiare il treno delle nostre idee e della nostra crescita".

Quali sono gli obiettivi principali che vi siete posti?

"Sostenere e rafforzare la rete di relazioni, far crescere il territorio e, di conseguenza, valorizzare e impreziosire ulteriormente il contesto locale e, ultimo, ma non ultimo, crescere come persone e come imprenditori. Sono tre punti importanti che sosterremo assumendo un atteggiamento sobrio, avendo sempre uno spirito costruttivo e mettendo impegno nel creare sinergia e situazioni che ti portino a incontrare persone con esigenze diverse e che, singolarmente, potrebbero avere difficoltà a farcela".

Il contesto in cui inizi questa esperienza non è certo dei più facili: come intendi far fronte alle possibili difficoltà legate al momento di crisi?

"Mi rendo conto che è un momento delicato, in cui è più che mai necessario un senso condiviso di impegno e consapevolezza. Dobbiamo dare segnali concreti di sobrietà e dedizione al lavoro ed è in quest'ottica che si stanno con-

Trentasei anni, un viso dolce, uno stile che coniuga eleganza e sobrietà e uno sguardo fiero e curioso: è il ritratto di Maria Cristina Loccioni, neo eletta Presidente di Giovani Imprenditori di Confindustria Ancona. Laureata in Economia e Commercio ad Ancona, ha frequentato a Milano il Master Business Administration per piccole e medie imprese presso SDA Bocconi di Milano. Successivamente ha seguito un progetto di e-learning presso l'University of Ulster – Londonderry (UK), dopo il quale ha avuto esperienze lavorative in ABB a Sesto San Giovanni e in Dolce & Gabbana a Legnano. Nel 2009 è tornata a casa ed è entrata nell'azienda di famiglia, il Gruppo Loccioni, diventando Process Analyst con responsabilità per le aree Acquisiti e Logistica.



centrando i nostri sforzi. Siamo tutti giovani praticamente nati in azienda e abbiamo ereditato una forte motivazione e un gran senso di responsabilità e stiamo attraversando con coraggio un momento in cui è richiesto un forte impegno sociale. L'imprenditore, ai nostri occhi, è colui che non ragiona mai solo per se stesso: se nasce in un certo territorio, a quello stesso territorio vuole ridare”.

Hai menzionato il fatto che tu, come molti giovani imprenditori, sei “figlia d’arte”: che rapporto avete con la generazione che vi ha preceduto?

“Sicuramente un rapporto di stima, di ammirazione, oltre al fatto affettivo, che non è da sottovalutare. Siamo consapevoli che i nostri genitori e gli imprenditori della loro generazione e di quelle ancora prima hanno operato in un contesto diverso, dove erano richieste caratteristiche come il coraggio, l'intraprendenza, l'approccio al rischio, la determinazione nello sviluppare qualcosa di bello e al tempo stesso socialmente utile. Ancora oggi queste caratteristiche sono valide, ma vanno interpretate e adattate ad un

contesto globale, che richiede un nuovo sguardo sul mondo. In questo senso, infatti, molti giovani in azienda svolgono un ruolo di tipo commerciale, proprio perché sono cresciuti in un contesto globale, che richiede velocità di scelta, capacità di reinventarsi continuamente. La crisi è spesso vista sotto il suo profilo devastante, mentre dovremmo sforzarci di viverla come un'opportunità che ci fa vedere le cose con occhi nuovi, cogliendo i cambiamenti in atto”.

Nelle tue parole, così come nel programma che hai presentato in occasione della tua nomina a Presidente di Giovani Imprenditori di Confindustria Ancona, si sente un forte legame con il territorio...

“È così, le mie radici sono qui, anche se lo sguardo è ormai aperto al mondo. Sono tornata a casa dopo alcune esperienze lavorative e di formazione all'estero e in altre regioni d'Italia, proprio perché amo questo territorio: qui le persone crescono con un approccio al lavoro caratterizzato da impegno, sacrificio, creatività, capacità di reinventarsi e di essere mentalmente aperti e in questo contesto mi

sento spronata a dare sempre il massimo. Qui siamo attaccati ai nostri valori, si sente un risveglio identitario e culturale molto costruttivo: come si dice in dialetto, noi marchigiani abbiamo quella “tigna”, quella “resilienza” che costituisce una marcia in più. Ciò che abbiamo imparato fuori, lo riportiamo a casa, lo ridiamo al territorio perché crediamo fortemente nel valore della condivisione”.

Che messaggio vorresti lanciare ai tuoi coetanei e ai tuoi colleghi?

“Il futuro è la parola più giovane che c'è. Noi giovani abbiamo un ruolo fondamentale, dobbiamo avere fiducia e lavorare con gran senso di responsabilità, per crescere come persone, come imprese e come territorio. La passione deve essere il vero elemento propulsore di tutto”.

In bocca al lupo allora!

“Crepì!”

Monterosso, dove il farro è buona tavola, innovazione e... occupazione

Lea Luzi, titolare dell'azienda agricola Monterosso di Loretello di Arcevia (in provincia di Ancona) probabilmente è più conosciuta all'estero che nella sua terra: basti pensare che una decina d'anni fa ha ricevuto un riconoscimento al Columbus Day, la festa della comunità italiana negli Stati Uniti ...

di P. Duranti

Triticum Dicoccum: è il farro originale, quello puro degli antichi, "riscoperto" grazie ad un'efficace collaborazione tutta marchigiana, instaurata alcuni anni fa tra l'azienda agricola Monterosso e il Cermis (Centro Ricerche e Sperimentazione per il Miglioramento Vegetale) di Tolentino. E' proprio nei dintorni di Arcevia e Sassoferrato che si estendono i 500 ettari dove parte quella che potremmo battezzare la "Filiera Monterosso": una squadra ben affiatata di braccianti, impiegati ed altri collaboratori - guidati dalla padrona di casa, Lea Luzi - che coltivano questo nobile cereale e, attraverso minuziosi e delicati passaggi, lo trasformano in variegata qualità di pasta. "Affidiamo la lavorazione della farina a pastifici artigianali di primissimo piano - ci spiega la signora Luzi - che ci restituiscono il

prodotto finito, da noi confezionato al termine di controlli scrupolosissimi". Una scrupolosità che si manifesta anche sul fronte della ricerca e dell'innovazione, come dimostrano le decine di premi e riconoscimenti ottenuti nel corso degli anni. "E' un aspetto al quale abbiamo sempre conferito molta attenzione, investendovi tempo e denaro. I risultati non sono mancati: l'ottenimento del brevetto "Monterosso Select" da parte del Ministero, ad esempio, ci riempie di orgoglio. Così come il brevetto per la birra da farro ottenuto in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche (Prof. Natale Frega)". Come commercializzate le confezioni di pasta?

"Attraverso la grande distribuzione: Sma, Carrefour, Auchan, Iper e Coop ad esempio ma anche attraverso la distribuzione specializzata per i prodotti di farro bio-

logici in quanto l'azienda coltiva da circa vent'anni 120 Ha in biologico"

Ma Monterosso non è soltanto coltivazione di cereali: da qualche tempo l'azienda agricola ha ampliato l'attività con una farroteca, un ristorante (sito a San Lorenzo in Campo, in provincia di Pesaro e Urbino) dove (su prenotazione) si possono gustare i piatti cucinati utilizzando appunto il farro. "Ammetto che anche la farroteca ci sta dando grandi soddisfazioni - confida la signora Lea - c'è tanta curiosità attorno a questo cereale, sconosciuto a molti, ma dotato di qualità estremamente importanti: non dimentichiamo che la pasta a base di farro ha elevate capacità nutrizionali, è adatta anche a chi ha problemi di intolleranza alimentare al glutine presente nel grano duro e può essere consumata anche dai diabetici".

L'ESPERTO

"Dall'analisi della Igienstudio Srl di Jesi effettuata su un campione di pasta di farro della ditta Monterosso Srl di Sassoferrato risulta che la suddetta pasta, rispetto alla comune pasta di semola possiede un contenuto di fibra di oltre dieci volte maggiore, mentre il potere calorico globale risulta essere sostanzialmente analogo. (...) Da quanto detto risulta evidente che la pasta di farro rappresenta una scelta alimentare valida non solo per il buongustaio ma anche per chi persegue l'obiettivo di un'alimentazione naturale, sana ed equilibrata".

Fabriano, 3 aprile 1998

Dott. Franco Gregorio
Specialista in Medicina Interna
Specialista in Diabetologia e
Malattie del Ricambio
Professore a.c. Università di
Camerino
Dirigente I° livello Centro
Antidiabetico di Fabriano (An)



VILLA DEI PINI

La nostra salute,
un investimento sicuro



m[]checkup

Per te che stai scoprendo lo "star bene" e il "ben-essere" come valori importante da tutelare nel tempo, la Casa di Cura Villa Pini ha studiato una serie di servizi dedicati alla prevenzione e alla cura. Veri e propri **programmi di prevenzione e diagnosi** attraverso i quali controllare lo stato della tua salute. **In una sola giornata** un team di specialisti conduce una serie di accertamenti **personalizzati** e ti suggerisce stili di vita salutari, terapie per correggere eventuali situazioni di rischio o interventi da attivare. Se vuoi avere un **quadro completo del tuo stato di salute**, in qualsiasi momento e senza attese, chiamaci e richiedi il tuo programma personalizzato.

La tua salute è un investimento sicuro.

Numero Verde

800 131 852

Aumentano gli sconti fiscali per le *ristrutturazioni* edilizie

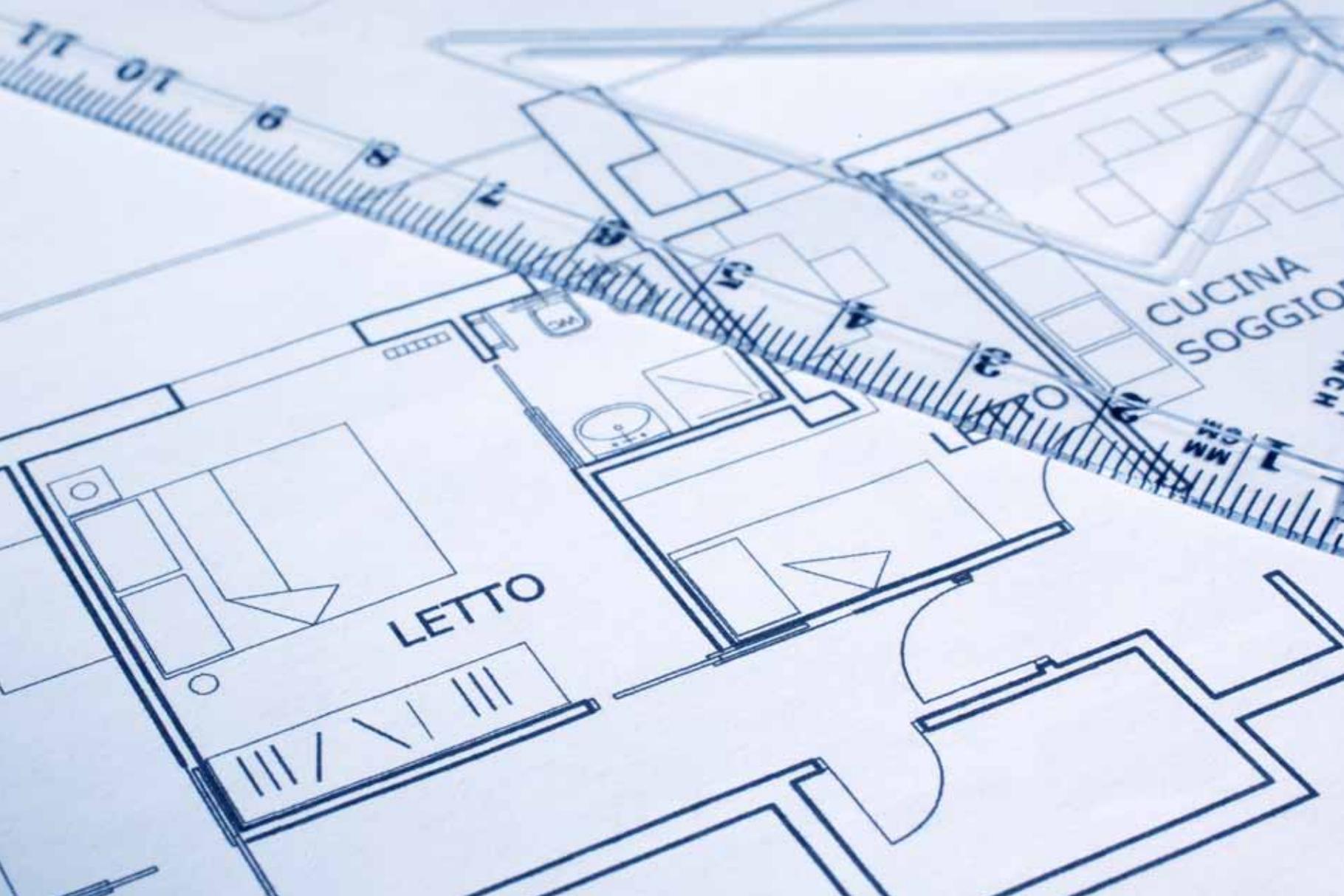
Nei giorni scorsi il Governo ha varato il cosiddetto “decreto per la crescita”: non mancano importanti novità fiscali ed amministrative per imprese e privati

a cura della Redazione

Innanzitutto, il decreto contiene norme che andranno ad incidere sulla fiscalità immobiliare. In materia di Imu, ad esempio: viene prevista l'esclusione dal tributo comunale per i fabbricati costruiti e destinati dall'impresa costruttrice alla vendita, fintanto che permanga tale destinazione, e comunque per non più di tre anni dall'ultimazione dei lavori. Poi il decreto modifica il trattamento Iva riservato alle cessioni e alle locazioni di costruzioni di nuova realizzazione che fu introdotto nel 2006 dalla Manovra “Bersani-Visco” del 2006. Dal 1° gennaio 2013 al 30 giugno 2013 passerà dal 36 al 50 per cento la percentuale di detrazione Irpef (con il limite di 96mila euro per unità immobiliare) riconosciuta per gli interventi di riqualificazione edilizia. Fissata al 50 per cento (prima era del 55) la misura della detrazione ricono-

sciuta per gli interventi di riqualificazione energetica degli edifici. Sforbiciata di adempimenti nell'edilizia: d'ora in avanti, nei casi in cui la normativa vigente preveda l'acquisizione di atti o pareri di organi o enti appositi, o l'esecuzione di verifiche preventive (con talune eccezioni, come quelle volte a salvaguardare i vincoli ambientali e paesaggistici), essi possono comunque essere sostituiti da autocertificazioni. Cambiano gli adempimenti prescritti ai fini della regolare costituzione dei contratti di rete, mentre nel nostro ordinamento entra la possibilità per le società di emettere cambiali finanziarie ed obbligazioni. Possibilità, peraltro, ammessa a condizione che tale emissione sia assistita da uno sponsor, l'ultimo bilancio dell'emittente sia assoggettato a revisione contabile da parte di un revisore legale o di una società di

revisione legale iscritti nell'apposito registro, e i titoli siano collocati esclusivamente presso investitori qualificati che non siano, direttamente o indirettamente, soci della società emittente, e destinati alla circolazione esclusivamente tra tali investitori. Possono assumere il ruolo di sponsor le banche, le imprese di investimento, le Sgr, le società di gestione armonizzate, le Sicav, gli intermediari finanziari iscritti nel relativo elenco e le banche autorizzate all'esercizio dei servizi di investimento anche aventi sede legale in uno Stato extracomunitario, purché autorizzate alla prestazione di servizi in Italia. Maggior severità nei confronti delle cooperative: agli enti che si sottraggono all'attività di vigilanza o che in sede di verifica risultano irreperibili si applica la sanzione amministrativa da 50mila a 500mila euro per il periodo



in corso alla data di riscontro del comportamento elusivo e per ciascuno dei successivi periodi fino alla cessazione dell'irreperibilità. Il decreto istituisce un apposito fondo destinato ad alimentare gli investimenti in ricerca ed innovazione e i processi di internazionalizzazione; contemporaneamente vengono soppresse una serie di norme agevolative. Viene meno il limite anagrafico (35 anni) per poter costituire una Srl "semplificata" e viene disposta la proroga al 30 giugno 2013 del termine di entrata in operatività del Sistri (il nuovo sistema di rintracciabilità dei rifiuti). Il "decreto per la crescita" introduce inoltre modifiche alla legge fallimentare (finalizzate a garantire la continuità aziendale) e - allo scopo di decongestionare i procedimenti civili - alla disciplina dell'appello e del lodo arbitrale per controversie relative a con-

tratti con la Pubblica Amministrazione. E' prevista la possibilità di concessione di finanziamenti a tasso agevolato ai privati che operano nel settore della green economy che assumano giovani under 35 a tempo indeterminato. Tali finanziamenti a tasso agevolato non possono avere una durata superiore a 72 mesi (a parte di determinate eccezioni). Tra le altre novità, si segnala l'introduzione di norme finalizzate a defiscalizzare gli interventi di partenariato pubblico-privato volti alla realizzazione di nuove infrastrutture. Quanto a "Industria 2015", le agevolazioni riconosciute ai programmi oggetto dei progetti di innovazione industriale saranno revocate se entro 18 mesi dalla data del provvedimento di concessione non sia stata avanzata almeno una richiesta di erogazione per stato di avanzamento. Sul fronte occu-

pazionale, sono incentivate - sotto forma di credito di imposta nella misura del 35 per cento (con un limite massimo di 200mila euro annui ad impresa) del costo aziendale sostenuto - le assunzioni a tempo indeterminato di dottori di ricerca e laureati in discipline tecnico-scientifiche, che vengano impiegati in attività di ricerca e sviluppo. Infine, il decreto prevede l'adozione da parte del Ministero dello Sviluppo Economico di progetti di riconversione e riqualificazione industriale, attraverso appositi accordi di programma che disciplinino l'intervento coordinato della Pubblica amministrazione centrale e degli enti locali.



Che **Impresa** è se non la racconti?

Definisci la tua **identità digitale** con Marche.TV

Strategie, contenuti e produzioni video multicanale per una nuova **cultura d'impresa**.

L'immediatezza del linguaggio televisivo per costruire il tuo **IdentityKit®**.

Per uomini, idee, imprese, istituzioni di Marca che hanno storie, valori, eventi da raccontare.

 **MARCHE.TV**
la TV con una *Marca* in più

[**Advertising**]

[**Branding**]

[**Contents**]

www.marche.tv | info@marche.tv | 071 7304046

“Deve essere una gran soddisfazione, per un padre vecchio, avviare lui stesso i propri figli al governo dei propri affari e poter, durante la propria vita, controllare la loro condotta, dando loro istruzioni e consigli secondo l’esperienza che ne ha e trasmettere lui stesso l’antico onore e ordine della sua casa nelle mani dei suoi successori e capacitarli così delle speranze che può avere nella loro condotta futura”.

Michel De Montaigne
(1533-1592)

Garantire la **continuità**: obiettivo prioritario per l’impresa di famiglia

di L. Osmani

Da sempre, per garantire continuità l’impresa deve saper governare il processo di crescita, le cui fasi salienti sono schematizzate nel grafico illustrato in un nostro precedente intervento su ML (Maggio 2012) e riproposto in fig. 1.

Inizialmente, il fondatore è focalizzato sull’obiettivo prioritario di far evolvere la propria idea di partenza per trasformarla in business e, molto spesso, ci riesce grazie alla personalità e alla determinazione che lo contraddistinguono, alla flessibilità e all’informalità della struttura organizzativa, a modalità di “controllo a vista” tanto efficaci quanto elementari. La successiva fase di sviluppo richiede un’organizzazione meno informale, attraverso la costruzione di una squadra di persone competenti e coinvolte e un controllo della gestione più puntuale e tempestivo. L’ulteriore fase di consolidamento impone la formalizzazione della struttura organizzativa, l’implementazione di un sistema di deleghe in grado di coniugare valorizzazione e responsabilizzazione del personale, un sistema di controllo che consenta di monitorare costantemente la capacità di continuare a creare valore nel tempo (ovvero rispetto alla propria storia) e nello spazio competitivo (ovvero rispetto ai propri concorrenti).

Il delicato passaggio dalle norme familiari alle norme aziendali

Per gestire con efficacia il processo di crescita rapidamente delineato, Lansberg insegna che l’imprenditore dev’essere capace di sostituire gradualmente il complesso di norme familiari che hanno garantito il decollo dell’impresa, con un complesso di norme aziendali indispensabili per raggiungere la quota desiderata e mantenere la rotta programmata (fig.

2). Quelle stesse regole che avevano garantito la partenza dell’impresa, se perpetuate senza discernimento, rischiano di comprometterne lo sviluppo.

È noto, ad esempio, che in fase di start-up l’imprenditore saggio e responsabile contiene al massimo il proprio compenso, dimensionandolo strettamente in ragione dei propri bisogni individuali ed estendendo lo stesso criterio anche ai membri della famiglia che decidono di seguirlo, con passione e coinvolgimento, nell’avventura intrapresa.

Per inciso, il fenomeno, ampiamente diffuso, rappresenta una forma di “capitalizzazione del lavoro”, con buona pace di tutti coloro che non credono che, in determinate circostanze, un imprenditore possa guadagnare meno di un proprio dipendente.

Ma nelle successive fasi di sviluppo e consolidamento il coraggio e lo spirito di sacrificio della famiglia, pur continuando ad essere necessari, non sono più sufficienti se non integrati e corroborati da competenze che consentano di gestire compiti sempre più complessi e articolati. Perciò la retribuzione dei familiari che posseggono tali competenze non può essere determinata con criteri egualitari, in base a bisogni o ad aspettative individuali che, peraltro, potrebbero anche essere smodate. Il compenso va invece determinato in ragione della valutazione che il mercato del lavoro riconosce a figure dotate dell’esperienza e delle competenze richieste e in grado di generare i risultati attesi.

Insomma, un figlio diplomato che svolge mansioni di magazzino, non può essere retribuito quanto il fratello minore laureato, che svolge il ruolo di Direttore Marketing. Anche se, in fase di partenza, entrambi si erano accontentati di un compenso strettamente commisurato alle contenute esigenze delle ri-



spettive famiglie.

Quanto affermato potrà apparire una banalità a tutti coloro che non hanno mai visto litigare due fratelli o due cugini o due cognate o le mogli di due cugini che mal digerivano la differenza di benefici e retribuzioni, a parità di quote sociali, quasi che il parametro di determinazione dei compensi per l'attività aziendale dovesse essere lo stesso adottato per la distribuzione dei dividendi.

In termini molto efficaci, il Professor Salvemini, ordinario presso l'Università Bocconi di Milano, sostiene che l'impresa familiare deve resistere alla tentazione di sostituire l'organigramma con il parentogramma. Altrettanto efficacemente il Professor Paoli, ordinario presso l'Università di Perugia, sosteneva che è questa la profonda differenza tra un'impresa familiare ed un'impresa familistica.

Le fasi cruciali dei processi di continuità d'impresa

Non è facile innescare e gestire un processo di continuità, innanzitutto perché è trasversale e pervasivo in quanto interessa, orizzontalmente, tutte le funzioni organizzative e, verticalmente, tutti i livelli: la famiglia, gli azionisti, il management, gli operativi.

Conosco casi in cui l'avvicendamento padre-figlio procede alla grande, ma il ricambio manageriale stenta ed altri casi in cui i junior, non appena ottenute le deleghe, attuano uno "spoils system" chirurgico e radicale, estromettendo il management di fiducia dei senior con rapidità comparabile a quella di alcuni presidenti di società sportive nei confronti dei loro sfortunati coach.

Non esistono le famose regole d'oro per gestire i processi di continuità, ma alcuni accorgimenti vanno tenuti in adeguata

considerazione, tra i quali:

avviare il processo di trasmissione delle deleghe quando il senior è ancora presente e operativo, ponendo molta attenzione alla comunicazione interna ed esterna all'azienda; assistere i junior nei processi di costruzione della propria autorevolezza e della propria legittimazione. Non basta una delibera del CdA o un ordine di servizio, come non basta dire "stammi vicino e capirai": all'impresa raramente serve un clone nominato sul campo. Serve un leader autorevole e riconosciuto almeno quanto il proprio predecessore; costruire un ruolo per i senior. Secondo J.A. Davis, apprezzato guru del family business, esistono quattro stili di abbandono (fig. 3):

il monarca: non vuole abbandonare;

il generale: lascia, ma poi ritorna;

il governatore: si ritira e scompare;

l'ambasciatore: si ritira e consiglia.

Non so se J.A. Davis abbia ragione; so soltanto che io ho incontrato esponenti (più o meno autorevoli e più o meno gradevoli) di tutte e quattro le categorie da lui individuate; non circoscrivere il processo di trasmissione alla famiglia, ma estenderlo al management.

Ovviamente la messa in atto degli accorgimenti sopra elencati non è scontata, né semplice, ma è gestibile pur nella sua complessità agendo sia sulla struttura organizzativa, che sull'educazione al cambiamento. Ma è il caso di riprendere il tema nel prossimo intervento.

Sergio Cimino
Consulente di family business RCE Consulting - SIDA
Docente di Strategia e di Organizzazione
presso gli Atenei di Perugia e Siena

STAGE ACADEMY

Usate gli anticonvenzionali

EVENTI PER FORMARE ED INFORMARE DIVERTENDO

Stage Academy® è un format di empatia comunicazione per la realizzazione di eventi, manifestazioni, convention e attività di team building. Risponde alle esigenze di comunicazione non convenzionale di imprese, territori ed istituzioni.

Massimizza gli investimenti di comunicazione in contesti fortemente orientati a target specifici.

Stage Academy® è la soluzione ideale per:

- formare ed informare
- posizionare il prodotto
- alimentare la brand awareness
- creare sentiment
- generare consenso
- spingere all'acquisto

WWW.STAGEWITH.US
Unconventional event formats

NEXT ON STAGE

dal 24 LUGLIO
al 5 AGOSTO
SHOW YOUR TALENT

Treia (mc)

MARCHE

→ **INVITALIA - Agenzia per lo sviluppo e l'attrazione degli investimenti**

"Incentivi per lo sviluppo del turismo".

Contributi a fondo perduto e finanziamenti a tasso agevolato per sostenere progetti di creazione d'impresa o l'ampliamento di aziende già esistenti e riguardanti la fornitura di servizi nei settori della fruizione dei beni culturali, del turismo. La copertura per gli investimenti previsti finanziabili può raggiungere la somma di 516.000. BANDO APERTO

→ **REGIONE MARCHE**

"Incentivi per lo sviluppo del turismo".

Sono in fase di elaborazione e approvazione una serie di bandi a cura della Regione Marche e destinati alle imprese turistico-ricettive: € 350.000 per contributi a fondo perduto alle imprese turistiche che agiscono su sostenibilità, accessibilità, efficienza energetica ed innovazione tecnologica delle strutture ricettive; 4 mln € per il progetto "Sviluppo e promozione offerta turistica Regione Marche" che prevede, tra le altre misure, il recupero del patrimonio architettonico e storico-artistico di proprietà pubblica; progettazione del sistema di rete dei punti di informazione e accoglienza; sviluppo del cicloturismo, itinerari ambientali, artistici ed enogastronomici.

→ **REGIONE MARCHE - MCC**

"Sostegno agli investimenti finalizzato al risparmio energetico".

Contributo a fondo perduto per spese effettuate dopo il 01/01/2011 e relative ad acquisto di macchinari, attrezzature e impianti nuovi di fabbrica, opere edili e di allacciamento, utilizzo di impianti alimentati da fonti rinnovabili. Il contributo è pari al 40% dell'investimento ammissibile, fino ad un

massimo di € 200.000. SCADENZA: 30/07/2012

→ **"MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO - UNIONCAMERE**

"Agevolazioni alle imprese per favorire la registrazione di marchi comunitari e internazionali"

Lo strumento prevede agevolazioni da € 4.000 fino ad un massimo di € 15.000 per favorire la registrazione di marchi comunitari presso l'UAMI (Ufficio per l'armonizzazione del mercato interno) e/o presso l'OMPI (Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale) attraverso l'acquisto di servizi specialistici.

BANDO APERTO FINO AD ESAURIMENTO RISORSE

→ **MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO**

"Fondo Nazionale per l'Innovazione - F.N.I."

Lo strumento prevede, per le piccole e medie imprese, il supporto della valorizzazione ed il finanziamento di progetti innovativi basati sullo sfruttamento industriale di disegni e modelli. Sono previsti finanziamenti fino a 3 milioni di euro, con durata fino a 10 anni, senza la richiesta di garanzie personali o reali.

→ **ABI E ASSOCIAZIONE DEGLI IMPRENDITORI**

"Promozione dei "Rinnovo Accordo 2009 su Moratoria Mutui per le aziende"

In base all'Avviso Comune siglato in data 28/02/2012 tra l'ABI e tutte le Associazioni Imprenditoriali, le Piccole e Medie Imprese potranno beneficiare delle seguenti misure agevolative: 1) SOSPENSIONE per 12 mesi del pagamento della quota capitale delle rate dei MUTUI BANCARI in essere; b) SOSPENSIONE per 6 o 12 mesi del pagamento della quota

capitale implicita dei CANONI DI LEASING; c) ALLUNGAMENTO A 270 gg. delle scadenze per le operazioni di ANTICIPO FATTURE.

SCADENZA: 31/12/2012

EMILIA ROMAGNA

→ **INVITALIA - Agenzia per lo sviluppo e l'attrazione degli investimenti**

"Incentivi per lo sviluppo del turismo"

Contributi a fondo perduto e finanziamenti a tasso agevolato per sostenere progetti di creazione d'impresa o l'ampliamento di aziende già esistenti e riguardanti la fornitura di servizi nei settori della fruizione dei beni culturali, del turismo. La copertura per gli investimenti previsti finanziabili può raggiungere la somma di € 516.000. BANDO APERTO

→ **CAMERA DI COMMERCIO DI REGGIO EMILIA**

"Bando per la creazione di nuove imprese giovanili"

Per la creazione di nuove imprese (start-up) da parte di occupati, inoccupati o disoccupati con età compresa tra i 18 e i 35 anni e residenti nella provincia di Reggio Emilia, sono previsti finanziamenti dal 50% al 60% delle spese sostenute, fino ad un massimo di € 8.000, per la creazione di nuove imprese a conduzione o a prevalente partecipazione giovanile. SCADENZA: 28/09/2012

→ **MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO**

"Fondo Nazionale per l'Innovazione - F.N.I."

Lo strumento prevede, per le piccole e medie imprese, il supporto della valorizzazione ed il finanziamento di progetti innovativi basati sullo sfruttamento industriale di disegni e modelli. Sono previsti finanziamenti fino a 3 milioni di euro, con durata fino a 10

anni, senza la richiesta di garanzie personali o reali.

→ **ABI E ASSOCIAZIONE DEGLI IMPRENDITORI**

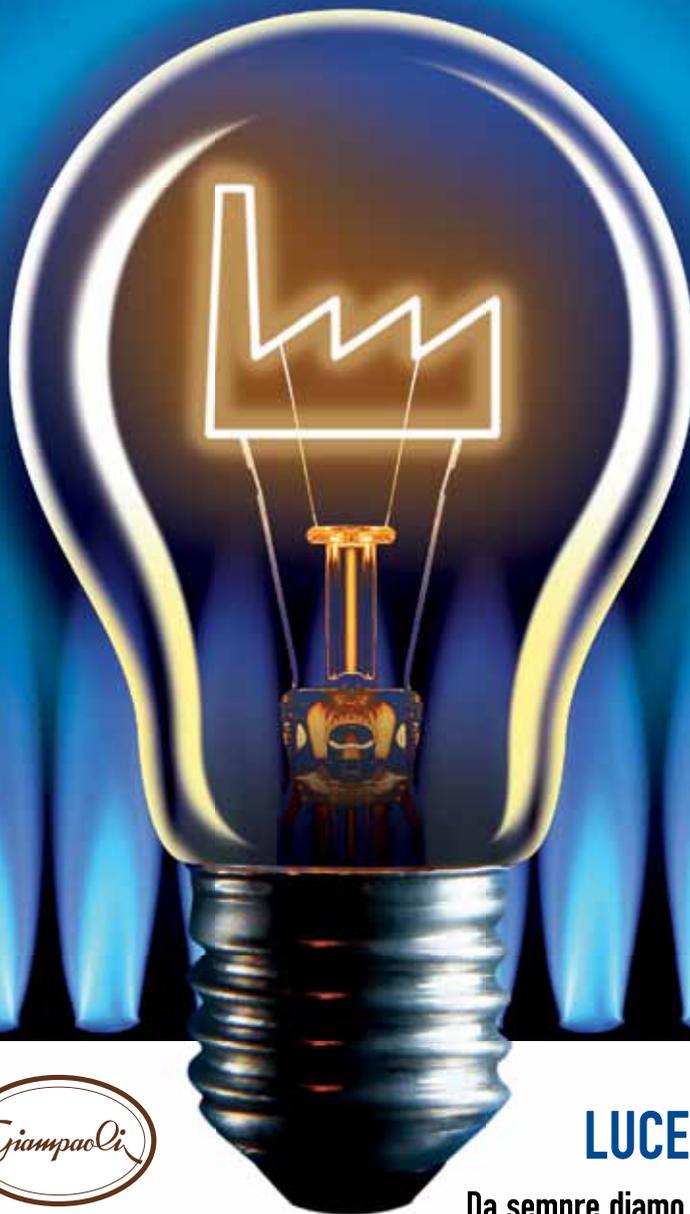
"Rinnovo Accordo 2009 su Moratoria Mutui per le aziende". In base all'Avviso Comune siglato in data 28/02/2012 tra l'ABI e tutte le Associazioni Imprenditoriali, le Piccole e Medie Imprese potranno beneficiare delle seguenti misure agevolative: 1) SOSPENSIONE per 12 mesi del pagamento della quota capitale delle rate dei MUTUI BANCARI in essere; b) SOSPENSIONE per 6 o 12 mesi del pagamento della quota capitale implicita dei CANONI DI LEASING; c) ALLUNGAMENTO A 270 gg. delle scadenze per le operazioni di ANTICIPO FATTURE. SCADENZA: 31/12/2012

→ **D.L. 13/05/2011, N° 70**

"Credito d'Imposta per spese di Ricerca e Sviluppo" Credito d'imposta, utilizzabile, in tre rate annuali, pari al 90% della spesa incrementale di investimento, realizzata a decorrere dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31/12/2010 e fino a chiusura del periodo d'imposta in corso al 31/12/2012, rispetto alla media degli investimenti in ricerca realizzati tra il 2008 e 2010

A cura della
Divisione Strategia e Finanza d'Impresa
Gruppo Sida
T 071.28521
finanza@sidagroup.com

BUSINESS TO BUSINESS ENERGY TO MARCHE



ANGELINI



GRUPPO
PIERALISI
INNOVATORI PER PASSIONE



CARNJ SOC COOP



LUCE E GAS PER LE IMPRESE

Da sempre diamo energia al business "made in Marche".
Con tutta l'affidabilità, la professionalità, la competenza
e la convenienza di un partner davvero unico, come noi.
Perché siamo vicini ai tuoi interessi, non solo a parole.

www.prometeoenergia.it



LUCE E GAS PER LE MARCHE

Chi *entra* e... chi esce

In questa Rubrica presentiamo le novità principali relative a nomine ed incarichi in aziende del territorio ed enti pubblici, nonché avvicendamenti che interessano marchigiani

→ Nomine e incarichi possono essere inviati all'indirizzo email scrivici@mlmagazine.it

• Nardo Filippetti nuovo Presidente di ASTOI Confindustria Viaggi

Con 167 voti a favore, Nardo Filippetti (titolare di Eden Viaggi) è stato eletto Presidente di ASTOI Confindustria Viaggi. L'imprenditore marchigiano – che sarà coadiuvato dai vice Carlo Pompili (Veratour) e Sergio Testi (Alpitour) – punta ad assegnare ad ASTOI un nuovo, preciso ruolo, per far sentire presso le istituzioni la voce degli operatori del settore.

• Nando Ottavi al vertice di Confindustria Marche

Nando Ottavi, presidente e amministratore delegato della Nuova Simonelli, è stato eletto presidente dell'associazione regionale degli industriali. 66 anni, sposato con due figli, succede a Paolo Andreani.

• Tonino Perini alla Fondazione Carisj

L'imprenditore Tonino Perini, già sindaco di Ripe negli anni Settanta e Ottanta, è il nuovo Presidente della Fondazione Carisj. Succede a Federico Tardioli.

• I titolari di Loriblu nominati Cavalieri al Merito della Repubblica

Annarita Pilotti e Graziano Cuccù, titolari della Loriblu, sono stati ufficialmente nominati Cavalieri al Merito della Repubblica



Italiana dal Capo dello Stato On. Giorgio Napolitano. Il conferimento del prestigioso attestato si è tenuto il 2 giugno, in occasione della Festa della Repubblica, durante la cerimonia organizzata a Fermo dal prefetto Emilia Zarrilli.

• Giuseppe Gilbertini nominato Presidente dell'Urbino International Centre

Con un accordo davanti al notaio il professor Giuseppe Gilbertini è stato nominato presidente dell'Urbino International Centre. L'associazione, senza scopo di lucro, diventerà un punto di approdo del processo di internazionalizzazione che vede impegnati l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bò, l'ERUS e le istituzioni territoriali.

• Paolo Mazzoni nominato presidente regionale degli agriturismo di Terranostra

Coldiretti Marche ha presentato, il 14 giugno scorso, il "Marchio doc" per le strutture ricettive, che si chiamerà "Campagna Amica" e, nella stessa occasione, alla presenza del presidente nazionale dell'associazione Tulio Marcelli e del presidente di Coldiretti Marche, Giannalberto Luzi, ha annunciato la nomina di Paolo Mazzoni a nuovo presidente regionale degli agriturismo di Terranostra.

Next stop. The future.

Nuova Classe A. Scoprila su mercedes-benz.it

Consumo ciclo combinato: (l/100 km) 6,2 (A 250 BlueEFFICIENCY) e 3,8 (A 180 CDI BlueEFFICIENCY).

Emissioni CO₂: (g/km) 145 (A 250 BlueEFFICIENCY) e 98 (A 180 CDI BlueEFFICIENCY).



Segui la Nuova Classe A anche su:



Mercedes-Benz

DeltaMotors

Concessionaria Ufficiale di Vendita e Assistenza Mercedes-Benz

Ancona, Zona Baraccola, Via Albertini 26, tel. +39 071 8047500, www.delta-motors.it

Roncaglia: L'*innovazione* contro le multinazionali

Armando Roncaglia, fondatore dell'omonima azienda di comunicazione con sede a Roma ci racconta i segreti di un successo trentennale

di L. Ciaccafava



Dottor Roncaglia, siete sul mercato da oltre trent'anni. Com'è possibile in un settore dominato dalle multinazionali?

"Per risponderle correttamente devo correggerla. E' vero che nel nostro settore, cioè il mercato pubblicitario, dobbiamo fare senz'altro i conti con gruppi internazionali di elevata qualità tecnica e forza economica, però non è che tali realtà abbiano il monopolio. Il fatto stesso che noi - Gruppo Roncaglia - siamo attivi dal 1976, con un bacino di clienti tra i leader a livello mondiale, la dice lunga ...".

Quali sono i segreti del vostro successo?

"Aver mantenuto sempre la nostra indipendenza e questo, come si può immaginare, ci riempie di orgoglio. Certo, nel nostro settore il successo di un'azienda si misura - oltreché in termini di qualità dei servizi offerti e serietà imprenditoriale - anche sulla capacità di innovarsi, con uno spirito proattivo rivolto ai continui miglioramenti. In tutta onestà penso che in tal senso la nostra azienda ha dimostrato una buona capacità di seguire velocemente,

talvolta addirittura anticipare, le dinamiche del mercato".

In che senso?

"E' il 2005 l'anno della svolta, che ci ha permesso di assumere gli attuali connotati, andando incontro alle nuove esigenze della comunicazione che si stavano affacciando su scala internazionale. In quel periodo inserimmo in azienda un nuovo modello di business, coniato sulla base delle importanti esperienze maturate all'estero (Usa, Canada, Inghilterra, Cina, ndr) dai miei tre figli. Mi spiego: ora siamo un gruppo di aziende di comunicazione, con professionisti che lavorano sotto lo stesso tetto, in cui la parola d'ordine è e dev'essere "Interdisciplinarietà". Il che significa approcciarsi al cliente non soltanto con progetti verticali - cioè specialistici - ma anche trasversali. Il risultato finale: una somma di eccellenze".

Perché Lei ha parlato di professionisti che lavorano "Sotto lo stesso tetto"?

"E' un elemento di fondamentale importanza: gli specialisti delle varie discipline che ruotano attorno al mondo della comunica-

zione - advertising, CRM, loyalty e promotion, digital e social, new media, point of sale, ricerche di mercato - si parlano, si confrontano ... insomma, giocano nella stessa squadra".

In realtà anche prima di questo "Secondo inizio" del 2005 eravate comunque decisamente affermati a livello nazionale con clienti importanti. Chi non ricorda lo spot di Pippo Baudo per il caffè Kimbo?

"I clienti sono tutti importanti. Certo, abbiamo lavorato per multinazionali, marchi molto affermati, ma la dedizione, la passione, l'impegno e la professionalità profuse nei nostri servizi - sia chiaro - sono una caratteristica comune che non cambia a seconda del fatturato del cliente o della visibilità mediatica del messaggio che lanciamo. Non a caso, abbiamo studiato una serie molto ampia di servizi coordinati tra loro e dedicati esclusivamente alle piccole aziende: dalle promozioni alle incentivazioni. La comunicazione non si fa soltanto con le grandi campagne pubblicitarie ...".

www.grupporoncaglia.it

BancaMarche la cultura



Ci sono molte banche e molti modi di essere banca.

Noi, da sempre, pensiamo che il nostro ruolo sia semplicemente quello di esserci. Davvero. Ecco perché Banca Marche "aMa". Ama la concretezza, la fiducia, le passioni. Ama i progetti e il futuro.

Ama perché partecipa e sostiene il tessuto economico, sociale e culturale del territorio. Un territorio che va ben oltre le Marche, con tanti clienti che amano il nostro modo di essere.

 **BancaMarche**
www.bancamarche.it

MACERATA OPERA FESTIVAL
ARENA SFERISTERIO 2012

Direttore *Daniele Belardinelli*
Regia *Henning Brockhaus*

Libretto di *Francesco Maria Piave*
Edizioni *Universal Music Publishing Ricordi srl, Milano*

LA TRAVIATA

20, 29 Luglio - 4, 12 Agosto | ore 21 **DI G. VERDI**

Libretto di *Giuseppe Giacosa e Luigi Illica*
Edizioni *Universal Music Publishing Ricordi srl, Milano*

Direttore *Paolo Arrivabeni*
Regia *Leo Muscato*

LA BOHÈME

21, 27 Luglio - 5, 10 Agosto | ore 21 **DI G. PUCCINI**

Direttore *Dominique Trottein*
Regia *Serena Sinigaglia*

Carmen

22, 28 Luglio - 3, 11 Agosto | ore 21 **DI G. BIZET**

Libretto di *Henri Meilhac e Ludovic Halévy* - Edizioni *Choudens, Parigi*
Rappresentante per l'Italia *Casa Musicale Sognogno di Piero Ostali, Milano*

26
LUG

ROBERTO BOLLE *Danza all'Opera*
Macerata Opera Festival & Civitanova Danza

Notte dell'Opera

09
AGO

02
AGO

Serata di stelle per **MARIO DEL MONACO**
a cura di Giancarlo Del Monaco

Associazione **Arena Sferisterio - Teatro di Tradizione** | www.sferisterio.it

Biglietteria: Piazza Mazzini, 10 - I 62100 Macerata | T. (+39) 0733.230735 | boxoffice@sferisterio.it

Prenotazioni on line: www.vivaticket.it | **call center:** 899.666.805 (servizio a pagamento)



Jesi Cube Open Day

Lo scorso 27 giugno la sede dello JESI CUBE ha ospitato l'incontro "JESI CUBE Open Day".

di A. Monticelli

Nel corso dell'Open Day sono state presentate le modalità di accesso alla struttura ad aspiranti neo-imprenditori e alla comunità economico-produttiva del territorio e sono stati approfonditi i temi della creazione d'impresa e del ruolo di supporto che l'incubatore avrà nell'attivazione di nuova imprenditorialità, nello sviluppo di un network di conoscenze e relazioni di carattere globale nonché nello sviluppo di imprese ad alto contenuto innovativo. Ad aprire i lavori – coordinati dal Direttore di JESI CUBE, Giuseppe Iacobelli – si sono succeduti il Rettore dell'Università Politecnica delle Marche, Marco Pacetti, il neo Sindaco del Comune di Jesi, Massimo Bacci e il Presidente di Eridania Sadam, Massimo Maccaferri. A seguire, il professor Donato Iacobucci, Presidente del Comitato Paritetico di JESI CUBE, ha illustrato le caratteristiche della call, le modalità di accesso e le caratteristiche dei servizi e dei per-

corsi d'incubazione (sia fisici sia virtuali) di cui potranno usufruire le start up inserite. Il professor Gianni Lorenzoni, Past President PNI Cube (associazione degli incubatori italiani) si è invece soffermato sui benefici delle strutture d'incubazione e sulle opportunità di cui potranno godere i giovani candidati all'inserimento. Infine, nella seconda parte dell'incontro, si sono alternati giovani fondatori e advisor di startup operanti in campo internazionale, con particolare riferimento agli Stati Uniti. Filippo Beretta (Partner Motu Novu), Filippo Dal Fiore (Co-Founder and director Currentcity), Pierluca Martella (Founder 46 Sports) e Andrea Orioli (Co-Founder and VP Fluidmesh) hanno raccontato le loro esperienze, i principali fattori di successo delle iniziative, le criticità da superare, l'approccio individuale più efficace nonché gli elementi del contesto che possono influire sull'avvio e lo sviluppo della propria start up.

Un'importante occasione di confronto sull'avvio dell'incubatore a sostegno delle nuove start up marchigiane, a favore del trasferimento tecnologico e per il rilancio industriale



Speciale
Guida all'estate 2012



Nel bel mezzo
dell'*INVERNO*, ho infine
imparato che vi era in me
un' *INVINCIBILE estate*

Albert Camus

(Filosofo, saggista, scrittore e drammaturgo francese)

*“È certo la primavera la
stagione più triste dell’anno.
Ondeggia, incespicante e
trasognata tra la bianca
severità dell’inverno e la
focosa maestà dell’estate,
come una “donzelletta”
acerba che non è più vera
bambina e non è ancora
donna fatta. È ridotta,
perciò, alle malfide risorse
del doppio gioco...”*

Giovanni Papini

(Scrittore, poeta e aforista)



Ancona, *indimenticabile* estate 2012

Cosa riserva il capoluogo di regione per la bella stagione? Lo abbiamo chiesto al Commissario straordinario della Provincia di Ancona Patrizia Casagrande

di M. Camilletti

Cosa riserva la stagione estiva della provincia di Ancona?

“Da anni la nostra offerta turistica si contraddistingue per la capacità di coniugare storia e cultura, musica e natura, sfruttando con intelligenza il pregevole patrimonio di luoghi e paesaggi di cui è ricco il territorio. Molti sono gli eventi in calendario, alcuni già definiti e altri ancora in fase di programmazione, che in maniera uniforme si dislocheranno in tutta la provincia, dalla costa all'Appennino. L'obiettivo è valorizzare non solo l'incredibile varietà di beni culturali come teatri, musei, pinacoteche e centri storici, ma anche i prodotti tipici della filiera agroalimentare e dell'artigianato locale”.

Quali sono gli appuntamenti più importanti?

“Scegliere non è facile perché si rischia sempre di fare torto a qualcuno. Potrei citare gli eventi che in questi anni hanno consolidato un crescente consenso anche fuori regione, fino a diventare veri e propri appuntamenti di carattere nazionale e internazionale. Penso all'edizione appena conclusa di Poiesis a Fabriano, al Caterraduno a Senigallia, alle oltre duecento iniziative inserite nel cartellone di Amo la Mole ad Ancona, alle tappe itineranti del Cantar Lontano, alla Notte Nera di Serra

de' Conti. E ancora, due pezzi storici della nostra offerta turistica: il Summer Jamboree e il Festival Adriatico Mediterraneo. Tuttavia, non c'è comune in tutta la provincia che non preveda eventi di qualche natura. Anche per questo ci siamo dotati di un apposito portale, quello del Sistema turistico della Marca Anconetana (www.marcaanconetana.it), che raccoglie tutti gli appuntamenti del territorio, in modo tale da dare adeguata comunicazione su tutto ciò che può rendere più piacevole il soggiorno dalle nostre parti”.

Cosa dovrebbe spingere un turista a scegliere le Marche e, in particolare, la vostra provincia?

“Quello che noi proponiamo non è solo un soggiorno, ma un'esperienza. Un'esperienza capace di esaudire le esigenze di relax ma, allo stesso tempo, in grado di soddisfare interessi anche molto diversificati tra loro. Abbiamo scelto di investire su un turismo a misura d'uomo. Ciò non significa un'atmosfera spenta, bensì una proposta lontana dagli eccessi commerciali e dai grandi eventi finalizzati al puro svago che, unendo divertimento, cultura e riflessione, possa stabilire un legame nuovo e indissolubile tra il turista e la nostra terra”.

Urbino

estate 2012

La città' ducale, tra feste e cultura

di M. Rossi

La Città di Urbino ha organizzato per l'estate 2012 una serie di importanti iniziative destinate a catturare l'interesse di un'ampia fascia di turisti e visitatori a partire da una delle più importanti mostre attualmente presenti in Italia, La Città Ideale. L'utopia del Rinascimento ad Urbino tra Piero della Francesca e Raffaello, la quale oltre alla Città ideale custodita presso la Galleria Nazionale delle Marche ospita la prospettiva di città conservata a Baltimora e numerose opere di Domenico Veneziano, Sassetta, Piero della Francesca, Fra' Carnevale, Leon Battista Alberti, Francesco di Giorgio, Luca Signorelli, Jacopo de' Barbari, Perugino, Bramante e Raffaello. La mostra che si tiene presso Palazzo Ducale di Urbino, sarà visitabile fino all'8 luglio.

Il 1° luglio si proseguirà con una manifestazione cicloturistica diventata oramai un imperdibile appuntamento per gli amanti del genere, la Unesco Cycling Tour. Oltre alla competizione vera e propria che prevede tre percorsi differenziati, ci sarà una mostra dedicata a Marco Pantani presso le Sale del Castellare di Palazzo Ducale e varie iniziative collaterali dedicate ai ciclisti ed alle loro famiglie.

Dal 20 al 29 luglio sarà la volta poi del Festival Internazionale di Musica Antica, giunto quest'anno alla sua 44^a edizione e che riserverà anche per il 2012 il consueto programma ricchissimo di corsi, convegni, seminari e prestigiosi appuntamenti musicali nei più suggestivi palazzi della Città e del territorio.

Dal 17 al 19 agosto si terrà la tradizionale Festa del Duca, durante la quale la città si immergerà ancora una volta nel proprio passato più glorioso tra rievocazioni storiche, spettacoli di strada, laboratori e mercatini.

Il primo fine settimana di settembre (sabato 1° e domenica 2 settembre) è riservato all'iniziativa più amata dagli Urbinati, grandi e piccini, la Festa dell'Aquilone giunta alla sua 57^a edizione, che quest'anno sarà inserita nelle iniziative dedicate al centenario della più belle ed intense morte di Giovanni Pascoli, il quale scrisse L'Aquilone, una tra le sue poesie più belle e intense, ricordando l'infanzia trascorsa ad Urbino.





Musica, danza folklore e non solo: ecco il *ricco programma* dell'estate Maceratese

L'Assessore al turismo e Vice Sindaco Irene Manzi alza il sipario sul ricco calendario eventi della "Città della cultura"

di A. Siria

Cosa riserva la stagione estiva maceratese?

"La stagione estiva della nostra città coinvolgerà i luoghi più rappresentativi del centro storico: le piazze, i musei, l'Arena Sferisterio con eventi che, da giugno a settembre, da Musicultura al Festival degli Artisti di strada, con gli spettacoli di circo contemporaneo, renderanno Macerata un palcoscenico a cielo aperto dove potersi ritrovare. Un investimento importante quello sulla cultura e sul turismo culturale (pari al 17% dell'intero bilancio comunale) che, anche in un momento di crisi e difficoltà, continua a caratterizzare fortemente l'Amministrazione come nuova opportunità di sviluppo per la città".

Quali sono gli appuntamenti più importanti?

"Sicuramente il Macerata Opera Festival, che prenderà avvio il prossimo 20 luglio, gioca un ruolo fondamentale nella programmazione estiva. La manifestazione quest'anno accentuerà la sua natura di Festival lirico e di spettacolo diretto a coinvolgere integralmente, per quasi un mese, la città con eventi in programma allo Sferisterio (le tre opere, lo spettacolo di Roberto Bolle ed il recital dedicato a Mario del Monaco) e nel centro cittadino, culminanti il 9 agosto in una Notte dell'Opera che vedrà coinvolta tutta la città con iniziative ispirate alle tre

opere in programma. Proprio il Festival sarà lo spunto per un evento espositivo, in programma presso i Musei Civici di Palazzo Bonaccorsi, che reinterpreterà i quadri della Pinacoteca cittadina, dedicati alle figure femminili, alla luce delle tre eroine-Carmen, Violetta, Mimì- protagoniste delle opere in cartellone. E poi appuntamenti abituali come i Festival del Folklore, degli artisti di strada, Macerata Ospitale ed i concerti allo Sferisterio, tutte iniziative che, unite ad altri eventi come il Festival dell'Università, la Festa del Libro Macerata Racconta, Musicultura rendono Macerata una piccola città dei festival, straordinaria per qualità e quantità dell'offerta culturale presente".

Cosa dovrebbe spingere un turista a scegliere le Marche e, in particolare, la città di Macerata?

"Ovviamente la bellezza dei luoghi storici e naturalistici è un elemento di grande attrazione per quanti arrivano nella nostra città, fattore importante a cui si unisce un'altra componente, più impalpabile ma ugualmente determinante: la qualità della vita. Una qualità che accomuna e caratterizza le iniziative in programma, l'offerta enogastronomica, l'accoglienza nei confronti degli ospiti e che si può cogliere immergendosi, per qualche giorno, nella bellezza della nostra città".

“La bellezza dei luoghi storici e naturalistici è un elemento di grande attrazione per quanti arrivano nella nostra città, fattore importante a cui si unisce un'altra componente, più impalpabile ma ugualmente determinante: la qualità della vita”
<http://www.turismo.provinciamc.it/>



L'estate a Fermo? Un continuo *movimento...*!

L'Assessore al Turismo Guglielmo Massucci: “Il nostro territorio offre il mare, la montagna, la cultura, lo sport e lo shopping. Tutto quello che un turista sogna, in un unico colpo d'occhio!”

di C. Badioli

Assessore Massucci, cosa riserva la stagione estiva del fermano?

“Il nostro calendario eventi per la stagione estiva 2012 è copioso e variegato. Sulla nostra guida-eventi abbiamo pubblicato oltre 1800 appuntamenti, che si svolgono da giugno a settembre, a Fermo e in tutte le Città della Provincia. L'offerta è davvero ampia: il settore sportivo ad esempio ci riserva l'evento clou dei Campionati Mondiali di Vela (Classe 2.4mR World Championship), che consentirà a disabili e normodotati di gareggiare insieme. Particolarmente apprezzate sono le rievocazioni storiche, che richiamano un pubblico internazionale e che vantano una longevità davvero unica, come la Cavalcata dell'Assunta e la Contesa del Secchio, quest'ultima ormai giunta alla sessantesima edizione. Non mancheranno le notti bianche e le notti rosa, le sagre e gli eventi enogastronomici, con le eccellenze tipiche del territorio. Per gli amanti della musica di qualità ci sarà, tra le tante iniziative, l'imperdibile Festival della Musica da Camera Armonie della Sera, mentre gli appassionati di artigianato e antiquariato troveranno, tutti i giovedì, gli stand del tradizionale mercatino, giunto alla sua trentesima edizione. Infine, i palati più curiosi ed esigenti potranno assaggiare le golosità preparate sia in occasione del-

le manifestazioni del Circuito delle Cucine Tipiche Locali che delle serate enogastronomiche di Tipicità Estate, quest'ultime ospitate nelle Piccole Cisterne Romane”.

Cosa direbbe ad un turista indeciso, per invogliarlo a venire nelle Marche e, in particolare, a Fermo?

“Io dico sempre che sappiamo di non essere né i più bravi, né i più belli, ma il nostro territorio ha delle peculiarità che vanno assolutamente valorizzate e scoperte, delle ricchezze architettoniche, archeologiche, paesaggistiche, enogastronomiche sorprendenti. In più, il nostro territorio, ha un punto di forza unico, che è costituito dalla presenza degli outlet delle grandi firme e brand più prestigiosi della moda italiana. Gli outlet costituiscono un forte richiamo per i turisti amanti dello shopping, che qui trovano, inoltre, un'accoglienza eccellente sotto il profilo dell'offerta ricettiva: dagli alberghi a cinque stelle agli agriturismi, dai bed & breakfast ai campeggi. Il tutto in un contesto pittoresco, che a distanza di pochi chilometri offre sia uno splendido mare, premiato anche quest'anno con le Bandiere Blu, sia l'incantevole paesaggio dei Monti Sibillini”.

Arte, musica, enogastronomia e cultura: *benvenuti* nell'estate Picena

L'Assessore al turismo Bruno Gabrielli, apre le porte della sua Ascoliù

di L. Ciaccafava

Cosa riserva la stagione estiva nella Provincia di Ascoli Piceno?

"Sono previsti in tutti e trentatré comuni del Piceno tanti appuntamenti all'insegna dell'arte, della musica, dell'enogastronomia e della cultura. Una programmazione ricca e variegata, frutto delle sinergie tra enti e associazioni, che consentirà ai turisti di fruire del territorio con proposte di qualità per un'animazione diffusa e coinvolgente. Il turismo è il vero valore aggiunto di questo territorio per la particolare configurazione geografica del Piceno che si snoda dalla costa, alla collina fino alla montagna con due parchi nazionali e centri storici ben conservati".

Quali sono gli appuntamenti più importanti promossi dall'Amministrazione Provinciale?

"Sul binomio cultura-turismo punterà anche quest'anno la programmazione estiva degli eventi organizzati dalla Provincia. Il fiore all'occhiello è la II edizione del Festival dell'Appennino che, iniziato lo scorso maggio proseguirà fino a metà luglio con un ricco cartellone di spettacoli, escursioni, convegni e degustazioni che si svolgono in dodici comuni dell'entroterra piceno per rendere omaggio alla montagna e alla sua gente. E' un Festival che coniuga natura, sport, cultura e ambiente dove gli spettatori vivono un'esperienza unica tra borghi e paesaggi. Le informazioni possono essere reperite all'indirizzo del Festival www.festivaldellappennino.it. Un altro grande evento è in programma domenica 15 luglio con la II edizione della ma-

nifestazione "Staffettando nel Piceno". Grazie a due discipline popolarissime come il podismo e il ciclismo, si avrà la possibilità di esplorare i trentatré comuni del territorio con tappe e momenti conviviali. Dopo gli straordinari successi del concerto dei "Carmina Burana" nel 2010 e, nel 2011, di "Nabucco" di Giuseppe Verdi, l'Amministrazione provinciale proporrà il 12 agosto l'opera "La Tosca" nel suggestivo scenario della banchina antistante la Capitaneria di San Benedetto. Sempre ad agosto, nell'anfiteatro naturale della cava "Tancredi" in località Fornara di Acquasanta Terme, si svolgerà un evento legato alla musica popolare per rinnovare la bellezza senza tempo del travertino, materiale caratteristico dell'identità picena".

Cosa dovrebbe spingere un turista a scegliere le Marche e, in particolare, la vostra Provincia?

"Da un'indagine commissionata dalla Provincia risulta che oltre il 25% di chi ha visitato il Piceno vi ha soggiornato nel periodo estivo almeno cinque volte. Ciò dimostra l'elevato grado di fidelizzazione dei turisti che eleggono a eccellenze del turismo piceno la ristorazione e gli stabilimenti balneari come anche la sicurezza delle località visitate riconosciuta da oltre il 95% degli intervistati. Promossa a pieni voti l'ospitalità della cittadinanza (che piace al 93,5% del campione). Giudizi molto positivi anche per il decoro urbano e la cura delle aree verdi. Molto gradite, infine, le manifestazioni popolari come sagre, fiere e rievocazioni storiche".





VL

VILLALATTANZI



LUXURYREFUGE

VILLA LATTANZI

TRACCIA UN NUOVO
INEBRIANTE PERCORSO
ALLA SCOPERTA DI
FRAGRANZE E SAPORI
CHE TI SORPRENDERANNO.

VIENI A SCOPRIRLO.

VL Degustazioni: IRRESISTIBILE BINOMIO DI SAPORI A CENA

20/07 *I bianchi del Collio*

VENICA & VENICA

03/08 *Champagne*

POMMERY

In collaborazione con:

Giulio Pasquale
enoteca



ASSOCIAZIONE ITALIANA SOMMELIERS

PER INFO E PRENOTAZIONI:

VILLA LATTANZI Torre di Palme, Fermo 63900 Contrada Cugnolo, 19 tel +39 0734 53711 - www.villalattanzi.it

Stagione estiva 2012: le Marche da *vivere*, secondo Valentina Conti e Andrea Carloni

Lei è fondatrice e presidentessa della casa editrice Affinità Elettive, nonché Vice Presidente della Form, Orchestra Filarmonica Marchigiana; Lui è giornalista professionista, Presidente Regionale USSI Marche e Consigliere Regionale CONI: una Beatrice e un Cicerone in versione moderna, per svelare i segreti della nostra regione

di A. Dachan

Come giudica l'offerta e la varietà di appuntamenti in calendario nelle diverse località della regione?

V. C. : "Ritengo che le Marche possano vantare delle assolute eccellenze in campo culturale. Penso, ad esempio, al lavoro ultratrentennale di ricerca teatrale di Inteatro di Polverigi, o, in campo musicale, a Musicultura, oltre al Rof di Pesaro, lo Sferisterio di Macerata e la stessa Form, per non parlare della ricerca in campo letterario svolta negli ultimi decenni dalle nove case editrici di cultura e ricerca della nostra regione. Esistono anche molti festival, alcuni dei quali tendono però a riproporre modelli forse troppo omologati, persino televisivi, che temo non giovino al tenore culturale del nostro territorio, poiché non producono una vera ricaduta, né un coinvolgimento della comunità marchigiana, pur assorbendo notevoli risorse".

A. C. : "In questi anni, nonostante il difficile momento attraversato, il livello qualitativo delle manifestazioni si è certamente innalzato. L'offerta è piuttosto variegata, anche se sarebbe utile una "cabina di regia" per coordinare al meglio le attività ed evitare sovrapposizioni".

Personalmente, che tipo di eventi predilige: concerti, gare sportive, appuntamenti culturali, rievocazioni storiche...?

V. C. : "Mettiamola così: non amo particolarmente le manifestazioni sportive né le rievocazioni storiche, spesso arcaiche, finte e poco credibili. Per il resto, mi interessa la qualità – parola troppo poco usata nel nostro Paese – applicata a qualsiasi

manifestazione culturale: convegni, conferenze, mostre, spettacoli teatrali, concerti..."

A. C. : "Non c'è qualcosa che mi attragga più ed altro meno. I concerti sono ormai di caratura notevole; gli appuntamenti culturali sono ben distribuiti sul territorio, grazie ad un lavoro sinergico che sta dando i suoi frutti; ci sono moltissime delle cinquanta rievocazioni storiche censite nelle Marche che mantengono intatto il loro fascino. Mancano, invece, eventi sportivi di notevole portata, fatta salva qualche bella eccezione, come per la ritmica, il ciclismo, il motocross o le maratone".

Ritiene che simili iniziative siano pubblicizzate e comunicate adeguatamente?

V. C. : "Talvolta, sono fin troppo pubblicizzate".

A. C. : "Questo penso sia l'aspetto centrale. La promozione di eventi è spesso ristretta al territorio di svolgimento o, quando va bene, alle zone limitrofe. E' la solita storia: abbiamo tanto, lo comunichiamo poco. E' su questo che si dovrebbe lavorare (ed investire) di più".

Che valore acquisisce, secondo Lei, la riscoperta e la riproposta delle tradizioni e delle eccellenze territoriali, soprattutto in un momento considerato di crisi?

V. C. : "Uno dei motivi della crisi risiede proprio in taluni effetti iniziali e poco gestiti della cosiddetta globalizzazione. Si



comprende dunque in che senso è importante riproporre la tradizione, riuscendo però sempre a coniugarla in un contesto contemporaneo, capace cioè di coinvolgere anche le nuove generazioni”.

A. C. : “Un valore fondamentale. Quando si tratta di fare la differenza, di conquistare nuovi spazi e mercati, bisogna ingegnarsi, creare, inventare e comunque mettere in vetrina i propri “gioielli”, le proprie eccellenze. Ecco perché chi opera in questa direzione andrebbe incoraggiato e sostenuto in modo particolare: promuovere le proprie eccellenze è il modo migliore per illuminare e valorizzare il proprio territorio”.

Di quali eventi si occuperà o sarà in qualche modo protagonista con il suo lavoro quest'estate?

V. C. : “Per quanto riguarda la Form, il 20 luglio inizia la stagione dello Sferisterio a Macerata e il 10 agosto l'orchestra suonerà al concerto dedicato a Rossini nella giornata inaugurale del Rof. Per ciò che concerne, invece, la mia attività di editore, lo dico senza presunzione, credo di essere presente (nel senso di fare ricerca, produrre novità) tutti i giorni dell'anno”.

A. C. : “Sono molteplici e vanno dall'organizzazione della 23^a edizione del Premio “Marchigiani dell'Anno”, volto ad accendere i riflettori su personaggi eccellenti del nostro territorio, alla valorizzazione dei nostri atleti agli imminenti Giochi Olimpici di Londra”.



Se dovesse raccontare ad un amico come sono le Marche d'estate, cosa direbbe?

V. C. : “Calde”.

A. C. : “Lo faccio spesso, con i miei colleghi di ogni parte d'Italia. A loro dico che le Marche non si possono raccontare, bisogna viverle.

E non c'è una sola stagione per farlo, perché scegliendo la nostra terra in qualunque momento dell'anno, basta esprimere un desiderio per vederlo realizzato. Se ne stanno accorgendo anche i nord americani e presto – ne sono sicuro – arriveranno in molti di più anche da Cina e Brasile...”.

C'è un ricordo o un aneddoto particolare legato all'estate marchigiana che ama raccontarci?

V. C. : “Un concerto di Sergio Endrigo a una Festa de l'Unità. Ero molto piccola. Lui era tutto vestito di bianco, lo ricordo ancora. Mi ha preso in braccio, mi ha portata sul palco e ha iniziato a cantare: “La festa è appena cominciata...”.

A. C. : “L'anno scorso due mie cugine hanno aperto un bad and breakfast a Numana; nonostante ci avessero lavorato tanto, riuscirono ad aprirlo solo ad estate iniziata.

Pensavano sarebbe stata una stagione persa, ma fecero una buona campagna di comunicazione e la struttura ebbe in pochi giorni prenotazioni dall'Italia e dall'estero. Bisogna crederci”.



Turismo, occorre un'offerta integrata

L'Italia conserva il 50 per cento del patrimonio artistico mondiale: una ricchezza immensa, peraltro, ancora mal gestita e scarsamente valorizzata. In molti casi è addirittura "nascosta"

di F. Guidi

Musei e pinacoteche raccolgono tutta l'espressione artistica dei più noti pittori, scultori, poeti e scrittori al mondo. Quando si parla di risorse/Paese dobbiamo pensare che nel nostro patrimonio esiste un territorio con i suoi gioielli artistici e architettonici che costituiscono un asset inestimabile. Da ciò deriva che l'economia che si può produrre e sviluppare con questa risorsa è immensa.

Siamo un Paese indubbiamente ricco, ma dobbiamo esprimere questa nostra incommensurabile risorsa. L'incoming turistico, alla luce dello sviluppo che sta

interessando le classi medie e medio-alte mondiali (al riguardo guardiamo alla Cina, all'India, alla Turchia, al Brasile, alla Russia, ai Paesi arabi, solo per menzionare talune aree caratterizzate da buoni indici di crescita) trova nel nostro Paese una risposta al loro bisogno di conoscenza e benessere e il loro archetipo di viaggiatore viene ampiamente soddisfatto.

Nel prossimo futuro ai visitatori storici delle economie occidentali si sommeranno in modo esponenziale quelli delle economie in via di sviluppo, principalmente dei Paesi appartenenti al Bric.

Se sapremo creare un'offerta ricettiva quanto più ricca, intelligente e coordinata, tanto più contribuiremo a superare strutturalmente l'andamento depressivo della nostra decadente economia.

I giovani devono trovare nel patrimonio turistico diffuso arti e mestieri che possano dare risposta ai loro progetti professionali. Intraprendenza, organizzazione, formazione, coraggio, creatività sono gli ingredienti necessari. Il turismo diffuso, calato in un contesto come il nostro, è la risposta felice e ottimistica al futuro economico dell'Italia.



The Hottest Rockin' Holiday on Earth!

Summer JAMBOREE #13



FREE Event

Main Sponsor



SENIGALLIA
Adriatic Riviera
ITALY

4/12 AGOSTO 2012
3 AGOSTO PRE SUMMER JAMBOREE

INFO+39.331.2800555 WWW.SUMMERJAMBOREE.COM

f SUMMER JAMBOREE OFFICIAL PAGE



cartilia®
fine paper in Italy



lega del filo d'oro



ALL IN PERSON!

The Explosive!
FREDDIE "BOOM BOOM" CANNON USA

From Santo and Johnny
JOHNNY FARINA USA

Sun Legend
NARVEL FELTS USA

The Original Comets
MARSHALL LYTTLE USA

Ready for another amazing Rock'n'Roll Revue
ABBEY TOWN JUMP ORCHESTRA ITA
22 pieces Big Band

AND

THE JETS UK

THE BALLROOM KINGS ITA

THE INTELIGENTS UK

THE BLUES WILLIES ITA

JOHNNY LAW & THE PISTOL PACKIN' DADDIES AUS

JUNIOR MARVEL NL

DIONNA AND THE AVENUE X USA/ITA

THE OKOLE MALUNA ORCH. GER/ITA

DI MAGGIO CONNECTION ITA

BENNY AND THE CATS ITA

LILY MOE CH

DALE ROCKA AND THE VOLCANOES ITA

SUGARPIE & THE CANDYMEN ITA

THE SILVER TONES ITA/UK

MIKE PENNY AND THE MOONSHINERS GER

THE BARNYARD PA. TRIO CH

HONOLULU HULA BOYS FEAT. MISS SERY ITA

LIBBICO & THE ALMOST BLUES ITA

THE WAVERS ITA

FOUR VEGAS ITA

CIALTRONTRIO ITA

THE BLUE DOLLS ITA

THE FRIGIDAIRES ITA

feat. Summer Jamboree official band

THE GOOD FELLAS ITA

Barlesque and Cabaret De Luxe with

PERLE NOIRE USA

POLLY RAE UK

Laurie Hagen B/UK

featuring

BENNY AND THE CATS

Curiosando... Dietro le *quinte*

All'interno di uno speciale dedicato alla programmazione estiva per il 2012, non poteva mancare l'intervento del CMS, Consorzio Marche Spettacolo, l'organismo, nato alla fine del 2010, che riunisce i soggetti privati operanti nel settore dello spettacolo dal vivo nelle Marche. Abbiamo incontrato il Presidente Carlo Pesaresi, che ci ha fatto "sbirciare" dietro le quinte per scoprire in anteprima cosa ci riservano i protagonisti dell'intrattenimento live della regione

di A. Siria

Credits fotografici:

Teatro Contemporaneo: Babilonia Teatri [photo: Marco Caselli Nirmal]

Musica: Vinicio Capossela [foto credit Elettra Mallaby]

Foto di Chiara Frigo: Enea Tomei

Dott. Pesaresi, alziamo il sipario sulla stagione estiva 2012: cosa può dirci sugli spettacoli che andremo a gustare?

"Dal 21 giugno al 29 settembre le Marche ospitano un ricchissimo calendario di spettacoli, trasformandosi in un grande palcoscenico i cui protagonisti hanno deciso, da poco più di un anno, di riunirsi all'interno del Consorzio Marche Spettacolo, realtà che raduna 27 soggetti, a partire dai più importanti del settore. In primo piano la musica - dalla grande lirica (Macerata Opera Festival, Rossini Opera Festival e Festival Pergolesi Spontini) agli altri generi (le preziose ricerche del Festival Cantar Lontano, il jazz a Fano Jazz By The Sea e Ancona

Jazz Summer Festival, la concertistica a Musica a Corte) -, ma anche tantissime proposte di teatro - la grande festa di Archeo.S Festival, il teatro classico antico al TAU Teatri Antichi Uniti, quello contemporaneo al Villa Nappi Festival, Open Sea e Hangartfest, quello per i più piccoli ad Estate con il Canguro, la grande danza internazionale in scena al Civitanova Danza Festival, fino agli appuntamenti multidisciplinari del Festival Adriatico Mediterraneo".

Sui palchi e nei teatri si esibiranno artisti di varie discipline, provenienti da diverse zone del mondo, offrendo uno spettacolo nello spettacolo. L'anima universale dell'arte, secondo lei, può

contribuire a rinnovare la sensibilità per il bello e per i valori più profondi, in questo momento di generale preoccupazione?

"Sicuramente la qualità del paesaggio e il contatto con un patrimonio storico e artistico diffuso rappresentano componenti fondamentali per il benessere di una società. La cultura rappresenta, infatti, un presidio di civiltà, una forma di resistenza a quella "crisi cognitiva" che le nostre società stanno attraversando. Beni e servizi culturali accessibili, qualificati e diversificati determinano la qualità dei territori e sono in grado di accompagnarne lo sviluppo, la riconversione e l'attrattività nei confronti non solo dei turisti, ma anche e soprattutto degli



DA NON PERDERE:

Amo la Mole
 Archeo.S Festival
 Cantar Lontano Festival – XIV edizione
 Civitanova Danza Festival
 Estate con il Canguro
 Fano Jazz by The Sea // Ancona Jazz Summer
 Festival
 Festival Adriatico Mediterraneo – VI edizione
 Festival Pergolesi Spontini – XII edizione
 HangartFest
 Macerata Opera Festival
 Musica a Corte
 Open Sea
 Rossini Opera Festival - XXXIII Edizione
 TAU Teatri Antichi Uniti
 Villa Nappi Festival
 Info su www.marchespettacolo.it

investimenti e dello stesso capitale umano. La presenza e la diffusione di servizi artistici/culturali contribuisce a creare gli spazi a disposizione della comunità per lo sviluppo della socialità, della coesione, dell'integrazione, e la rottura delle forme di isolamento e di emarginazione - quanto mai capaci di attecchire in questo particolare momento di crisi diffusa. Al contrario, il benessere dei cittadini che non hanno alcuna forma d'accesso quotidiano alla cultura, allo spettacolo dal vivo, all'arte, risulta fortemente penalizzato.

Ormai numerosi sono gli studi e le ricerche, corroborati da dati pressoché inconfutabili, che testimoniano questa relazione positiva tra cultura/arte e una

società eticamente e socialmente più evoluta”.

Secondo lei, la presentazione di eventi culturali di spessore, come quelli promossi dal CMS, può fungere da volano per il turismo?

“L'Italia ha da sempre fatto leva sul binomio cultura e paesaggio, in cui risiede una delle maggiori opportunità di crescita su cui il nostro paese può contare per il proprio futuro. Già oggi il turismo rappresenta uno dei settori più importanti per la nostra economia ed è ancora in grado di esprimere ampi spazi di crescita: la cultura ne rappresenta certamente una leva (già oggi oltre un terzo degli arrivi turistici internazionali deriva

da attrattori culturali) - basti pensare al ruolo dei festival, molti dei quali svolgono un ruolo da catalizzatore per il territorio. E' il caso, ad esempio per quello che riguarda le Marche, del Rossini Opera Festival la cui maggioranza degli spettatori proviene dall'estero (paesi del Nord e Centro Europa, anche se sono in continua crescita gli spettatori da oltreoceano). Sul rapporto cultura e turismo, tra gli obiettivi del Consorzio vi è proprio quello di porsi quale strumento unitario per la valorizzazione delle attività di spettacolo dei soggetti che lo compongono, sviluppando campagne di comunicazione e promozione integrate del sistema dello spettacolo marchigiano in Italia e all'estero”.

Un moderno business hotel nel *Cuore* delle Marche

Il famoso hotel del fermano dedica il suo restyling ai top manager, per diventare il business hotel a 4* più accogliente della regione.

di M. Cursaro

Rilassante, confortevole, accogliente. Così può essere definito l'Hotel San Paolo, rinomato hotel nei pressi dell'Ippodromo San Paolo, recentemente ristrutturato secondo le regole di un moderno restyling pensato per accogliere manager e ospitare grandi eventi aziendali. Un moderno business hotel a 4* ricco di dettagli rilassanti e allo stesso tempo funzionali, pensati per assicurare all'ospite il massimo della comodità e della tranquillità. A partire dalla ampie e luminose stanze, tutte finemente arredate con mobili e tessuti dai colori caldi e accoglienti, pavimenti in parquet, scrivania e Tv a schermo piatto in ogni stanza.

Si tratta di ambienti pensati per chi viaggia spesso per lavoro e necessita di spazi funzionali e distensivi, per lavorare e rilassarsi in un luogo lontano dall'ufficio e da casa e che, in qualche modo, li sostituisca entrambi.

Chi invece desidera davvero concedersi un attimo di intimità, può optare per le

Suite, fiore all'occhiello dell'Hotel, che dispongono di una vera e propria zona relax con comodi divanetti: l'ideale per godere del sole che entra dalle grandi vetrate!

Ogni evento trova nel San Paolo il luogo ideale per essere festeggiato, che si tratti di top meeting aziendali, seminari, convegni o feste private. La sala meeting, infatti, può ospitare fino a 300 persone e può essere modulata per seminari ed eventi più riservati. A disposizione degli ospiti, la tecnologia necessaria per rendere le comunicazioni più agevoli.

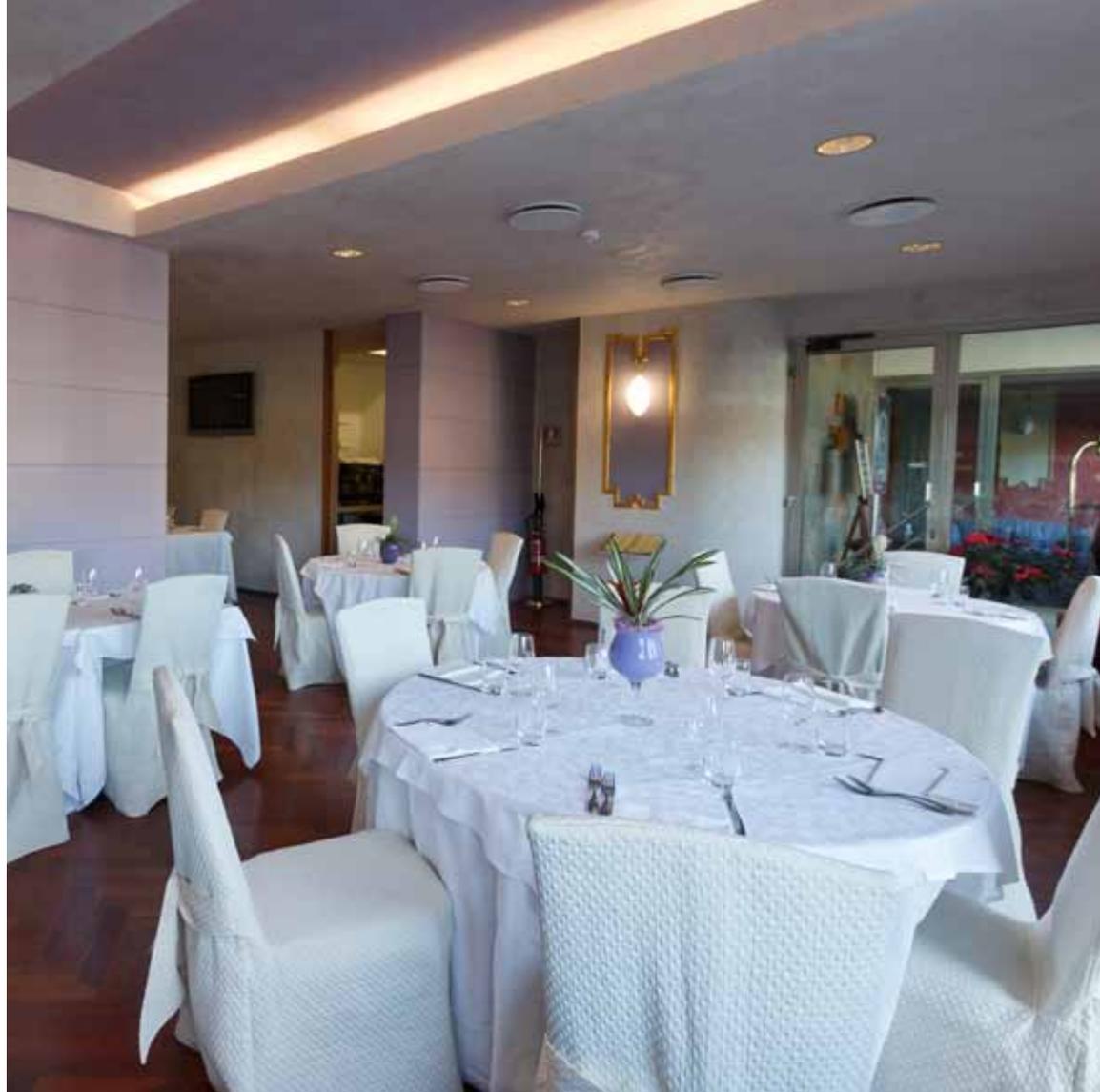
Per gli eventi privati come matrimoni, anniversari e compleanni, la location è davvero d'eccezione perché unisce l'eleganza degli interni alla comodità dei dettagli e fa da scenografia ai momenti più importanti.

Anche il palato vuole la sua parte, e al San Paolo Hotel è possibile gustare delle ottime pietanze nel Ristorante Open. La cucina tradizionale marchigiana è ac-

compagnata da una prestigiosa carta dei vini e, oltre al menu alla carta è possibile scegliere tra diversi business lunch pensati ad hoc proprio per chi al San Paolo soggiorna per motivi lavorativi. Completano l'offerta del ristorante i gustosi coffee break che alleggeriscono ogni evento aziendale.

Per gli eventi privati è possibile studiare menu personalizzati a seconda che si tratti di cerimonie nuziali, anniversari, compleanni o feste dedicate ai più piccoli grazie alla presenza di una grande piscina circondata da uno splendido giardino.

La posizione del San Paolo è uno dei suoi pregi migliori: a pochi passi dall'Ippodromo San Paolo e in posizione strategica rispetto al distretto calzaturiero, è il punto di partenza ideale per giornate di shopping negli outlet e nelle esclusive botteghe artigianali, alla ricerca dell'occasione per acquistare un modello di scarpe davvero glamour o - perché no? - richiederne uno fatto su misura! Irri-



nunciabile una visita a Fermo, ricca di prestigiosi monumenti, come il Duomo dell'Assunta (edificato tra il XIII e il XIV secolo) e le cisterne romane. Oltre allo shopping e alle visite culturali, nei dintorni del San Paolo si può indugiare nella natura incontaminata e scoprire dei preziosi borghi dalla magica atmosfera. Nelle immediate vicinanze del San Paolo sorge, ad esempio, Torre di Palme che, affacciata sul mare, conserva tutto il suo più antico fascino.



SANPAOLOHOTEL
★★★★★

Via Faleriese est, 66
63833 Montegiorgio
0734 967321
info@sanpaolohotel.net
www.sanpaolohotel.net

C'era una volta...

La Boutique

Lettera aperta alla vecchia boutique del centro storico

Di G. Baiocco

Mia cara boutique, mia bella boutique della via principale della città, bottega del buon gusto nel centro storico, oggi devi fare i conti con franchising, department store, cittadelle dello shopping scontato dal divertimento assicurato, outlet con prodotti superscontati e nuove realtà distributrici che vanno a tuo discapito.

Quello della distribuzione è uno dei settori che cambia più rapidamente. Mai come oggi, il sistema di distribuzione e di vendita di abbigliamento ha bisogno di continui aggiornamenti e di innumerevoli strategie per combattere la crisi economica imperante, special modo in Italia. Oggi devi fare i conti con nuove realtà inimmaginabili fino a poco tempo fa, come l'e-commerce, la geolocalizzazione e il social-shopping. Queste nuove formule ti hanno penalizzato, e tu stai a guardare questo cambiamento epocale della distribuzione con le vetrine leggermente impolverate, mentre tanti anni fa conquistasti la mia curiosità al punto da farmi intraprendere il lungo viaggio in quello che oggi è il mio lavoro, diventando complice della mia carriera nella moda. È vero che il mestiere di vendere è difficile, soprattutto in un mercato sempre più in crisi come quello italiano, ma è anche vero che non tutto il male viene

per nuocere! Per fronteggiare la crisi dovresti rivedere alcune strategie di retail pianificate con metodi ormai obsoleti e, per mantenerti ancora in vita, mia vecchia e cara boutique, dovresti prevedere nuove forme accattivanti di metodologia di vendita. In primis, è indispensabile essere professionali a tutti i livelli, in particolare quando ci si trova a contatto diretto con il cliente. Quindi la prima cosa da fare è occuparsi della formazione del personale. Quanti clienti non hanno il personal computer e non dispongono di una connessione a internet? E quanti ancora non vogliono comprare via web? Forse tu non lo sai, ma in moltissimi contano ancora su di te! Te, che offri originalità e classe senza luci e zuccheri filati e odori di patatine fritte. Sulla tua gentile commessa e la tua vetrina che fa da finestra sul mondo, sull'esotismo dell'assortimento che ci fa immaginare cosa possa essere di moda fuori dalla nostra città e sul tuo stile che ci esorta a entrare per essere diversi e distinguibili. Ecco allora un personale consiglio rivolto a tutti i titolari di boutique multibrand: puntare, in primis, sulla formazione del personale. La commessa o il commesso (stimati 400.000 in tutta Italia) non devono essere visti come aiutanti o domestici della boutique, con il sorriso stampato come robotiche figure, ma devono essere aggiornati, freschi e giovani. Delle figure



motivate dalla moda, curiose, dinamiche e coinvolgenti perché amanti delle tendenze. I titolari delle boutique dovrebbero promuoverne il confronto con altre città, nazionali ed internazionali, perché siano costantemente aggiornati e consapevoli. In questo modo, oltre alla gentilezza e al sorriso, offriranno ai clienti il sogno di essere originali e glamour grazie a piccoli accorgimenti e preziosi particolari che non troverebbero sul web o in uno store. Il secondo consiglio è di riconsiderare l'allestimento delle vetrine, finora utilizzate come piccoli mercatini dimostrativi pieni di tutto per attirare qualsiasi tipologia di cliente, banalizzando l'offerta. Bisognerebbe puntare invece su essenzialità, sartorialità e artigianalità. Una presentazione originale è la prima regola della moda: lascia agli outlet e alle cittadelle della moda la strategia dell'accontentare tutti e sicuramente attirerai un target più esigente e curioso. Per distinguersi e riconquistare il cliente con eleganza e coerenza, bisogna costruire le vetrine come se fossero dei grandi obblò dai quali scoprire mondi e città che i passanti non possono visitare di persona. Allestimenti attuali, anticonformisti, originali, come specchi di culture diverse che facciano sentire il passante un cittadino del mondo, anche in provincia. Ecco perché una figura come il Visual Merchandiser è indispensabile anche per

la boutique multibrand oltre che per i monomarca. Terzo consiglio è quello di ricercare l'originalità anche nella scelta dei prodotti. Oggi siamo tutti sommersi da tutto, specie nei grandi centri commerciali. Da te, mia vecchia e cara boutique, pretendo l'originalità che mi permette di essere diverso non soltanto con l'esposizione di un'etichetta o di una firma che elevano di uno o due stati sociali. Nella boutique bisogna essere conquistati anche da un abito che costi 1 euro così come 1.000 euro, perché a contare non è la firma a lettere cubitali ma la diversità e la ricerca di nuovi materiali, colori e marchi. Per questo bisogna rischiare, viaggiare, comprare etichette sconosciute al grande pubblico perché chiunque possa sentirsi unico, appagato...in una parola: originale. Sono tre semplici consigli per te, cara boutique. Perché tu possa rapire il mio sguardo di passante, invitarmi a entrare, farmi sognare raccontandomi i tuoi viaggi, emozionarmi con le tue scelte rischiose e provocanti. Aprire le porte di mondi lontani dal mio quotidiano come hai fatto anni fa, quando mi hai insegnato ad amare questo mestiere. Tenta, rischia, aggiornati e vedrai che potrai ancora farmi e farci sognare.

Turismo è ... un'opportunità professionale

Nell'ultimo decennio si è assistito all'affermazione di un turismo nuovo, attento e interessato alla qualità dell'ambiente, concentrato su attività sportive o ricreative tese ad instaurare un rapporto diretto, partecipato, riflessivo con la natura

Questo "ecoturismo", o "turismo verde" o "turismo rurale" (le definizioni sono molteplici) ha portato da un lato alla rivalutazione di aree che, grazie a una presunta marginalità, si sono preservate in qualche modo genuine e incontaminate, dall'altro alla riscoperta della cultura dell'accoglienza da parte degli stessi addetti alle attività agricole. Nell'ambito dell'accoglienza si sta registrando un ritorno all'insediamento rurale montano. La ricezione, l'ospitalità, la tutela e la promozione del territorio e del patrimonio rurale e forestale sono state recentemente riconosciute dal punto di vista normativo a tutti gli effetti. Ciò potrebbe portare a una nuova visione dell'agriturismo stesso, oggi rivolto maggiormente alla ristorazione e al pernottamento, e meno ai servizi di valorizzazione e promozione territoriale. La presenza di un mercato in crescita e di un'utenza esigente, spesso internazionale, lascia intravedere nuove prospettive di crescita, soprattutto se la ricezione extralberghiera si integra in progetti di riqualificazione e promozione locale; è il caso dei percorsi escursionistici a tema, delle strade dei vini e dei formaggi, dei progetti didattici ambientali per le scuole.

Un importante fenomeno è rappresentato dalle fattorie didattiche, un'interessante integrazione del reddito agricolo che permette all'imprenditore agricolo di creare un'occasione di qualificazione della propria figura professionale e dei saperi ad essa associati, ma anche di assicurarsi il ritorno da par-

te delle famiglie degli studenti, per la promozione e la vendita dei prodotti aziendali; inoltre e soprattutto le fattorie didattiche danno un significativo contributo alla valorizzazione del territorio e alla formazione di consumatori più "consapevoli". Oltre alle professioni legate direttamente alla produzione agricola o all'allevamento di animali, la nuova concezione di agriturismo - così come di fattorie didattiche e biologiche - valorizza figure professionali quali l'agronomo o l'agrotecnico, nonché figure specializzate nell'educazione dell'infanzia, se si pensa alla possibilità che questi contesti offrono in termini di attività ludico-ricreativa, oltre a profili professionali nuovi quali gli operatori di fattoria didattica e gli addetti all'accoglienza turistica. Un altro importante ambito riguarda la sfida di rilanciare il turismo archeologico, presupposto fondamentale per tutelare, salvare e trasmettere alle future generazioni i nostri siti archeologici, a patto naturalmente che siano conservati, gestiti, valorizzati e promozionati attraverso una comunicazione mirata alla conoscenza.

Presentati opportunamente, i beni archeologici possono elevare non solo il livello culturale delle popolazioni ma essere fonte di uno sviluppo economico e turistico anche in aree geografiche economicamente svantaggiate. Proprio perché l'archeologia costituisce da anni un vero e proprio valore aggiunto nel marketing turistico e se il turismo rappresenta il 5 per cento del Pil (ma perde colpi in competitività rispetto ad altri



Paesi europei), l'enorme patrimonio archeologico italiano ha espresso finora solo una piccola parte delle sue potenzialità: in Italia vi sono più di 2.500 luoghi archeologici, un patrimonio che dovrebbe essere considerato il primo volano del turismo culturale in Italia.

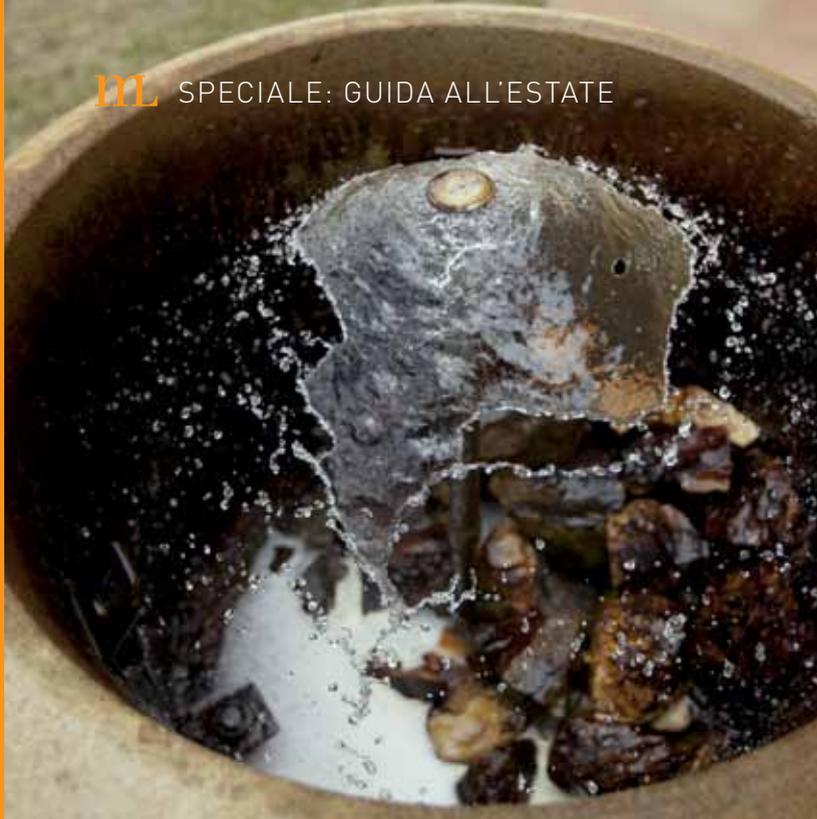
L'archeologo è "un professionista impegnato nel recupero, nella conservazione e nella valorizzazione dei siti e dei reperti storici e artistici" (ISFOL). Oltre agli scavi, la catalogazione, l'inventariazione, la schedatura e l'ordinamento dei reperti, la valorizzazione e la promozione di materiale archeologico, questa figura professionale potrebbe esprimere le proprie competenze attraverso percorsi museali, percorsi turistici e storici, nonché la realizzazione di cataloghi o altri testi a carattere didattico e scientifico.

Il comparto museale inoltre si sposa bene con tutte quelle professionalità che escono da percorsi formativi in Lettere o Conservazione dei Beni Culturali, che potrebbero integrarsi in una logica di valorizzazione e promozione del territorio sviluppando tecnologie multimediali e interattive per l'ambiente storico, o contribuire nell'ambito degli operatori dell'incoming turistico. Allo stesso modo, l'inserimento in rete di grosse realtà museali permetterebbe un nuovo e interessante rapporto tra fruizione diretta delle opere artistiche e quella mediata dalle tecnologie. Cambiano i metodi di consultazione dei beni artistici, ma anche i criteri organizzativi delle esposizioni. Si fanno strada,

poi, nuovi sbocchi lavorativi nell'ambito dei musei e dei beni culturali in genere: il "curatore" e il "conservatore", oltre al direttore di museo, alle professioni inerenti la comunicazione, che vanno dalle visite guidate, alla didattica, alla creazione di percorsi museali. Ricordiamo inoltre le funzioni proprie della gestione, che riguardano la documentazione scritta, fotografica, audiovisiva; quelle legate alla manutenzione (cioè la sicurezza). Infine, tutto l'ampio ventaglio di opportunità offerte da settori quali ingegneria e architettura, che vanno dalla museografia agli impianti, dalla progettazione di spazi agli allestimenti delle mostre.

Se si vuole competere sul mercato con successo riscoprendo e valorizzando il nostro patrimonio culturale e naturale diventa dunque sempre più importante puntare molto sulla qualità dell'offerta, sviluppando una nuova attenzione a ciò che un territorio può offrire, unito a un innovativo modo di leggerlo e interpretarlo, creando condizioni di sinergia con le altre attività economiche e produttive del territorio, a partire dal comparto turistico e agroalimentare, per arrivare a quello dell'artigianato, culturale, alle nuove tecnologie e alla comunicazione.

Giada Cappelletti
Area Risorse Umane Gruppo Sida
g.cappelletti@sidasrl.it
Tel. 071.28521



Terme dell'Aspio: la rinascita di un' *eccellenza*

Sinergia tra terme e medicina naturale, per ritrovare il proprio benessere e riscoprire il proprio "bellessere"

di M. Camilletti

Dopo un lungo e accurato lavoro di ristrutturazione, hanno riaperto a Camerano, Ancona, le Terme dell'Aspio, eccellenza territoriale storica. Oltre a confermare la qualità dei servizi da sempre offerti, le Terme si propongono con importanti novità: l'apertura tutto l'anno e la creazione di un vero e proprio polo sanitario, che intende divenire un nuovo punto di riferimento per la medicina naturale, la diagnostica e la cura della persona. Le Terme dell'Aspio hanno, infatti, ottenuto l'autorizzazione medica per la realizzazione di un poliambulatorio che consente l'offerta di numerosi servizi aggiuntivi, potendo contare su uno staff medico qualificato e specializzato. Sono stati riattivati i servizi di agopuntura, le visite omeopatiche e neuralterapiche.

Tra le interessanti novità, invece, c'è la messa a punto di un protocollo diagnostico-terapeutico per la medicina anti-age, che si avvarrà di una serie di esami di laboratorio, miranti a testare le condizioni del paziente, sì da ottenere parametri per giudicare il suo stato di invecchiamento biologico. Verranno effettuati esami del sangue, nonché il D-rom test, grazie al quale è possibile valutare l'entità dei radicali liberi, con informazioni sullo stress ossidativo dell'organismo, responsabile dell'invec-

chiamento. Dopo il check up completo, che si avvarrà di esami ecotomografici dell'addome e altri esami diagnostici, si passa alla fase terapeutica, - così come spiega il Dottor Gianfranco Maggi, (omeopata - agopuntore, doc di neuralterapia), responsabile del poliambulatorio -. In base alle patologie riscontrate nel paziente, questi può essere sottoposto a terapie diversificate quali, ad esempio, ozonoterapia - terapia di idrocoro terapia - terapia detossicante, per eliminare lo stato tossico dell'organismo. Accanto al settore dedicato alla medicina naturale-anti-aging, nel centro sarà possibile usufruire di servizi relativi alle problematiche metabolico-nutrizionali (spec. Dott. Rinaldo Guidi), a trattamenti fisioterapici e servizio di diagnostica ecotomografica. Saranno, inoltre, disponibili massaggi shatsu e massoterapia per il relax e per il riequilibrio energetico. Un servizio altamente qualificato, di cui si potrà fruire tutto l'anno. Terme, quindi, come sinonimo di luogo in cui si coniugano benessere e "bellessere": un riferimento importante per contrastare lo stress della vita quotidiana e rigenerarsi totalmente. Grazie ai trattamenti assolutamente non invasivi si garantisce una nuova primavera per il corpo, con un guadagno in salute ed estetica che nessun'altra struttura può offrire.



i villaggi italiani nel mondo



il viaggio su misura



la vacanza che conviene



la catena alberghiera

LA VACANZA È UNA COSA SERIA.



DOSSIER

“

“C’è una potenza vitale così grande in un adolescente, in un ventenne, la voglia di rialzarsi e riprendere il cammino dopo una batosta, il senso di un futuro illimitato, riserve sconfinite di energia da poter spendere senza calcoli, senza tutta questa inutile, noiosa saggezza! Invece questo è invecchiare: giocare solo in difesa. Giocare per pareggiare e non per vincere”.

(R. Montanari,
Strane cose, domani)

”

“Ci vogliono molti anni per diventare giovani”.

(P. Picasso)

FORMAZIONE

PERCHÉ LAUREARSI?



Perché un giovane dovrebbe intraprendere un percorso universitario, piuttosto che "fermarsi" al diploma? E' quello che abbiamo chiesto a quattro Rettori, che ci hanno illustrato le motivazioni che giustificano una scelta di questo tipo

Se per il Rettore dell'Università di Macerata, Luigi Lacchè, "in un Paese moderno e avanzato occorre che ogni attività lavorativa sia supportata dalla conoscenza, anche quella cosiddetta manuale", secondo Marco Pacetti (Università Politecnica delle Marche) "per l'Italia l'unica via d'uscita passa necessariamente attraverso una maggiore attenzione al mondo della formazione", e il successo di un Ateneo si misura sulla capacità di sfornare laureati che trovano occupazione in linea con le proprie esigenze. Sulla stessa linea il Rettore dell'Università di San Marino, Giorgio Petroni, che ci illustra (nel servizio di Controcopertina) il nuovo corso in Ingegneria gestionale. Infine, per Stefano Pivato, Rettore dell'Università di Urbino, "il fatto che molti nostri laureati trovino lavoro all'estero dimostra la qualità del nostro sistema formativo. La cultu-

ra gratifica anche in termini di autostima". Sull'argomento abbiamo sentito anche l'opinione del mondo dell'impresa: Armando Roncaglia, fondatore dell'omonimo gruppo attivo nel settore della comunicazione, incita i giovani a guardare al domani con ottimismo, perché "la formazione non basta: occorrono anche capacità di innovare e fiducia nel futuro". Flavio Guidi (Gruppo Sida) si è invece soffermato sull'importanza dei master quale strumento finalizzato ad un inserimento dei giovani più felice e sereno nel mondo del lavoro. Sul versante politico, l'Assessore regionale alla Formazione e al Lavoro Marco Luchetti illustra i contenuti e gli obiettivi del recente Piano triennale integrato per le attività produttive e il lavoro, mentre il capogruppo Pdl in Consiglio regionale, Francesco Massi, espone il punto di vista e le proposte dell'opposizione.

YOUSTARTUP!



Concorso
"CRESCERE CON BANCA MARCHE"
Premiazione, per target e per settore, dei migliori
progetti presentati dal 16 aprile al 30 dicembre 2012*

La nuova carica di energia studiata per far nascere e crescere la tua impresa

Hai spirito imprenditoriale, capacità professionali e un valido progetto di business?

Banca Marche è al tuo fianco con **YOUSTARTUP!**: la nuova linea di finanziamenti dedicata ai **giovani under 35**, alle **donne** e ai **lavoratori** che decidono di avviare o sviluppare un'impresa.

Non perdere l'opportunità... informati in Filiale e presso le Associazioni di Categoria che sostengono l'iniziativa: Confartigianato, CNA, Confindustria, Confcommercio, Confesercenti, Casartigiani, CIA, Coldiretti, Confagricoltura e Copagri. Regolamento completo in tutte le Filiali e su www.bancamarche.it



Banca Marche

www.bancamarche.it

L'ISTRUZIONE NELLE MARCHE

L'Istat ci fornisce una fotografia dell'offerta formativa esistente in regione

a cura della Redazione

LA SCUOLA MEDIA

Nel 2009 in regione si contavano 228 scuole medie (63 nella provincia di Ancona, 58 nella provincia di Pesaro e Urbino, 57 in quella di Ascoli Piceno e 50 nel maceratese), con 42.539 allievi (dei quali 5.180 stranieri). Gli istituti privati sono 7 (due per provincia, eccetto Ancona che ne conta uno): il 3 per cento del totale, che però "assorbono" appena l'1,1 per cento del corpo studenti e lo 0,3 per cento degli stranieri.

L'ISTRUZIONE SECONDARIA DI SECONDO GRADO (SCUOLA SUPERIORE)

Nell'anno scolastico 2009/2010 nelle Marche si contavano 176 istituti con 70.217 studenti iscritti. Il 97,2 per cento degli allievi frequentava una scuola statale (contro una media nazionale del 94,3 per cento). Nelle Marche due diplomati su tre (63,9 per cento) proseguono gli studi iscrivendosi ad una facoltà universitaria (dati Istat riferiti al 2008): il 57,1 per cento dei maschi e il 70,2 per cento delle femmine. Relativamente al tasso di scolarità (cioè al rapporto tra gli iscritti alla scuola superiore e la popolazione di 14-18 anni), esso è molto elevato, posizionando le Marche al secondo posto dietro alla Basilicata.

UNA REGIONE "COLTA"

Secondo i dati Istat relativi al 2010, l'11,7 per cento della popolazione residente sopra i 15 anni è in possesso di laurea, diploma universitario o dottorato. Un valore significativo, se si pensa che la media nazionale si ferma all'11,1 per cento (ancorchè la percentuale media delle regioni del Centro Italia arrivi al 13 per cento ...). In questa speciale classifica, occupiamo - assieme all'Abruzzo - la sesta posizione a livello nazionale, dopo Lazio (14,7 per cento), Liguria (13,6 per cento), Lombardia e Umbria (12,1 per cento) ed Emilia Romagna (11,8 per cento). I diplomati, invece, rappresentano il 29,1 per cento (sopra la media nazionale, che è del 28,4 per cento).

Insieme a chi punta in alto



www.sidagroup.com

Venti anni al fianco delle imprese per aiutarle a crescere, crescendo con loro.
Ogni giorno immaginiamo il mondo di domani: vision, sviluppo organizzativo e gestione delle risorse sono le nostre eccellenze per puntare in alto, insieme a voi.

strategia consulenza formazione



Strategia e Sviluppo Organizzativo • Finanza e Controllo • Operation • Ristrutturazioni Aziendali • Risorse Umane • Marketing e sviluppo commerciale • Legale Fiscale • Merger & Acquisition • Internazionalizzazione • Formazione Manageriale • Formazione Finanziata • Passaggio Generazionale • Ricerche Selezione

IL MERCATO PREMIA SANITÀ, INGEGNERIA ED ECONOMIA

Secondo gli ultimi dati diffusi dall'Istat (comunicato dell'8 giugno 2012), nel 2011 lavora il 71,5 per cento dei laureati che hanno conseguito il titolo nel 2007, mentre il 15,2 per cento sta cercando lavoro. Dei laureati nel 2007 in corsi specialistici biennali, nel 2011 risultano occupati l'82,1 per cento: nella tabella che segue si nota la differenza a seconda della tipologia di corso frequentato.

di M. Palumbo

Tra le lauree triennali buoni risultati vengono registrati per le professioni sanitarie infermieristiche e ostetriche (che assorbono circa il 95 per cento dei laureati), mentre una certa difficoltà si nota per le scienze biologiche, scienze della terra, lettere e filosofia: qui si rilevano tassi di disoccupazione superiori al 40 per cento.

Relativamente alle lauree specialistiche biennali, per ingegneria meccanica, gestionale ed elettronica, architettura ed ingegneria civile e scienze economico-aziendali si registrano livelli occupazionali superiori al 90 per cento. Tra quanti hanno conseguito la laurea triennale nel 2007 e hanno concluso il biennio specialistico nel 2010, soltanto il 58,2 per cento è occupato. In difficoltà il Mezzogiorno: supera il 27 per cento la percentuale di coloro che risultano in cerca di lavoro a quattro anni dal conseguimento della laurea triennale.

Ma sul punto l'Istat ci dà un altro dato

molto interessante: circa il 30 per cento dei laureati che prima di iniziare l'università risiedevano nel Mezzogiorno e nel 2011 lavorano, vive nel Centro-Nord. Inoltre, i dati evidenziano come in Italia il mercato del lavoro penalizzi ancora troppo la componente femminile: e ciò vale sia per i corsi triennali, sia per quelli a ciclo unico o specialistici biennali: basti pensare che per le lauree triennali, a fronte di una disoccupazione maschile del 14,8 per cento, quella femminile arriva a circa il 23 per cento (per le altre, 18 per cento per le femmine e 10,2 per cento per i maschi). Quanto alla stabilità dei rapporti di lavoro, il 51 per cento dei laureati maschi ha un lavoro a tempo indeterminato: la percentuale si abbassa per le femmine (quasi 48 per cento per le lauree triennali e 43 per cento per i corsi a ciclo unico e per le lauree specialistiche).

Di converso, le donne sono più presenti nei lavori occasionali e a termine. In me-

rito alla soddisfazione sul lavoro, relativamente al grado di autonomia e alle mansioni svolte i "molto o abbastanza soddisfatti" sono complessivamente (cioè per tutti i corsi di laurea) oltre l'85 per cento del totale. Il livello di soddisfazione cala – attestandosi attorno al 60 per cento – per quanto attiene alle possibilità di carriera e al trattamento economico.

Tra i laureati in corsi triennali, il 73,3 per cento degli uomini e il 66,4 per cento delle donne risultano occupati. Tra i laureati nei corsi a ciclo unico e specialistici biennali, la forbice si allarga: per i maschi si registra un tasso di occupazione quasi dell'80 per cento, mentre quello femminile è lievemente superiore al 70 per cento.

(a) Sono esclusi dall'analisi quanti avevano conseguito un'altra laurea a ciclo unico (durata 4-6 anni) o specialistica biennale prima del 2007. Fonte: ISTAT
 LAUREATI del 2007 in CORSI di LAUREA SPECIALISTICA BIENNALE (a) per CONDIZIONE OCCUPAZIONALE nel 2011 e GRUPPI di CORSI – Composizioni percentuali

GRUPPI DI CORSI	LAVORANO		NON LAVORANO			TOTALE (v.a. = 100,0)
	Totale	Di cui: svolgono un lavoro continuativo iniziato dopo la laurea	Cercano lavoro	Non cercano lavoro		
				Totale	Di cui: svolgono attività formativa retribuita	
Scientifico	76,9	66,8	7,9	15,2	10,1	1.886
Chimico-farmaceutico	71,1	65,6	13,2	15,6	10,8	453
Geo-biologico	55,0	44,4	21,4	23,6	14,5	3.746
Medico	96,0	16,8	1,0	2,9	0,5	1.801
Ingegneria	91,7	85,4	2,9	5,4	3,0	9.456
Architettura	88,7	73,4	6,7	4,5	1,8	2.380
Agrario	80,1	60,4	8,6	11,3	5,2	695
Economico-statistico	90,1	71,3	4,2	5,7	1,8	8.770
Politico-sociale	84,7	60,2	10,9	4,4	1,3	5.792
Giuridico	65,4	55,1	14,7	19,9	3,8	4.271
Letterario	72,4	53,1	17,9	9,6	3,9	3.269
Linguistico	81,8	61,0	10,7	7,5	2,8	1.627
Insegnamento	89,6	50,3	8,7	1,8	0,0	849
Psicologico	78,8	61,1	12,0	9,1	3,0	3.039
Educazione fisica	83,2	45,8	9,5	7,3	0,5	673
Difesa e sicurezza	97,1	38,9	0,9	1,9	1,4	440
TOTALE	82,1	63,8	9,0	8,9	3,7	49146

(a) Sono esclusi dall'analisi quanti avevano conseguito un'altra laurea a ciclo unico (durata 4-6 anni) o specialistica biennale prima del 2007. Fonte: ISTAT

IL NUOVO PIANO REGIONALE PUNTA SULLA FORMAZIONE "SPECIFICA"

a cura della Redazione

Un Piano triennale integrato per le attività produttive e il lavoro è stato varato nei giorni scorsi dalla Giunta Spacca e trasmesso al Consiglio regionale per l'approvazione definitiva. Si tratta, in sostanza, di un documento che stabilisce gli obiettivi di medio termine del governo regionale per il sistema produttivo e occupazionale, perseguibili attraverso l'utilizzo delle risorse disponibili ("attualmente in fase di ricognizione", precisa il comunicato stampa congiunto Luchetti-Giannini) del Fondo sociale europeo, del Fondo europeo di sviluppo regionale, di quello per le aree sottoutilizzate e dell'accordo di programma per le aree di crisi

12 GLI OBIETTIVI SPECIFICI DEL PIANO:

1. favorire lo sviluppo del sistema produttivo e la nascita e lo sviluppo di nuove imprese, anche in ambiti tecnologici e in settori innovativi, in un contesto di gestione responsabile e sostenibile, promuovere la cultura della rete, l'imprenditorialità e il ricambio generazionale, nonché lo sviluppo della cooperazione;
2. promuovere le tradizioni, la cultura e l'artigianato artistico locale, valorizzando la qualità, le potenzialità professionali e le prospettive occupazionali dei mestieri artigiani;
3. promuovere strumenti di finanza innovativa, anche utilizzando fondi rotativi, facilitare l'accesso al credito, anche contribuendo alla realizzazione di un sistema organico degli organismi di garanzia;
4. favorire il rilancio di attività colpite da processi di crisi attraverso accordi di programmazione negoziata;
5. promuovere la ricerca, il trasferimento tecnologico e l'innovazione diffusa, anche attraverso l'interazione tra sistema produttivo e sistema della conoscenza;
6. migliorare la qualità e la sicurezza sul

lavoro e sviluppare le condizioni per la tutela e la crescita occupazionale, anche attraverso misure anticrisi, per l'inclusione sociale e il contrasto alla precarietà;

7. migliorare i servizi per il lavoro;
8. sviluppare la qualità dei sistemi educativi e formativi;
9. realizzare percorsi formativi rispondenti ai fabbisogni del mercato del lavoro e coerenti con le dinamiche di sviluppo regionali attraverso un sistema strutturato e permanente di analisi degli stessi e di valutazione degli esiti degli interventi di politica attiva;
10. innovazione organizzativa e tecnologica nel rapporto tra impresa e Pubblica Amministrazione, ed azioni di sistema per l'attuazione della Direttiva Servizi e della Direttiva Professioni;
11. promuovere una gestione efficiente delle transazioni commerciali tra Pubblica Amministrazione ed imprese e migliorare l'accesso delle Pmi agli appalti pubblici;
12. migliorare la comunicazione istituzionale anche attraverso lo sviluppo di strumenti di supporto e analisi del mondo del lavoro e delle attività produttive.

Nel contesto descritto, taluni progetti assumono un rilievo prioritario rispetto ad altri, per le potenzialità che possono dispiegare. Si pensi, a questo proposito, alle attività realizzate dalla Regione Marche nel settore delle tecnologie domotiche e della longevità attiva che, partendo dal progetto dell'emergente distretto tecnologico i-LIVE e nel contesto dell'attività svolta attraverso il progetto comunitario Jade per la costituzione di un cluster internazionale sull'Ambient Assisted Living, condurranno al progetto sulla "Domotica". Tale progetto prevede di realizzare entro il 2015 la prima casa intelligente virtuale per rispondere alle esigenze ti-

piche degli anziani e la longevità attiva, attraverso il coinvolgimento di tutto il sistema della ricerca e della produzione regionale e dei professionisti legati alle discipline dell'architettura, ingegneria, impiantistica, logistica ed organizzazione. Il completamento della copertura della banda larga sul territorio regionale permetterà poi di realizzare una strategia regionale digitale finalizzata alla creazione dell'Agenda digitale nelle Marche (ADM). In tale ambito assume una particolare rilevanza Marche Cloud, per erogare servizi digitali ad alto contenuto tecnologico a Pubbliche Amministrazioni, aziende e cittadini. Rilevanti inoltre i progetti del "Distretto del Mare" e, con un apporto fondamentale della formazione, lo sviluppo del Made in Italy. Relativamente alla formazione, il Piano contiene misure volte a rispondere alle esigenze del mercato del lavoro, con particolare attenzione ai giovani (borse lavoro, incentivi alla stabilizzazione dei contratti a termine, sostegno alla creazione di imprese, tirocini, voucher formativi/servizio), alle donne (con interventi relativi alla conciliazione dei tempi di vita e di lavoro), ai lavoratori espulsi dal mercato del lavoro nonché ai disabili. Rilevanti anche gli interventi finalizzati al potenziamento dei servizi per il lavoro, soprattutto con riferimento all'orientamento e alla mediazione tra domanda ed offerta di lavoro. In concreto, la Regione intende realizzare percorsi di istruzione e formazione tecnica con la partecipazione di tutti i soggetti interessati, nonché incoraggiare l'acquisizione della certificazione attestante le competenze nella lingua italiana per gli studenti stranieri. Per saperne di più abbiamo sentito l'Assessore regionale alla Formazione e al Lavoro, Marco Luchetti e il capogruppo del Pdl in Consiglio regionale Francesco Massi.

Visita il sito...
www.acquaesapone.it
e scopri le nostre
offerte!

Ti dà sempre un'emozione...

ACQUA & SAPONE®

*Oltre la
Convenienza*

Specializzato in:
profumeria & cosmesi,
igiene casa & persona,
detersivi.

Il Tuo Tempo...

Hai mai pensato
quanto sia importante
la gestione del tuo tempo?
I nostri negozi vicini a casa,
ti consentono di effettuare
la spesa con maggiore rapidità,
risparmio e tempo prezioso
che potrai dedicare a te stesso,
alla famiglia o a chi vuoi tu.

Più di 700 negozi in Italia!

*Da oltre 20 anni
ci prendiamo cura
dell'igiene della vostra casa
e della famiglia!*

“D’ausilio per le imprese nella chiara individuazione dei fabbisogni può essere la figura dell’“agente per il cambiamento e lo sviluppo”, che indirizza le aziende verso le opportunità che il sistema formativo regionale, compresi i Fondi interprofessionali, è in grado di offrire”

“IL PIANO TRIENNALE NON È UN LIBRO DEI SOGNI”

Per Marco Luchetti, Assessore al lavoro e formazione della Regione Marche, uno degli obiettivi del Piano “è quello di sviluppare il capitale umano, affinché vi sia un efficace passaggio generazionale tra la meravigliosa imprenditorialità regionale figlia degli anni Sessanta e Settanta e nuove energie, nuove idee in grado di sostituirla”

di A.Monticelli

Assessore, ci può presentare la filosofia che ha ispirato il Piano triennale?

“Stiamo attraversando una profonda crisi e la situazione è estremamente complicata: il Piano triennale non è un libro dei sogni, ma attraverso un nuovo approccio metodologico, pone obiettivi specifici e le basi per le azioni da qui alla fine della legislatura che possano aiutare ad affrontarla. La governance di queste azioni è stata messa a punto con le parti sociali, imprenditoriali e il sistema universitario della ricerca. Un obiettivo fondamentale è quello di sviluppare il capitale umano, affinché vi sia un efficace passaggio generazionale tra la meravigliosa imprenditorialità regionale figlia degli anni Sessanta e Settanta e nuove energie, nuove idee in grado di sostituirla. Per la prima volta, nelle Marche e in Italia, attività d’impresa, formazione professionale e lavoro trovano una sintesi comune nelle strategie di sostegno: il Piano integrato è uno strumento originale per cui due

Assessorati lavorano insieme e mettono a punto una cornice normativa comune, che sovrintenderà ai singoli provvedimenti. Il Piano, collocandosi nella fase di passaggio tra la fine di un ciclo di programmazione dei Fondi strutturali e l’avvio del nuovo, recepisce i principi ispiratori della nuova politica di coesione: dal partenariato e dalla governance istituzionale a più livelli, alla concentrazione tematica, vale a dire l’esigenza di orientare la programmazione attorno ad un set limitato di obiettivi strategici, da perseguire attraverso l’integrazione delle politiche, degli interventi e dei Fondi, anche allo scopo di ottimizzare l’impiego delle risorse e di qualificare la spesa”.

Uno degli obiettivi del Piano consiste nello sviluppo della qualità dei servizi educativi e formativi. Ce ne vuole parlare?

“Affinché il sistema formativo regionale sia in grado di assolvere al meglio il cambiamento del ruolo cui viene chia-

mato, occorre porre in essere una serie di azioni che vadano nella direzione di un accrescimento della qualità del sistema: innanzitutto si deve revisionare il sistema regionale di accreditamento delle strutture formative, nell’ottica di introdurre criteri di accesso più performanti. Occorre poi rafforzare la rete territoriale dei servizi per l’orientamento in un’ottica di integrazione e a garanzia della qualità, dell’innovazione e dell’accessibilità dei servizi e definire degli standard professionali e la formazione degli operatori del sistema dell’orientamento regionale (istruzione, formazione, lavoro, università). E’ necessario completare il percorso già avviato di un sistema regionale integrato di standard formativi e professionali, di certificazione di competenze, di implementazione del libretto formativo, mettendo a sistema le varie sperimentazioni esistenti.

Per quanto riguarda lo sviluppo della qualità dei sistemi educativi e formativi la Regione intende realizzare percorsi



d'istruzione e formazione tecnica con la partecipazione di tutti i soggetti interessati, predisporre interventi formativi e non, finalizzati all'acquisizione della certificazione attestante le competenze nella lingua italiana per gli studenti stranieri. Saranno inoltre riproposti interventi formativi rivolti agli studenti, finalizzati alla diffusione dell'apprendimento della lingua inglese.

Dopo la recente approvazione della legge regionale in materia di apprendistato, verrà data attuazione all'istituto nelle sue differenti tipologie, previo accordo con tutte le parti sociali".

Quali sono i fabbisogni del mercato del lavoro?

"L'efficacia della formazione per le imprese dipende dalla strutturazione di un sistema permanente di analisi dei fabbisogni formativi e professionali che provengono dal tessuto produttivo locale, permettendo così di progettare strumenti formativi ad hoc.

Occorre creare un valido sistema di monitoraggio sia in itinere che sulla valutazione degli esiti dei percorsi e degli interventi attivati, in termini di verifica di qualità e di inserimenti lavorativi. Ciò consentirà poi di riprogrammare gli interventi attivando un nuovo ciclo virtuoso. Un altro fattore da tenere in considerazione è relativo ai tempi di attivazione degli interventi formativi rispetto ai fabbisogni manifestati: è infatti fondamentale insistere e migliorare le performances di strumenti già attivati negli ultimi anni, quali i cataloghi dell'offerta formativa, i progetti quadro e i bandi a sportello.

D'ausilio per le imprese nella chiara individuazione dei fabbisogni può essere la figura dell'"agente per il cambiamento e lo sviluppo", che indirizza le aziende verso le opportunità che il sistema formativo regionale, compresi i Fondi interprofessionali, è in grado di offrire.

Tra le attività che lo stesso potrebbe svolgere, oltre alla costruzione e gestione dei cambiamenti organizzativi, risulta

anche quella di fund raising. Tale figura professionale dovrebbe essere prioritariamente sviluppata all'interno del sistema dei Servizi per l'Impiego ed integrata con un'altra figura professionale (account d'impresa) che dovrà agevolare l'incrocio domanda/offerta di lavoro partendo dall'analisi della domanda da parte delle imprese".

Dove si trovano le risorse?

"Le risorse saranno evidenziate nei singoli Programmi annuali attuativi del Piano Triennale, dopo l'approvazione di quest'ultimo da parte dell'Assemblea Legislativa Regionale. Stiamo già predisponendo il Programma annuale 2012 che, seguendo gli obiettivi fissati, metterà insieme le risorse disponibili - attualmente in fase di ricognizione - del Fondo sociale europeo, del Fondo europeo di sviluppo regionale, di quello per le aree sottoutilizzate e dell'accordo di programma per le aree di crisi, per dare risposte tempestive alla crisi in atto".

SISTEMA FORMATIVO REGIONALE: MENO BUROCRAZIA E PIÙ SUSSIDIARIETÀ

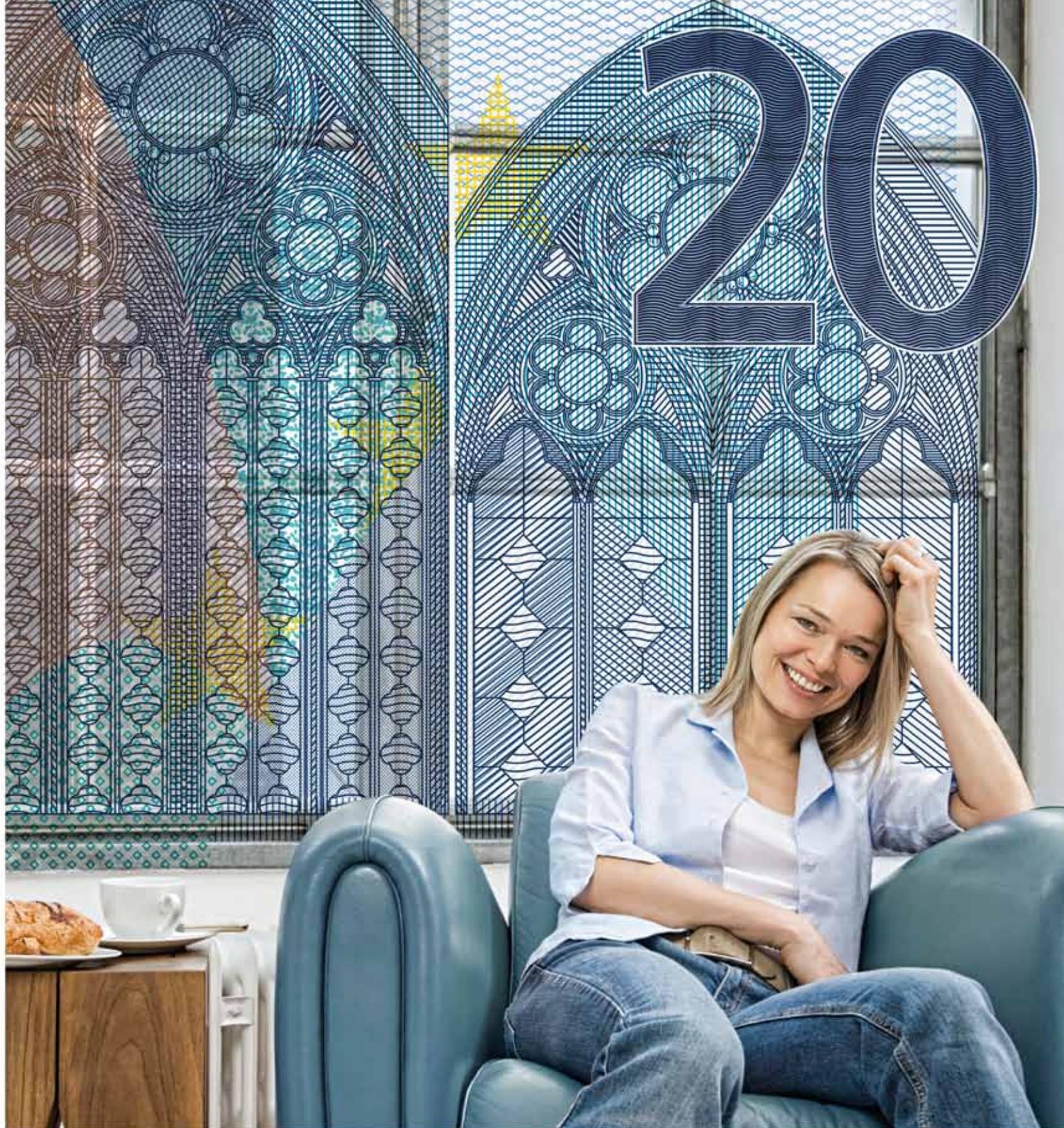
Anche e soprattutto nell'attuale drammatica crisi produttiva ed occupazionale il sistema della formazione costituisce una piattaforma decisiva per la ripresa e il rilancio del sistema. Analizziamo quali sono i punti di forza e di debolezza delle Marche

di Francesco Massi
Capogruppo PDL in Consiglio Regionale

Per fare questo occorre riepilogare l'organizzazione e le attuali strategie della formazione. Con la Legge "Gelmini" lo Stato ha individuato 44 figure professionali che debbono essere formate nell'ambito del sistema istruzione-formazione regionale. Questo significa che sono gli istituti scolastici a dover fare formazione e, di conseguenza, i Centri per l'Impiego perdono tale funzione, limitandosi all'orientamento e al collocamento con i numeri e i limiti numerici che, purtroppo, conosciamo. Dunque la Regione ha la competenza esclusiva di definire ogni anno quali sono le figure professionali indispensabili al proprio tessuto produttivo. Per il 2012 il Consiglio regionale ha individuato 21 figure (tra i quali, ad esempio, operatori del benessere, ottici, ecc.) ed ora la Regione deve autorizzare e sostenere i corsi professionali di tali mestieri presso gli isti-

tuti che ne hanno fatto richiesta. Il punto di forza è dato dalla maggiore razionalità e organizzazione, anche nella selezione dei docenti che vengono assegnati dagli istituti di istruzione e non più dai Centri per l'Impiego. I punti di debolezza stanno nella difficile individuazione delle precise esigenze del tessuto produttivo. Tale funzione ed individuazione delle figure che servono realmente alle nostre attività imprenditoriali e dei servizi è delicata e complicata, per il fatto che i mestieri tradizionali si arricchiscono e si incrociano con forme trasversali di nuove competenze (pensiamo ad esempio al vecchio magazzinoiere, che oggi diventa un organizzatore della logistica interno ed esterno all'azienda stessa e spesso deve conoscere aspetti contabili e una lingua straniera). Pertanto il confronto tra la Regione, gli istituti scolastici e le imprese richiede una maggiore sensibilità

e capacità di osservazione dei fenomeni e delle esigenze della nostra economia, con meno passaggi burocratici e più elasticità. Infine occorre dare impulso alla formazione aprendo alla sussidiarietà! Significa che l'imprenditore svolge la formazione di cui ha bisogno secondo criteri e standard di qualità concordati con la Regione. E quest'ultima controlla e certifica la formazione prodotta. Il giovane così formato acquisisce il saper fare e lo metterà in atto dove vorrà. Questo è il contenuto della Legge "Gelmini-Saccocci" che, purtroppo, stenta a decollare anche e soprattutto nelle Marche. Eppure è un modo che consente di risparmiare risorse pubbliche e di coinvolgere l'imprenditore nella formazione che è utile sia a lui che all'intero sistema.



**SENTIRSI A CASA: I MIEI
RISPARMI NON CHIEDONO
NIENTE DI MEGLIO.**



Marche

LA MIA BANCA E' DIFFERENTE

“AZIENDE, GUARDATE DI PIÙ AI LAUREATI COME **RISORSA** E NON COME ONERE”

Per il Rettore dell'Università di Macerata, Luigi Lacchè, “in un Paese moderno e avanzato occorre che ogni attività lavorativa sia supportata dalla conoscenza, anche quella cosiddetta manuale”

di. T. Costantini



Professore, perché un giovane dovrebbe scegliere di intraprendere un percorso universitario piuttosto che “fermarsi” al diploma, considerata anche l’attuale difficile situazione economica?

“La media dei Paesi Ocse ci dice che circa il 40 per cento della popolazione giovanile possiede una laurea. L’Italia è ben al di sotto. La disoccupazione giovanile ha raggiunto nel nostro Paese un livello di guardia, il 35 per cento, un dato allarmante, così come il forte calo delle immatricolazioni al sistema universitario. Il quadro, pertanto, non è dei migliori. Ma la domanda non è laurea sì, laurea no. In un Paese moderno e avanzato occorre che ogni attività lavorativa sia supportata dalla conoscenza, anche quella cosiddetta “manuale”. Non è un caso che c’è chi ha parlato di “futuro artigiano” per sottolineare il nesso tra modi antichi di fare ed innovazione concettuale. Ora, nella

società della conoscenza (il vero motore dello sviluppo nel presente e sempre più nel futuro), cresce di più chi possiede più formazione e più “cervelli”. Inoltre chi è laureato, se lo si considera nell’arco dell’intera vita lavorativa, guadagnerà, in media, più di chi non lo è. Il problema allora non sta nei “troppi laureati” ma in due questioni ulteriori: non sappiamo, come sistema economico complessivo, valorizzare (perché poco ci preoccupiamo di ricerca e sviluppo) una quota crescente di laureati che hanno una eccellente formazione e che sono costretti a lasciare l’Italia perché lavorano meglio all’estero (cosiddetta “fuga dei cervelli”); non sempre i laureati sono chiamati a fare quello per cui sono stati formati. Talvolta gli ingegneri fanno quello che potrebbero fare dei buoni tecnici. Trovano lavoro prima, ma vengono “sottoutilizzati”. I filosofi sembrerebbero “spacciati” eppure l’amministratore delegato

“Talvolta gli ingegneri fanno quello che potrebbero fare dei buoni tecnici. Trovano lavoro prima, ma vengono sottoutilizzati”



di Fiat, Sergio Marchionne, è laureato in filosofia”.

Quali vantaggi può offrire un corso di specializzazione post-laurea?

“Offre vantaggi solo se il corso (master, scuola ecc.) “specializza” davvero ed offre occasioni di confrontarsi (stage, tirocinio, apprendistato) con il mondo del lavoro”.

Nello scenario che Lei ha descritto, quali sono le iniziative dell’Università di Macerata di cui ci vuole parlare?

“Il nostro Ateneo cerca di costruire percorsi di specializzazione a cominciare dalle lauree magistrali (ne abbiamo quattro internazionali, ovvero a titolo doppio con Spagna e Francia, una interamente in inglese, a Scienze Politiche,

in International Economic and trade relations, in grado di attrarre giovani da tutto il mondo). L'internazionalizzazione delle intelligenze è un fattore fondamentale per la crescita e per trovare lavoro. I master che proponiamo, inoltre, sposano appieno l'indirizzo strategico dell'Università di Macerata, ovvero ciò che chiamiamo l'umanesimo che innova.

Penso, per esempio, all'innovazione tecnologica nella formazione (la robotica educativa), all'innovazione nel turismo (etica e sostenibilità), alla scrittura web plurilingue per le imprese culturali e commerciali, agli archivi digitali, alla tutela dei brevetti e della proprietà intellettuale, alla consulenza aziendale e nell'ambito del lavoro sociale, all'innovazione nella pubblica amministrazione. Segnalo infine due master nuovi di gran-

de interesse: Accessibility to media, arts and culture (AMAC), con il patrocinio della Rai e del Museo Nazionale del Cinema e il master La cultura umanistica e la tecnica per un artigianato artistico di eccellenza, con il sostegno dell'Associazione Casale delle Noci di Tolentino”.

Parliamo dei rapporti tra mondo accademico e tessuto imprenditoriale: come dovrebbero essere e come sono.

“I rapporti si sono rafforzati negli ultimi anni. Cresce la consapevolezza che sia possibile un'alleanza strategica e di lungo periodo per immettere nel mondo dell'impresa più conoscenza e più innovazione. Le aziende, anche quelle piccole, dovrebbero fare uno sforzo ulteriore per guardare di più ai laureati come risorsa e non come onere”.

“IL NOSTRO SUCCESSO? DIPENDE DALLA CAPACITÀ DI **RISPONDERE** AI BISOGNI DELLE IMPRESE”

Per il Rettore dell'Università Politecnica delle Marche, Marco Pacetti, per l'Italia l'unica via d'uscita passa necessariamente attraverso una maggiore attenzione al mondo della formazione

di M. Camilletti

Professore, perché un giovane dovrebbe scegliere di intraprendere un percorso universitario, piuttosto che “fermarsi” al diploma, considerata anche l'attuale difficile situazione economica?

“Ritengo che un cittadino italiano debba investire nella formazione per due motivi, uno di ordine macroeconomico e l'altro di natura microeconomica”.

Partiamo dal primo.

“In un mondo globalizzato, per un Paese come l'Italia – sfornito di risorse naturali – l'unica via d'uscita per mantenere una posizione alta nel mondo e preservare l'attuale benessere è rappresentata dall'offerta di prodotti e servizi caratterizzati da sempre più intelligenza e sempre meno manodopera. Altrimenti siamo destinati ad uscire dal mercato. Ciò significa che nei nostri prodotti dovremo riuscire ad incorporare molta più intelligenza, puntando sul capitale umano”.

Più di quanto si sta facendo ora?

“Lei lo sa qual è in Italia la percentuale dei laureati in età lavorativa? La metà della media dei Paesi Ocse. Con un livello così basso sarà inevitabile il declino: potremo discutere sui suoi tempi, ma di declino, purtroppo, si dovrà parlare”.

E puntando sulla formazione potremmo arrestare questo declino?

“Servirebbe il doppio dei diplomati e laureati attuali. Tuttavia

registriamo una tendenza che va nella direzione opposta”.

Nel passaggio dal diploma all'Università molti si perdono per strada?

“E' un momento delicato, visto che intraprendono un percorso universitario sempre meno studenti: rispetto ai Paesi Ocse saremo su una media di un terzo ...”.

Lei prima parlava di motivi microeconomici.

“Nel corso della sua vita professionale, mediamente, il laureato guadagna di più rispetto ad un non laureato e di solito corre meno rischi di perdere il lavoro. Ciò significa che la laurea è un ottimo investimento. Forse all'inizio della carriera la differenza economica tra laureati e non laureati è praticamente inesistente, ma in prospettiva la forbice è destinata ad allargarsi sempre più”.

Nonostante questi dati, tuttavia, in Italia non vi è la consapevolezza dell'importanza dell'istruzione ...

“Vi è indubbiamente un gap di tipo culturale, giustificato soprattutto dal fatto che il ritorno dell'investimento in istruzione è piuttosto lento. Spesso i genitori degli adolescenti danno più valore ad un investimento materiale come la casa piuttosto che ad un titolo di studio per i propri figli. In altre parole: si avverte ancora troppa difficoltà nel capire l'importanza degli aspetti intangibili che connotano la nostra esistenza. Tra questi, un posto di primissimo piano è proprio la formazione. Sul compor-



“I Paesi che investono di più in istruzione sono Israele e Palestina, cioè popoli che vivono profonde incertezze sul loro futuro”.

tamento delle famiglie, poi, vorrei spendere ancora due parole: un punto di debolezza della nostra società risiede, com'è noto, nella scarsa mobilità geografica, dalla quale non sono indenni neppure le giovani generazioni”.

Secondo Lei, perché?

“In parte per motivi culturali e in parte a causa della staticità del mercato della casa, aspetto tutt'altro che secondario”.

Però in Italia vi è una presenza capillare di sedi universitarie. Quindi il problema non dovrebbe avvertirsi meno rispetto ad altri Paesi?

“In Italia si è parlato a lungo, spesso a sproposito, delle cosiddette “Università sotto casa”. Dovremmo piuttosto chiederci cosa accadrebbe ai giovani appartenenti a famiglie non benestanti se non vi fosse la possibilità di iscriversi ad un percorso universitario poco distante dal luogo di residenza. Semplice: i figli dei poveri non potrebbero andare all'Università. Da noi non vi è mai stata una politica di residenzialità degli studenti che contemplatesse la realizzazione di collegi nelle vicinanze delle sedi universitarie”.

All'estero non è così?

“Quasi ovunque ogni Università dispone di un certo numero di posti nei collegi. Così facendo, si va incontro ad un'esigenza di equità sociale; inoltre in tale strategia si riscontra anche un elemento di competitività internazionale, in quanto l'Ateneo di-

venta più attrattivo agli occhi dello studente straniero”.

In questo contesto come si posiziona l'Università Politecnica delle Marche?

“Cerchiamo di privilegiare l'employability, nel senso che ci adoperiamo affinché i nostri laureati trovino al più presto un lavoro adeguato alla propria formazione e alle proprie aspettative”.

Qualcuno sostiene che siete troppo piegati sulle esigenze delle imprese ...

“Noi rispondiamo che il nostro successo va misurato sul grado di capacità di rispondere ai bisogni avvertiti dal tessuto produttivo del territorio. E' questo il parametro al quale facciamo riferimento”.

E il rapporto con gli studenti?

“Con loro siamo molto espliciti: chiediamo molto impegno nello studio, ma offriamo corsi ben strutturati e dotazioni materiali di avanguardia, con laboratori e atelier informatici dotati delle migliori tecnologie a disposizione. In altre parole: l'Università Politecnica delle Marche si caratterizza per un percorso di studi molto duro, ma da svolgere in un ambiente adeguato. La nostra mission è infatti di fornire tutte le competenze necessarie per entrare velocemente nel mercato del lavoro”.

“OCCORRE AVERE **FIDUCIA** NELL'INVESTIMENTO IN CULTURA”

Per Stefano Pivato, Rettore dell'Università di Urbino, “il fatto che molti nostri laureati trovino lavoro all'estero dimostra la qualità del nostro sistema formativo. La cultura gratifica anche in termini di autostima”

di T. Costantini



Professore, perché un giovane dovrebbe scegliere di intraprendere un percorso universitario piuttosto che “fermarsi” al diploma, considerata anche l'attuale difficile situazione economica?

“A me piace spesso ricordare che l'Università non è il luogo dove si impara, ma dove si impara ad imparare. L'esperienza universitaria è unica, irripetibile nel corso della vita di una persona, soprattutto se si sanno cogliere le opportunità che offre al di là del mero superamento degli esami. Penso in particolare alle opportunità di studio all'estero, ora più che mai occasione per una crescita anche personale che resterà per sempre”.

Sotto questo aspetto l'Università di Urbino è molto attiva ...

“L'Ateneo offre diverse opportunità per gli studenti interessati a trascorrere periodi di studio o di tirocinio all'estero, attraverso le borse Erasmus, Erasmus placements, ISEP ed ac-

cordi di cooperazione internazionale con Università cinesi, australiane e statunitensi”.

Quali vantaggi può offrire un corso di specializzazione post-laurea?

“Impegnare tempo e denaro in un corso di specializzazione è una scelta impegnativa. La caratteristica di Urbino è di offrire l'opportunità di effettuare questa scelta nel modo più coerente e assistito verso professionalità richieste da un mercato del lavoro selettivo. Il fatto che molti nostri laureati trovino lavoro all'estero dimostra la qualità del nostro sistema formativo. Occorre avere fiducia nell'investimento in cultura e in istruzione superiore, che gratifica anche in termini di autostima e cultura individuale”.

Nello scenario che Lei ha descritto, quali sono le iniziative dell'Università di Urbino di cui ci vuole parlare?

“Da undici anni a Urbino si svolge il Career



*“L’Università non è il luogo
dove si impara, ma dove si
impara ad imparare”*

Day, ora arricchito dall’adesione ad AlmaLaurea e dall’introduzione del Careers Abroad, dedicato alle opportunità di lavoro all’estero. L’Università di Urbino si rivolge inoltre al mondo del lavoro attraverso contatti mirati e settoriali, con iniziative come “Esplora il mondo del lavoro” e accordi specifici con i Centri per l’Impiego della Provincia di Pesaro e Urbino. Aderendo al Progetto FIXO (Formazione e Innovazione per l’Occupazione) promosso e sostenuto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, stiamo rapidamente crescendo come visibilità e strutturazione. Nell’ultima edizione poi, è stata significativa la cerimonia di premiazione degli “Studenti Capolavoro”, ovvero i nostri laureati di ogni disciplina che si sono distinti professionalmente nel campo della loro disciplina. I risultati, pur in un momento di crisi come quello attuale, ci stanno dando risultati con-

fortanti, ma non basta. Per accrescere le opportunità di inserimento lavorativo dei laureati occorre una maggiore e più rapida apertura del sistema produttivo all’ingresso dei laureati negli assetti organizzativi aziendali”.

Un accenno ai rapporti tra mondo accademico e tessuto imprenditoriale: come dovrebbero essere e come sono?

“Urbino ha anticipato riforme e auspici nell’inserimento di professionalità e competenze private negli atenei. Del nostro CdA siedono ormai da tre anni imprenditori locali che portano non soltanto le loro competenze e i loro punti di vista, ma ci aiutano a tenere vivi e operativi i rapporti con un territorio che è parte integrante della vita di un ateneo così incardinato e importante per il tessuto economico e sociale dell’intera provincia di Pesaro e Urbino”.

“La mitologia greca ci ha consegnato una figura straordinaria, quella di Ulisse: egli non rinuncia alle disavventure, mosso dalla volontà di sviluppare nuove conoscenze. E alla fine risulterà vincente”



“LA FORMAZIONE NON BASTA: OCCORRONO ANCHE CAPACITÀ DI INNOVARE E... FIDUCIA NEL FUTURO”

Armando Roncaglia, fondatore dell'omonimo gruppo, incita i giovani a guardare al domani con ottimismo

di M. Palumbo

Dottore, due battute sull'importanza dell'investimento in cultura da parte dei giovani.

“La formazione è un fattore di estrema importanza, non sono certo io a scoprirlo. Però non è sufficiente: a un'adeguata formazione occorre infatti aggiungere una buona capacità di innovare. Il tutto condito da entusiasmo e passione”.

Ammetterà che oggi stiamo attraversando una fase in cui innovarsi, anche a livello individuale, è più difficoltoso rispetto al passato.

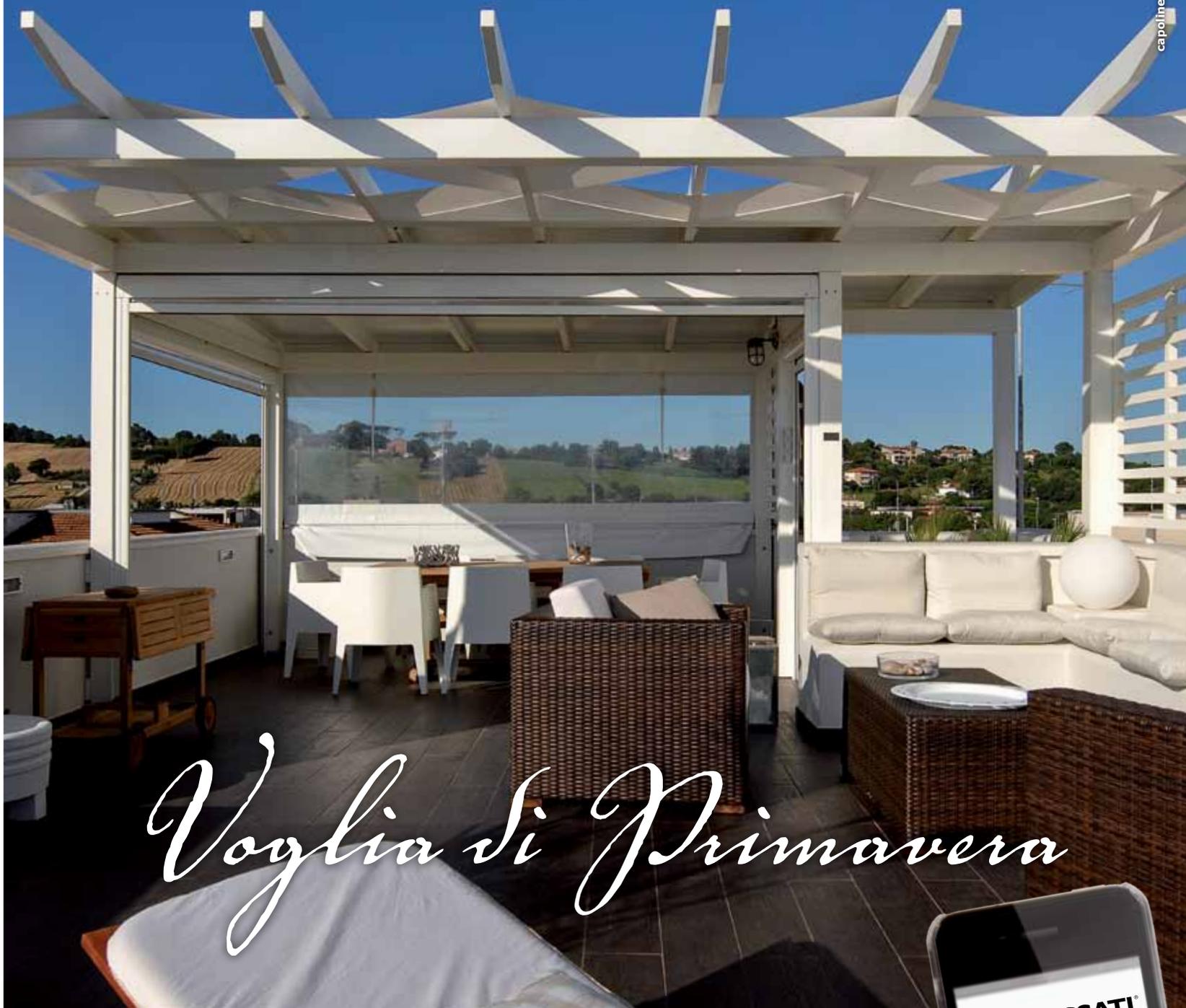
“Nessuno ignora la gravità della crisi. Ma è altrettanto vero che non possiamo nasconderci “dietro” ad essa. Una crisi che, non

dimentichiamo, è morale prima che economica. Il rischio che dobbiamo tutti insieme cercare di allontanare non si chiama soltanto recessione, ma anche demoralizzazione.

Non stanchiamoci di lottare, fiduciosi che stiamo vivendo una situazione momentanea: il futuro sarà senza dubbio migliore del presente”.

In conclusione, qual è il messaggio che lancia ai giovani?

“Che il proprio futuro lo si crea ciascuno con le proprie mani. Questo vale non soltanto per gli individui ma anche per le aziende. Il Gruppo Roncaglia, ad esempio, è vivo perché è riuscito ad innovare, con il supporto fondamentale dei miei figli”.



Voglia di Primavera

pergole | carport | box-auto | gazebo | capriate | portici | verande | cassette in legno | tetti | arredo

SUBISSATI®

SUBISSATI srl
Via F.lli Lombardi n. 6 - 60010 Ostra Vetere (AN)
Tel. 071.96.42.00 - 96.42.83 - info@subissati.it



www.subissati.it



visitate
il nostro sito
anche da
smartphone
e tablet



ATTESTAZIONE SOA
CATEGORIA
OS32 CLASSE IV
OS33 CLASSE II



SISTEMA QUALITÀ
CERTIFICAZIONE
ISO 9001



SISTEMA DI GESTIONE
AMBIENTALE
CERTIFICAZIONE
ISO 14001



SISTEMA DI GESTIONE
SICUREZZA E SALUTE
SUI LUOGHI DI LAVORO
CERTIFICAZIONE
OHSAS 18001

WALL STREET INSTITUTE DI ANCONA: L'INGLESE COME NON LO AVEVATE MAI STUDIATO

La Direttrice Mascia Angelozzi: "La nostra scuola offre l'unica alternativa valida alla formazione in un Paese anglosassone. Per chi si iscrive nel mese di luglio ... un indimenticabile weekend a Londra!"

di A. Siria

Direttrice Angelozzi, cosa distingue Wall Street Institute di Ancona, rispetto ad altre scuole di lingue?

"Wall Street Institute è presente ad Ancona da 20 anni e si trovava in pieno centro. La nuova sede, inaugurata il 6 settembre 2010, si trova alla Baraccola, nella zona industriale, in modo da essere vicina alle aziende e facilmente raggiungibile per tutti. Offre un ampio parcheggio gratuito (cosa impensabile in centro) e una struttura moderna e funzionale, dotata, tra l'altro, di un laboratorio linguistico all'avanguardia, che garantisce sistemi informativi all'avanguardia; il tutto in un ambiente confortevole e accogliente. Ho voluto portare un valore aggiunto ad Ancona, che con il suo porto, l'interporto, l'Università Politecnica delle Marche, aveva bisogno di un ulteriore supporto d'eccellenza e devo dire che sono molto contenta di questa nostra realtà. Wall Street Institute è una scuola internazionale presente su quattro continenti, con circa 400 sedi in tutto il mondo: siamo leader mondiali nella formazione linguistica a tutti i livelli ed essere nel capoluogo di regione per noi è fondamentale. La sede è aperta tutta la giornata, dalle 10:00 alle 21:00 (il sabato fino alle 18:00) e la nostra didattica è sempre attiva. Ogni iscritto sceglie

quando venire, in base alle sue esigenze e il lavoro è sempre individuale, o su piccoli gruppi".

Quale metodo di apprendimento proponete?

"Offriamo un metodo di "apprendimento naturale", di cui siamo stati pionieri, che consiste in un sistema innovativo, che porta alla vera acquisizione della lingua, proprio come accade per i bambini che iniziano a parlare. Tale metodo si avvale di un approccio comunicativo di grande impatto psicologico, grazie al suo potenziale ricettivo e permette di risparmiare un terzo del tempo rispetto alla didattica tradizionale: non la classica lezione di inglese che parte dalla grammatica, ma un'immersione totale nell'utilizzo della lingua, dei vocaboli, delle espressioni scritte e orali. È un investimento che si fa una volta e i cui benefici restano nel tempo, senza il rischio di dimenticare ciò che si è imparato. Ogni obiettivo che ci si prefigge all'inizio, viene raggiunto con successo".

Siete concentrati solo sul British-English?

"Il nostro staff è composto esclusivamente di docenti madrelingua, tutti con certificazioni di alto livello, che provengono

da diverse zone anglofone. Quest'ultimo punto costituisce un ulteriore valore aggiunto per chi segue i nostri corsi e che, per ragioni di lavoro o di viaggio, si trova ad interagire con diversi accenti inglesi. Abbiamo, quindi, il docente British, quello British-Irish, quello American-English, una docente del Ghana e altri ancora, provenienti dai diversi continenti. Ogni iscritto può così ascoltare cadenze differenti e abituarsi a interagire e comunicare in contesti di vario genere, utilizzando anche il nostro laboratorio linguistico multimediale, che offre accenti inglesi diversi, come l'inglese/cinese e l'inglese/arabo".

Può parlarci dei vostri corsi?

"Il livello dei nostri corsi spazia da zero, al bilinguismo. Offriamo un elevato livello di formazione agli studenti, sia di scuola media e superiore, che universitari e masteristi, ma siamo altamente specializzati nella formazione di adulti, qualunque sia il loro punto di partenza, sia che si tratti di privati, che di aziende. Rivolgersi ad Wall Street Institute è un'occasione anche per chi vuole riqualificarsi e rimettersi in gioco sul mercato del lavoro. Tramite il nostro metodo garantiamo il raggiungimento degli obiettivi che ci prefiggiamo sin dal primo incontro, usando i metodi



LA DIRETTRICE
Laureata in lingue e specializzata in glotto-didattica con un master in cooperazione internazionale; dopo varie esperienze di studio e lavoro all'estero inizia a lavorare dal 2004 in diversi centri, Perugia, Arezzo, Civitanova per poi arrivare ad Ancona.

innovativi a cui accennavo prima e, soprattutto, offrendo corsi personalizzati, ideati su misura, che possano garantire i risultati, ottimizzando i tempi. All'interno della scuola si parla solo inglese, per offrire ai nostri iscritti la possibilità di vivere un'esperienza full immersion, come se fossero all'estero, ma senza doversi spostare. La nostra scuola offre l'unica alternativa valida alla formazione in un Paese anglosassone e garantisce una formazione specifica, di alto livello. In più offriamo corsi che nessun'altra scuola propone".

Di cosa si tratta?

"Offriamo corsi di Professional English, che, a differenza del business English permette di specializzarsi in diverse aree. Professional English è un percorso che garantisce formazione linguistica abbinata all'utilizzo dell'inglese in contesti business di qualsiasi livello, dal più elementare ai più alti gradi di responsabilità manageriale. In questo modo, ogni iscritto acquisisce skills diverse, per riuscire a muoversi con sicurezza e agilità in qualsiasi ambito, dalle conference-calls, alla realizzazione di meetings, dalla preparazione di progetti, alla gestione delle telefonate e così via. Si tratta di un metodo di acquisizione linguistica assolutamente

innovativo, ideato dalla Pearson, il Gruppo a cui fa capo Wall Street Institute e che è stato sperimentato, con notevole successo, in Cina".

Wall Street Institute vanta una collaborazione in esclusiva con il Financial Times: ce ne può parlare?

"Sì, il Financial Times, il più autorevole giornale di attualità e business a livello internazionale, crea lezioni in esclusiva per il Wall Street Institute, destinate soprattutto a professionisti e aziende. For Today è un piano formativo sviluppato all'interno del progetto "FT in Education" del gruppo Pearson, principale realtà mondiale nel campo della formazione, di cui sia Wall Street Institute, che Financial Times, fanno parte. Si tratta del miglior giornalismo internazionale applicato allo studio in modo pratico, un metodo certamente innovativo per studiare e migliorare la conoscenza della lingua. For Today offre l'accesso gratuito e illimitato a FT.COM, che permette di essere sempre aggiornati sulle notizie di business a livello globale e di fare pratica quotidiana nella lettura, grazie agli articoli in lingua originale".

Cosa può dire a chi sta pensando di iscriversi ad un corso di inglese, ma ancora esita?

"Sapere bene l'inglese è indispensabile. In un panorama così globalizzato e in un contesto di crisi così difficile, solo competenze specifiche e di alto livello permettono l'accesso al mondo del lavoro, soprattutto se consideriamo che i Paesi in crescita sotto il profilo economico si stanno evolvendo fortemente anche per quanto riguarda la formazione. Per le aziende il processo di internazionalizzazione è un passaggio obbligatorio e riuscire a padroneggiare bene l'inglese significa avere un requisito imprescindibile per riuscire a competere, non solo a livello personale, ma anche come aziende e come Paese".

**A luglio
Wall Street Institute...
TI REGALA LONDRA!**

Per chi si iscrive a luglio, abbiamo preparato un regalo imperdibile: un weekend all inclusive a Londra, così da passare subito dalla teoria... alla pratica e far fruttare le competenze acquisite.

**Tutte le info su:
www.wsi-ancona.it**

I MASTER ANTI-CRISI

Una crisi mondiale come quella che stiamo attraversando non poteva non colpire il settore della formazione post lauream e della formazione executive per professionisti e aziende. Eppure la congiuntura in atto, vista dal lato dinamico del cambiamento, può rappresentare un'opportunità per business e academy school moderne che nei nuovi mercati del lavoro intercettano spunti per innovare e cambiare il "vecchio" master

di C. Menichelli

Diceva Henry Ford che "smettere di fare pubblicità per non spendere soldi è come immaginare di fermare il tempo bloccando l'orologio". È questo un aforisma che dovrebbero rammentare imprenditori della formazione e docenti delle università italiane, quando non colgono la necessità di un cambiamento nei contenuti e nelle forme di corsi, pur assistendo ad un cambiamento dei fabbisogni dei giovani e delle aziende che li dovranno accogliere.

Certamente il punto di forza di un qualsiasi master o corso di perfezionamento è costituito dalla sua spendibilità nel curriculum vitae del giovane e nello stage o placement che dovrebbe essere garantito. Ma come garantire un stage o tirocinio se non si "ascoltano" i fabbisogni delle aziende nelle varie funzionalità? Come dare delle speranze a giovani che non sorridono mai, non hanno motivazioni a inseguire un ideale di lavoro perché sono bombardati da notizie nefaste riguardo una società davvero disgustosa che abbiamo lasciato loro?

Perché dovrebbero credere ad un futuro migliore se la prima bugia è dentro la "riforma Gelmini". La bugia che è stata raccontata loro e alle loro famiglie che hanno fatto sacrifici per pagare tasse e libri, è quella di una triennale insufficiente e di una magistrale che diventa fondamentale e non suppletiva come descritta nei piani studio dei nuovi ordinamenti che hanno solo allungato, purtroppo per i nostri giovani, l'età media di laurea, creando un gap nel mercato del lavoro. Perché se alla laurea magistrale aggiungiamo lo studio di almeno una lingua e un master, giungiamo (se va bene) a 27-28 anni e siamo "vecchi" rispetto ai colleghi europei o cinesi e americani, che alla stessa età non sono più in stage, ma in piena carriera.

Dunque, cosa rispondere ai giovani che aspettano delle risposte dagli esperti del settore e dalle imprese?

Il Dipartimento Memotef della Facoltà di Economia - in co-brand con Masterandskills e Gruppo Sida - hanno fatto una cosa semplice e grandiosa allo stesso tempo: hanno ripensato i master partendo dalle nuove figure professionali richieste, programmando tutti i mesi job day e workshop di orientamento al mercato del lavoro, raccontando a giovani estrapolati a campione da diverse facoltà, cosa stia accadendo nelle agenzie del lavoro e nelle aziende. Abbiamo coinvolto la Adecco come agenzia di recruitment, quale osservatorio dei nuovi master, e dopo aver chiesto alle aziende che cercano personale, quali fossero gli skills richiesti con successo, in barba alla crisi nel secondo semestre abbiamo organizzato due master in Compliance Management con la direzione scientifica dell'Aicom, un

master in Marketing e Comunicazione globale, due executive master in Web Marketing Specialist, mentre sono in arrivo due nuovi master in International Business Development e Tourism e Hotel Management. Pochi corsi ma altamente performanti sulla qualità delle docenze e sulle modalità (anglosassoni) di svolgimento. L'aspetto strabiliante, considerato il periodo, è rappresentato dal placement: dei 42 discenti, 38 tirocinanti in corso, e per ben 15 dei nostri talenti è prevista l'assunzione post stage ...

Tra le aziende che hanno scelto i nostri ragazzi: Enel, Sace, Bnl, Dexia, Gruppo Generali, Kuehne+Nagel, Gn Resourch, Mercedes Benz Italia, Nissan Italia, Adecco, Gruppo Roncaglia, Eden Viaggi, Ripa Hotel, Aitr, e altre che sotto forma di borsa di studio hanno consentito a ragazzi meritevoli di accedere al master a costo zero.

Il progetto ha avuto successo grazie alle sinergie con l'Università la Sapienza e di chi come il Gruppo Sida da anni ascolta le imprese e i giovani e crede nell'innovazione e sviluppo non come obiettivo ma come strumento di crescita e cambiamento dei processi.

La chiusura dei master è avvenuta con la consegna degli attestati ottenuti per profitto, dopo il project work sul Marketing sponsorizzato da Gruppo Roncaglia e da Mercedes Benz Cars per il lancio della nuova Smart Elettrica e il project work in Compliance sponsorizzato da Aicom con l'intervento autorevole di Diana Capone, per il Servizio Normativo e Politica di Vigilanza Banca d'Italia, Sara Butera per la Consulenza Legale Isvap, Giorgio Alleva, Prorettore e Direttore del Dipartimento Memotef della Facoltà di Economia dell'Università di Roma La Sapienza, Roberto De Marchis, Docente Ordinario di Matematica e Statistica presso la Facoltà di Economia Uniroma 1, Claudio Cola, Presidente Aicom e Direttore Compliance Dexia Crediop, Paola Sassi, Vicepresidente Aicom e Responsabile Compliance BNL, Giuseppe Crescenti, Direttore della Direzione Compliance BNL, Vincenzo Schiavo, imprenditore e Presidente CNGI, Flavio Guidi, fondatore e direttore scientifico dei Master Sida, e Cristina Menichelli, imprenditrice e fondatrice di Masterandskills.

La ricetta dei master anti crisi è pertanto semplice: far dialogare le imprese e le università in modo concreto con workshop e job day periodici, strutturare i contenuti dei master in modo concreto con lezioni intensive e operative, e fare coaching sui giovani per prepararli ai colloqui e agli inserimenti in azienda grazie a psicologi e coacher.

Fai spiccare
le tue
potenzialità

Placement **92%**

MASTER SIDA

**Istituto Studi
Direzionali**

**PARMA - BOLOGNA - ANCONA
PERUGIA - PESCARA**

Da oltre vent'anni al fianco delle imprese e dei neolaureati. Ogni giorno immaginiamo il mondo di domani e perseguiamo l'eccellenza attraverso innovazione strategica, sviluppo organizzativo, gestione delle risorse, formazione. Tra le aziende partner: Febal, Pershing, Banca Marche, Fornarina, TreValli Cooperlat, Nero Giardini, Banca popolare di Ancona, Colussi, Clementoni, Bontempi casa, Eden Viaggi, Fiam, Faber, Banca di Credito Cooperativo Federazione Marchigiana, F.lli Monaldi, Togni, Zeis Excelsa, Panatta Sport, Teuco, Prink, Berloni, Albini & Fontanot.

**MASTER
GENERAL MANAGEMENT
VL edizione**

Sales & marketing management
Finanza e controllo di gestione
Diritto d'impresa e proprietà industriale
Bank management
Acquisti e logistica
Management settore turistico
Energy manager

NOVITA' 2011 - 2012

Web Marketing
Master in International Business Development



Sono aperte le iscrizioni per l'ammissione ai corsi.
Leggi il bando per accedere alle borse di studio a
copertura totale e parziale

www.mastersida.com

IL MASTER, UNA SCELTA INTELLIGENTE

Nella filiera formativa i master rappresentano uno strumento funzionale diretto ad aumentare le qualità dell'intero processo di crescita verso un inserimento dei giovani più felice e sereno nel mondo del lavoro

di Giulio Guidi

La prima funzione del Master è quella di diagnosi e di orientamento: il primo atto del processo formativo consiste nella selezione del discente da parte della scuola di formazione dove avviene una valutazione su attitudini, formamentis, limiti e potenzialità di quest'ultimo. In relazione a ciò viene decisa la sua ammissione ed organizzata la prima attività di orientamento professionale. La diagnosi psico-attitudinale ha lo scopo di "dimensionare" il soggetto e definirne i caratteri, con l'intento di delineare progetti ad personam, all'interno dell'intero progetto formativo, di assistenza e di tutoraggio. Inoltre, tra scuola e soggetto l'orientamento avviene in modo iterattivo, ciò durante lo svolgimento dell'intero corso e le esperienze di stage. Sviluppare con maggior correttezza il progetto professionale, definire il campo e la località dove svolgerlo (poiché allo stage segue sovente l'inserimento aziendale) è un

momento che può condizionare l'intera vita professionale e personale del giovane. Trovare il lavoro giusto, nell'ambiente giusto e nella località giusta, adatti a quelle che sono le attitudini del soggetto, si traduce in una scelta di vita determinante per la salute e il benessere del discente. Il Master, gestito più su progetti ad personam, consente di realizzare anche interventi sia psicologici che professionali, diretti a perseguire l'obiettivo della valorizzazione professionale del soggetto ed ottimizzarne l'inserimento e una rapida crescita professionale. Un'altra utilità del Master risiede nel fatto che gli istituti che lo gestiscono hanno una base di rapporti e di relazioni aziendali più ampia e dispongono solitamente di un'elevata capacità di placement, tanto da rendere più congeniale l'inserimento rispetto alle caratteristiche e potenzialità dei soggetti. Altro aspetto di elevata rilevanza è dato dai contenuti didattici e

dalle relative modalità tecniche di somministrazione. Le tematiche applicate sono quelle incentrate sull'azienda, unità universale di ogni sistema economico. Si apprendono le funzioni e le interconnessioni funzionali del "sistema azienda", vengono insegnati quali sono i problemi reali ricorrenti e come devono essere gestiti, utilizzando i concetti della prognosi, della diagnosi e della terapia per la loro risoluzione. Il soggetto di studio è l'azienda con i suoi problemi, i suoi comportamenti, le sue dinamiche, i suoi processi di problem solving e decisionali. Chi somministra l'insegnamento, chi affianca ed accompagna i discenti? Consulenti aziendali, manager ed imprenditori, Maestri selezionati che lavorano e che hanno maturato la loro esperienza in azienda attraverso processi di learning by doing, job enrichment, job rotation. Maestri che portano la loro esperienza operativa sui problemi dell'azienda, sug-

gerendo le modalità idonee di affrontarli e risolverli, trasferendo cognizioni che accrescono la competenza e la capacità operativa, requisiti fondamentali per il successo professionale. Il campo della didattica è costituito dai casi aziendali, in buona parte vissuti dagli stessi docenti. Quindi si lavora sotto la forma di "laboratorio". La didattica è attiva e partecipativa, dove il maestro e il discente sono legati alla capacità di agire in modo collaborativo e attivo verso la soluzione del problema. Il Master, in quanto svolto in gruppi ristretti, consente, attraverso l'attività di tutoraggio e coaching, di assistere ed accompagnare nella crescita i candidati, ottimizzandone la formazione. L'insegnamento spesso è unito da esperienze dirette in una o più aziende (stages), che possono essere anche propedeutiche al successivo inserimento aziendale; inoltre il discente nella fase iniziale in azienda può contare sull'ap-

poggio della struttura formativa, sui tutor, coacher e docenti, riportando i loro problemi nel contesto formativo.

Quanto al costo, direi che è un falso problema.

Pensiamo al costo (al quale si deve aggiungere il mancato guadagno) che un giovane sopporta per frequentare un anno d'università: non c'è confronto. La spesa per il Master non è un costo, ma un investimento per progettare e costruire un percorso professionale che consente di vivere il progetto professionale lavorativo con maggiore consapevolezza e soddisfazione. Le scuole formative dispongono di accordi con il mondo del credito affinché il pagamento possa essere diluito nell'arco anche di sette anni, con periodi iniziali in cui si pagano solo gli interessi (spesso a tasso agevolato). In Italia vi sono già svariate scuole che offrono Master in General Management, ma ancora molto si deve fare per svilup-

pare in termini qualitativi il ruolo che ricoprono. A mio avviso questa attività non può essere svolta dall'Università, trattandosi di un "mestiere diverso", per natura, per organizzazione, per know how, per struttura del contesto didattico.

Potrebbe essere svolta da strutture universitarie risultanti da spinoff, purché integrato da un'elevata presenza di un corpo docente non universitario e implementate da strutture formative specializzate e private, dove la fonte finanziaria non provenga dallo Stato ma dal mercato. Gli istituti che offrono i Master sono scuole professionali e non di accademia o di ricerca; quindi vale la specializzazione nel contesto della filiera formativa.

Al riguardo auspico una crescita e uno sviluppo dell'offerta formativa dei Master e un aumento di consapevolezza dell'importanza della loro funzione e delle loro finalità da parte di quanti ne ravvedono la necessità.

I nostri servizi

BREVETTI

Preparazione e deposito di brevetti nazionali, europei ed internazionali

MARCHI

Preparazione e deposito di domande di registrazione nazionali, comunitarie ed internazionali

MODELLI E DISEGNI

Preparazione e deposito di domande di registrazione nazionali, comunitarie ed internazionali

CONSULENZA

Preparazione di contratti di cessione o licenza, assistenza tecnica in sede giudiziale

RICERCHE e SORVEGLIANZE

Ricerche e sorveglianze in Italia e all'estero su brevetti, modelli e marchi

DIRITTI D'AUTORE

Deposito opere presso SIAE e UPLAS;
deposito software presso Registro Pubblico Speciale

BREVETTI - MARCHI



Ing. Claudio Baldi s.r.l.
www.baldipat.it

Jesi

tel. 0731 209096

Pesaro

tel. 0721 405013

Civitanova Marche

tel. 0733 771527

Foligno

tel. 0742 353532

FISCO E FORMAZIONE

Il sistema fiscale di un Paese rappresenta il cuore dello Stato, il punto in cui si effettua lo scambio che sta alla base del contratto sociale stipulato dai cittadini che abitano in un determinato territorio e che hanno deciso di mettere in comune parte delle proprie risorse e di destinarle alla produzione di servizi diretti all'intera comunità

di R. Antonella

Il termometro del rapporto tra cittadini e sistema fiscale rappresenta un buon indicatore dello stato di salute di una Nazione. Grande importanza, quindi, rappresenta la formazione delle persone chiamate a venire in contatto con i contribuenti nelle varie fasi del rapporto Stato-cittadino: assistenza, accertamento, contraddittorio, contenzioso, riscossione.

Come educare queste persone? Quale atteggiamento è più produttivo assumere nei confronti del contribuente? Innanzitutto è importante per queste persone cercare di individuare il tipo di interlocu-

tore che ci si ritrova davanti: un evasore incallito completamente incapace di correggersi, un contribuente che ha evaso per errore e/o ignoranza della normativa fiscale o un cosiddetto "evasore per necessità", desideroso di sistemare la propria situazione.

La capacità di delineare un profilo il più possibile aderente alla realtà rappresenta un viatico indispensabile per l'instaurazione di un rapporto proficuo, improntato su principi di lealtà e buona fede (peraltro sanciti dall'art. 10 dello Statuto dei diritti del contribuente).

Da una parte occorre trasmettere un

senso di fermezza ed applicazione rigida della legge nei confronti di chi si pone al di fuori del "contratto sociale" con atteggiamenti chiaramente criminosi, dall'altra occorre che tale impostazione rigorosa e dura non venga percepita dalla grande maggioranza dei contribuenti in buona fede come una ferocia gratuita e persecutoria.

Per evitare ciò è importante fornire strumenti legislativi che spingano il contribuente ad uniformarsi alla norma fiscale grazie a sconti sulle sanzioni (autotutela, ravvedimento, istituti deflativi quali l'accertamento con adesione, l'acquie-



scenza, la conciliazione ...) e prevedere, dall'altro lato, momenti di collaborazione e di contraddittorio che possano rappresentare occasioni per il contribuente di fornire spiegazioni, senza la necessità che il contenzioso fiscale rappresenti l'unica sede in cui far valere tali posizioni. Spostandoci dal lato dei contribuenti è opportuno anche qui creare un clima culturale che porti al rispetto del compito contributivo.

Il ruolo chiave in questo caso è giocato dalla percezione che i cittadini hanno della funzione delle tasse. In questo contesto però l'Italia deve compiere passi da

gigante perché la percezione di un'amministrazione pubblica inefficiente e spendacciona e soprattutto non in grado di fornirci servizi di qualità sta alla base della scarsa educazione fiscale degli italiani. Ulteriore controprova è che i dati statistici non ci danno alcuna evidenza di correlazione tra pressione fiscale e grado di evasione.

In un Paese come la Svezia la pressione fiscale supera anche quella già alta dell'Italia (46 per cento per la Svezia, 43 per cento per l'Italia) ma registra un tasso di evasione fiscale tra i più bassi del mondo (15 per cento contro il 26 per cen-

to dell'Italia).

Tale dato è sicuramente influenzato dal gap enorme esistente tra la quantità e la qualità delle prestazioni fornite dallo Stato svedese rispetto a quello italiano ed ancora peggio è influenzato dalla percezione che hanno i cittadini italiani. Questo perché se qualcuno un giorno sarà in grado di mettere in atto una riforma seria della Pubblica Amministrazione potrà ottenere subito dei buoni risultati ma cambiare la mentalità e la cultura di gran parte della popolazione è ben più difficile e richiede maggiore tempo.

FORMAZIONE IMPRENDITORIALE, UN NATURALE SBOCCO VERSO LE **PROFESSIONI** DI DOMANI

Fin troppo è stata utilizzata la parola "crisi" nel corso degli ultimi anni e fin troppe volte si è parlato in vario modo di come e quanto essa stia influenzando il presente e il futuro. Allo stesso modo, è troppo facile utilizzare un'altra volta questa parola e i concetti che si porta appresso per introdurre le problematiche del domani

Invece il discorso può essere approcciato da un punto di vista lievemente fuori asse rispetto ai cliché di questi mesi, anche se non sarà facile non fare alcun riferimento alle contingenze: la cultura mondiale sta cambiando, attraverso una continua mescolanza e fusione di esperienze diverse e distanti, sia geograficamente che intellettualmente, mentre la tecnologia, che influenza il passo dei mercati e le aspettative delle persone, sta vivendo da anni una fase di accelerazione progressiva e apparentemente inarrestabile. Pare, anzi, che non tutta l'innovazione che viene prodotta riesca a tramutarsi in progresso, ossia in un vantaggio condi-

viso, e questo non solo a causa di asimmetrie economiche e colli di bottiglia nei canali di diffusione, ma anche perché non sempre la massa riesce a tenere il ritmo, o non vuole proprio impegnarsi a farlo. Per di più, recenti delusioni e una conseguente paura del domani stanno riportando, per amore o per forza, molte persone a cercare punti di contatto tra la modernità e la tradizione. Per completare il quadro, è divenuta oramai chiara l'inadeguatezza di molti sistemi scolastici e di molte forme di mercato sdoganate dalle recenti esperienze.

In tutto questo occorre fare il punto della situazione e vedere come investire al meglio il proprio tempo, prima ancora che le proprie finanze, per ottenere dal futuro soddisfazioni e non ansie.

Le nostre scuole, nello specifico, non ci insegnano ad essere imprenditori. Questo è un dato di fatto incontrovertibile. Veniamo accuratamente addestrati ad essere degli efficienti esecutori o ricercatori e, in modo diretto o indiretto, impariamo anche il senso della gerarchia

(anche se a volte in modo distorto) e i concetti chiave del processo di delega. Ma quando si parla di creatività economica, ricerca ed estrapolazione di informazioni, capacità di osservazione e codifica, capacità di adattamento e reattività, senso della prospettiva, sensibilità al mercato, capacità di pensare in termini economico-lucrativi, ecco che mostriamo numerosi deficit, nel senso che ci affidiamo da decenni alle attitudini innate e non siamo capaci invece di coltivare queste caratteristiche come va fatto con le competenze, ossia attraverso la formazione, le attività laboratoriali, il trasferimento di buone pratiche, un buon aggiornamento rispetto all'attualità.

**

Adesso è invece proprio il momento di puntare sull'impresa, sull'iniziativa di una nuova generazione di micro, piccoli e medi imprenditori che sappiano mantenere le proprie individualità, e con esse l'identità di un territorio, essendo però capaci di fare sistema, di agire come uno



sciamo, in cui si può osservare il singolo componente ma dove è anche evidente che tutti si muovono come un unico corpo votato ad un obiettivo condiviso. Tutto questo in mercati dove il vecchio e il nuovo si fondono assieme alla ricerca di sinergie ed interessenze, pensando anche e soprattutto a quanto di buono e di interessante giace nel territorio. Così si può pensare ad una nuova rivoluzione agricola, dove i concetti di integrazione ambientale, generazione e cogenerazione energetica, sviluppo sostenibile, coltura biologica, serre idroponiche, e quant'altro siano in perfetta armonia per creare benessere territoriale, rendita economico-finanziaria e sviluppo sociale, in un ambiente lavorativo in cui l'operatività e l'attività di ricerca e sviluppo siano momenti coincidenti e reciprocamente amplificanti. Si può pensare anche alla riscoperta di antiche forme di artigianato, strizzando l'occhio anche al design o a nuovi materiali, o anche semplicemente (ma a quanto pare non è neanche così intuitivo) a nuovi meto-

di distributivi e parametri commerciali. Pensando anche solo alle nostre Marche, il fatto di vederle attualmente sfruttate spesso in modo improprio (ed anche irreversibile) produce quasi un dolore fisico in chi, invece, sa guardarsi attorno ed apprezzare l'immane ricchezza che ci viene messa a disposizione dalla terra, dal mare e dalla storia. E sebbene le frasi qui sopra si prestino sicuramente ad una lunghissima serie di osservazioni, considerazioni ed approfondimenti, quello che deve emergere è l'esigenza di partire dall'istruzione. Oggi più che mai è bene ricorrere a nuovi sentieri formativi, che sappiano trasmettere non schemi preconfezionati e reiterabili sono nelle fattispecie previste, bensì i fondamenti necessari ad essere pronti in ogni situazione: spirito di osservazione, creatività (che non è affatto una qualità innata, ma un'abilità che va addestrata costantemente), senso del domani (ossia la capacità di intravedere gli scenari futuribili e decidere di conseguenza), conoscenza dei mercati e delle tendenze, solide basi

di economia e finanza, conoscenze chiave delle normative e delle procedure, conoscenza degli strumenti e delle fonti di informazione, capacità organizzative, gestione del tempo e delle criticità. In un'Italia che dovrà necessariamente spostare il proprio baricentro economico dalla manifattura ai servizi, e in uno scenario internazionale che adotterà prima o poi nuovi sistemi di misurazione della ricchezza di un Paese (prendendo in esame anche le esternalità positive e negative create dalla mera attività economica e le ricchezze territoriali) diventa fondamentale ed urgente adoperarsi fin da subito per arricchire il proprio bagaglio culturale attraverso una nuova "scienza del fare", uno spirito imprenditoriale che associ l'istinto naturale di chi è portato a creare economia a conoscenze e competenze atte a massimizzare ed amplificare questi comportamenti.

Michele Barchiesi
Corporate Finance Gruppo Sida
m.barchiesi@sidasrl.it
Tel. 071.28521



QUANDO LA FORMAZIONE SOSTIENE LE **START UP**

L'iniziativa regionale del "Prestito d'onore" ha rappresentato un bell'esempio di attività formative e consulenziali finalizzate alla creazione sul territorio di nuove imprese, spesso caratterizzate da tratti originali. E' il caso dell'aTèlier Cose di Tè di Jesi

di L. Ciaccafava

“**A**prire un aTèlier Cose di Tè (marchio in franchising, ndr) rappresenta una bella opportunità di investire in un mercato nuovo e in grande espansione, con un lavoro in cui passione, cultura e crescita professionale vanno di pari passo”, ci spiega la creatrice del marchio, Fabiola Ruggiero, che nonostante la giovane età ha già vissuto importanti esperienze lavorative sia in Italia, che in Francia. Laureata in Economia e Commercio all'Università Politecnica delle Marche, con una specializzazione in Marketing e Commercio internazionale all'ESCE di Parigi, ha inizialmente seguito una carriera in marketing e comunicazione in un importante gruppo industriale italiano a Parigi. Nel 2007, coniugando le esperienze

professionali con la passione personale per il Tè, fonda Cose di Tè - Infusioni di Piacere, un'impresa web oriented che promuove in modo innovativo l'arte e la cultura del Tè (www.cosedite.com). “Fil rouge di tutto il progetto è “L'esperienza del Tè”, non solo come momento estetico, ma soprattutto come opportunità di arricchimento personale e culturale. Per questo è nata di recente la “Scuola di Tè” - ci spiega - uno spazio unico nel Centro Italia, dove affinare il proprio “senso del Tè”, con corsi di degustazione per professionisti del settore food & beverage, che formano figure nuove e sempre più richieste come quella del Sommelier del Tè e del Tea Blender. La Scuola si rivolge anche al grande pubblico con incontri ed eventi culturali che si articolano du-

rante tutto l'anno”. Ma perché proprio il Tè? “Per me il Tè è armonia, accoglienza, condivisione. Significa prendersi cura di se e degli altri. Attorno a una tazza di Tè si crea naturalmente un'atmosfera di complicità che rende speciale l'incontro. Si riscopre il valore del tempo, la bellezza di una vita più naturale.”

Entrare nel network Cose di Tè come affiliato significa beneficiare di una serie di vantaggi, tra cui il più importante, il fatto di non partire da zero in un mercato così particolare, bensì di essere affiancati e sostenuti in ogni fase grazie ad una formazione completa e alla condivisione di un patrimonio di conoscenze e un metodo di lavoro specifici.

COAL

Tradizione alimentare dal 1961

La **Convenienza**

tutti i
giorni



Supermercati e Negozi Alimentari

La bellezza è **ecologica**: cultura e green economy contro la crisi

A Treia dal 19 al 21 luglio si terrà la X edizione del Seminario estivo di Symbola - Fondazione per le qualità italiane. La Fondazione, presieduta da Ermete Realacci, promuove un nuovo modello di sviluppo orientato alla qualità: la soft economy, in cui si fondono tradizione, territorio, innovazione tecnologica e ricerca, che coniuga competitività e valorizzazione del capitale umano, sviluppo economico e rispetto dell'ambiente e dei diritti umani, produttività e coesione sociale. Symbola è un movimento culturale che mette in rete personalità ed organizzazioni del mondo economico e imprenditoriale, della cittadinanza attiva, delle realtà territoriali ed istituzionali, del mondo della cultura e delle rappresentanze. Symbola parla alla politica, all'economia e alle istituzioni per indirizzare lo sviluppo del Paese verso la qualità.

Sin dalla sua prima edizione il Seminario Estivo di Symbola è sempre stato ospitato da Comuni rappresentativi delle qualità italiane, dove accanto alla presenza di forti tradizioni storiche e culturali, alla bellezza del contesto urbano e territoriale vi è quella di realtà imprenditoriali, tanto radicate nella dimensione locale quanto capaci di affermarsi a livello nazionale e internazionale. Il Comune quindi come simbolo e metafora della forza attrattiva e comunicativa dell'Italia, che ha nei territori, nel loro patrimonio di valori, di coesione sociale e di imprenditorialità la base produttiva, ma soprattutto culturale, dello stesso made in Italy. Per questi motivi abbiamo pensato di organizzare a Treia nei giorni 19, 20 e 21 luglio 2012 la X edizione del Seminario Estivo della nostra Fondazione, anche in considerazione che la Regione Marche è partner strategico di Symbola, insieme a Unioncamere nazionale, nell'elaborazione del secondo Rapporto sull'industria culturale che verrà presentato nel-

la giornata di apertura. Una scelta coerente con l'impegno della Regione ad assumere la cultura come uno degli assi strategici dello sviluppo delle Marche. Un orientamento confermato dagli stessi risultati del primo Rapporto sull'industria culturale, che hanno visto la stessa Regione Marche e la Provincia di Macerata posizionarsi rispettivamente al secondo e al decimo posto nella classifica delle regioni e delle province per incidenza percentuale del valore aggiunto del sistema produttivo culturale. Giovedì 19 luglio è prevista la consueta Anteprima dedicata a un approfondimento su scala regionale dei temi e delle questioni al centro del Seminario. La sessione mattutina dell'Anteprima "Le Marche del nuovo made in Italy, innovazione, qualità e sostenibilità" sarà l'occasione di una riflessione sui processi di trasformazione in atto nel tessuto manifatturiero marchigiano. Il passaggio dalla classiche 4A (Abbigliamento, Agroalimentare, Automazione, Arredo e casa) alle

5A, dove l'ultima A sta per Ambiente, sia come nuova frontiera dei settori più direttamente collegati alla dimensione ambientale (energie rinnovabili, nuovi materiali, gestione dei rifiuti e del ciclo delle acque, servizi di prevenzione per la sicurezza territoriale e la conservazione della biodiversità e sistemi di monitoraggio della qualità delle risorse primarie) sia come dimensione strategica e trasversale a tutti i settori produttivi necessaria per abbattere i costi sociali, ambientali ed economici delle produzioni e aumentare il loro valore aggiunto tecnologico e simbolico, culturale ed etico. La sessione pomeridiana "Marchefactory" sarà l'occasione di un confronto sulle linee strategiche e progettuali per la realizzazione dei Distretti Culturali Evoluti nelle Marche. Iniziative come "La Bellezza delle cose" o ricerche come "Green Italy" e "L'Italia che verrà" sull'industria culturale hanno, d'altronde, già evidenziato come in questa regione sia in atto una transizione da un'economia in-

dustriale tradizionale ad una sostenibile e innovativa, grazie anche al contributo di un crescente numero di imprese creative. La mattina di venerdì 20 luglio i lavori si apriranno con la presentazione del Rapporto 2012 "L'Italia che verrà, Industria culturale, made in Italy e territori", curato da Symbola e Unioncamere, con la collaborazione e il partenariato della Regione Marche. Nel pomeriggio si terrà la seconda sessione "Innovare, Innovare, Innovare", nella quale saranno presentate alcune tra le più significative esperienze nazionali di eventi e iniziative culturali proposte da territori, enti, associazioni e fondazioni e di collaborazione tra imprese manifatturiere e creative. Sabato 21 luglio, nella mattinata, si svolgerà la sessione conclusiva "Quante divisioni ha GreenItaly?", alla quale parteciperanno personalità del mondo politico, istituzionale, culturale ed economico.

di Fabio Renzi
Segretario generale Symbola

La bellezza è ecologica
Cultura e Green Economy contro la crisi

Treia (MC)
19, 20 e 21 Luglio 2012
Teatro Comunale - Piazza Arcangeli



PROGRAMMA

SEMINARIO ESTIVO 2012

Venerdì 20 luglio

APERTURA DEI LAVORI ore 9.30 - 13.30

Saluti

Luigi SANTALUCIA Sindaco di Treia

Antonio PETTINARI Presidente Provincia di Macerata

Franco GAZZANI Presidente Fondazione Cassa Risparmio di Macerata

Riflessioni introduttive

Fabio RENZI Segretario generale Fondazione Symbola

I SESSIONE

L'ITALIA CHE VERRÀ: INDUSTRIA CULTURALE, MADE IN ITALY
E TERRITORI

Presiede

Ermete REALACCI Presidente Fondazione Symbola

Presentazione del Rapporto 2012 sull'industria culturale in Italia

Claudio GAGLIARDI Segretario generale Unioncamere

Pierluigi SACCO Ordinario di Economia della Cultura IULM

Intervengono

Catia BASTIOLI Amministratore Delegato Novamont

Stefano BOERI Assessore Cultura, Moda e Design Comune di Milano

Mario CUCINELLA Titolare di MC Architects

Roberto GROSSI Presidente Federculture

Alberto MEOMARTINI Presidente Assolombarda

Rossella MURONI Direttore Nazionale Legambiente

Alberto ORIOLI Vicedirettore Il Sole 24 Ore

Conclude

Pietro MARCOLINI Assessore Cultura e Bilancio Regione Marche



Città di Treia



Provincia
di Macerata



REGIONE
MARCHE



Camera di Commercio
Macerata



UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

ANTEPRIMA

Giovedì 19 luglio

Ore 9.30 - 13.30

LE MARCHE DEL NUOVO MADE IN ITALY
INNOVAZIONE, QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ

**Presentazione della ricerca "Marche 5A" Elaborata da Fondazione
Symbola e Legambiente Marche**

Iniziativa promossa in collaborazione con l'Assessorato Innovazione
e Attività Produttive Regione Marche

Ore 15.00 - 18.30

MARCHEFACTORY

**Forum sulle linee strategiche e progettuali per i Distretti Culturali
Evoluti delle Marche**

Iniziativa promossa in collaborazione con l'Assessorato Cultura
Regione Marche

SEMINARIO ESTIVO 2012

II SESSIONE ore 15.00 - 18.30
INNOVARE, INNOVARE, INNOVARE

Presiede

Domenico STURABOTTI Direttore Fondazione Symbola

Introducono

Domenico DE MASI Presidente Comitato Scientifico

Fondazione Symbola

Stefano MICELLI Direttore Venice International University

Intervengono

Gianluigi ANGELANTONI Amministratore Delegato Gruppo Angelantoni

Daniela DUCATO Ideatrice Edilana-Edilatte

Averaldo FARRI Consigliere Delegato Power-One Italia

Francesco FERRANTE Senatore e Vicepresidente Kyoto Club

Guido GHISOLFI Vicepresidente Gruppo Mossi&Ghisolfi

Antonio MACONI Direttore Festival Città Impresa

Antonio MAZZEO Presidente Win

Francesca MOLTENI Amministratore MUSE Project Factory

Alberto PIANTONI Amministratore Delegato Missoni

Davide RAMPELLO Direttore Artistico Padiglione Zero-Expo 2015

Giampiero SAMMURI Presidente Federparchi-Europarc Italia

Vittorio SANGIORGIO Presidente Coldiretti Giovane Impresa

Francesca TABLINO Direttrice Fondazione Mirafiore

Conclude

Franco PASQUALI Presidente Forum Fondazione Symbola

Sabato 21 luglio

III SESSIONE ore 9.30 - 13.00
QUANTE DIVISIONI HA GREENITALY?

Saluti

Giuliano BIANCHI Presidente Camera di Commercio di Macerata

Franco CAPPONI Presidente Ente Disfida del Bracciale di Treia

Conduce

Tessa GELISIO Giornalista e conduttrice televisiva

Intervengono

Franco BASSANINI Presidente Cassa Depositi

Vincenzo BOCCIA Presidente Piccola Industria Confindustria

Aldo BONOMI Direttore AASTER

Francesco CASOLI Senatore e Presidente Gruppo Elica

Corrado CLINI Ministro Ambiente e Tutela del Territorio e del Mare

Ferruccio DARDANELLO Presidente Unioncamere

Ivan LO BELLO Vicepresidente Confindustria

Sergio MARINI Presidente Nazionale Coldiretti

Gianmario SPACCA Presidente Regione Marche

Orietta Maria VARNELLI Amministratore Delegato Distillerie Varnelli

Conclude

Ermete REALACCI Presidente Fondazione Symbola

ALTRI EVENTI

In occasione del Seminario Estivo si svolgeranno anche le seguenti iniziative:

Giovedì, 19 luglio ore.16.00

SALA CONSILIARE DEL COMUNE DI TREIA

Primo incontro dei giovani consiglieri delle Camere di Commercio italiane".

Iniziativa promossa da Unioncamere

Venerdì, 20 luglio ore.19.00

ARENA CARLO DIDIMI DI TREIA

L'Ente Disfida del Bracciale di Treia organizzerà un'esibizione di questo antico gioco una volta molto diffuso in molte aree dell'Italia centro settentrionale e di cui Treia può a ragione essere definita la capitale. Al campione dell'epoca, il treiese Carlo Didimi, Giacomo Leopardi dedicò l'ode "A un vincitore nel giuoco del pallone".

Tutti i giorni ore 9.30 - 13.00

Sarà possibile visitare lo spazio espositivo dedicato a imprese, associazioni, enti e realtà territoriali rappresentativi delle qualità italiane. Per l'occasione Legambiente sarà presente con le due mostre "Rio + 20" e "Bello Pulito Giusto"



Via Maria Adelaide, 8
00196 Roma
Tel. 06 45430941
Fax. 06 45430944
info@symbola.net



www.symbola.net

Seguici su



Sul nostro sito puoi iscriverti alla Newsletter di Symbola, dedicata alle novità della rete associativa e alla Newsletter Segni Vitali, realizzata in collaborazione con la Fondazione Edison

IL SEMINARIO ESTIVO È PROMOSSO IN COLLABORAZIONE CON:



MEDIA PARTNER:



SI RINGRAZIA:



Marchefactory.

Cultura e innovazione contro la crisi

Uscire dalla crisi è possibile, ma occorre lo sforzo di pensare in maniera nuova. Costruire nuova economia equivale a fare nuova società.

di Pietro Marcolini - Assessore regionale alla Cultura

Per questo parliamo di sviluppo; l'elemento di novità non esclude ma integra quello precedente, e per innovare occorre muovere da presupposti diversi, come un uso consapevole delle risorse naturali, culturali e delle risorse umane. Per quel che riguarda le risorse culturali, intese come beni, attività e imprese, ci interessa l'elemento immateriale che le pervade: la creatività. In essa è insito il di più che può favorire l'evoluzione del sistema produttivo tradizionale, ma anche ciò che può far lievitare delle progettualità di sviluppo locale che abbiano un traino nella cultura. Anche su questo la Regione Marche intende porre le basi per ripartire. Del resto il settore delle industrie culturali e creative si rappresenta come uno dei più dinamici in Europa, contribuendo a circa il 3% del Pil dell'Unione. Il Rapporto della Fondazione Symbola per il 2010 aveva contribuito ad avvalorare un'intuizione e a suffragarci nel cammino appena intrapreso. Infatti, l'indagine sulle ricadute e le potenzialità dell'industria culturale e creativa in ambito europeo ed italiano e la graduatoria regionale per incidenza del valore aggiunto del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia, che vedeva ai primi tre posti Lazio, Marche e Veneto con un dato pari o superiore al

6%, ha reso manifesto ciò che premeva sotto la pelle di alcuni contesti produttivi e territoriali del nostro Paese. Mentre per il Lazio sono in modo preminente le industrie culturali a generare il dato (industria del cinema, Roma Capitale) nel caso di Marche e Veneto sono le attività tipiche del Made in Italy a fornire un contributo fondamentale alla produzione del valore aggiunto del sistema culturale. Le Marche si qualificano quindi come territorio con la vocazione alla cosiddetta "culture based innovation", una forma d'innovazione anche non tecnologica che integra alta tecnologia a creatività, che nasce e cresce nell'impresa culturale e creativa, mettendo in circolo professionalità della cultura e della creatività nell'impresa manifatturiera tradizionale. In questo senso abbiamo cominciato a discutere e a ragionare sul progetto di "Distretto culturale evoluto", cioè di un'idea, un metodo, un orizzonte dello sviluppo locale che metta in relazione la cultura con l'industria, il turismo, l'artigianato artistico, l'ambiente e l'enogastronomia, secondo un approccio multifiliera. Non si tratta del semplice turismo culturale, né del fervore proprio di eventi effimeri ed episodici, ma del tentativo di fare della cultura un fattore di sviluppo locale duraturo, capace d'incidere sulle filiere

produttive, sui modelli imprenditoriali e sull'intreccio con le produzioni extraculturali, in primo luogo quelle manifatturiere. A livello europeo ci si sta muovendo sulla promozione di distretti creativi, cioè sullo stimolo di progettualità che aiutino la transizione delle economie tradizionali o la riconversione di aree territoriali con una forte identità industriale o lo sviluppo delle potenzialità di aree più marginali verso economie sostenibili e innovative. Vogliamo fare dell'intero territorio marchigiano un ambito di sperimentazione di nuove contaminazioni, dove possano emergere progettualità pubblico-private, legate ai territori e alle produzioni, capaci di costituire delle reti aperte che trovino una sponda nella nuova stagione della programmazione europea 2014-2020. Per questo stiamo varando una serie di provvedimenti per il sostegno alla progettazione esecutiva e all'avvio di programmi integrati d'innovazione a base culturale, che potranno giovare di uno stanziamento regionale di circa 5 milioni di euro, concorrendo attraverso avvisi pubblici di gara e sotto la regia regionale a dotare le Marche di un parco progetti finanziabili e cantierabili, che possano aiutarci a traguardare la società regionale del futuro.

Green economy nelle Marche

La sfida che ci porta in eredità la globalizzazione economica è quella di continuare a creare valore utilizzando una quantità inferiore di risorse naturali. E' questa l'essenza di quella che viene comunemente chiamata "green economy".

di Sara Giannini - Assessore Attività produttive e Innovazione

Per il perseguimento di una crescita sostenibile è essenziale orientarsi verso nuovi modelli di produzione e consumo basati sul minor prelievo di risorse, sulla conservazione del capitale naturale e sul rispetto dei diritti sociali. Modelli di produzione, quindi, che individuino nella minore quantità di materia ed energia consumata per unità di prodotto o servizio, il principale fattore competitivo. I nuovi modelli di consumo dovrebbero consentire, incrementando il benessere personale, di godere di beni durevoli e del capitale naturale. Un nuovo modello di crescita economica che consentirà a sempre più persone tra noi e alle generazioni future di go-

dere di un'ottima qualità della vita e di una relativa prosperità. Parte essenziale di questa nuova strategia, è costituita dall'uso delle fonti energetiche rinnovabili, che secondo approfondite ricerche, è in grado di generare un aumento di posti di lavoro superiore a quello prodotto da un investimento analogo in fonti energetiche di tipo tradizionale. Oltre a produrre molteplici vantaggi economici distribuiti, come la minore dipendenza dall'import di petrolio, il miglioramento della bilancia dei pagamenti verso l'estero, una maggiore stabilità del prezzo dell'energia elettrica e minore inquinamento. Il 16 febbraio 2005, giorno di entrata in vigore del Protocollo di Kyoto, la Regione

Marche approvava il suo Piano Energetico Ambientale Regionale (PEAR). Prima ancora che l'economia verde assumesse l'importanza attuale nel dibattito, le Marche si dotavano, quindi, di uno strumento innovativo e inedito in Italia. Con l'obiettivo fondamentale di coniugare sviluppo, energia e ambiente. E a testimonianza della coerente correlazione tra obiettivi, nel recente Piano per le attività produttive e il lavoro, particolare rilevanza viene data al sostegno di progetti innovativi nella green economy, prevedendo una collaborazione rafforzata tra sistema imprenditoriale, università e centri di ricerca.

La voce della Camera di Commercio di Macerata

di Giuliano Bianchi - Presidente della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Macerata

La Camera di Commercio di Macerata è lieta ed orgogliosa di essere partner ed Ente sostenitore nella realizzazione del seminario estivo di Symbola, occasione e luogo di confronto sui temi sociali, economici, politici e culturali maggiormente rilevanti per il nostro Paese. Ancora più perché quest'anno il Comune individuato per ospitare l'evento è Treia, la cui bellezza storica,

la ricchezza culturale nonché il valore architettonico del centro urbano, incastonato in un paesaggio agrario curato e preservato, ne fanno uno dei centri più rilevanti e prestigiosi del territorio provinciale. E sempre più perché Symbola incarna un futuro ed un progetto morale di crescita dei territori, delle genti e delle imprese volto a custodire valori etici e civili, doti irrinunciabili per affrontare,

ancor più nell'attuale momento storico ed economico, una transizione epocale, dalla quantità alla qualità.

“Marche 5A”: design e innovazione ambientale contro la crisi

Il Direttore di Symbola, Domenico Sturabotti, ci offre qualche anticipazione sui risultati della ricerca, elaborata dalla Fondazione Symbola e Legambiente Marche per conto dell'Assessorato Innovazione e Attività Produttive della Regione Marche.

di A. Dachan



Direttore, il 19 luglio verrà presentata, in apertura dei lavori del Seminario estivo 2012, la Ricerca “Marche 5A”: di cosa si tratta?

“Si tratta di uno studio realizzato dalla Fondazione Symbola e Legambiente Marche e promosso dall'Assessorato Innovazione e Attività Produttive della Regione Marche. La Ricerca si concentra sulle Marche del nuovo Made in Italy, tra innovazione, qualità e sostenibilità. L'obiettivo è quello di restituire una geografia delle esperienze più innovative del territorio marchigiano, cioè di coloro che guardano oltre la crisi puntando sulla qualità delle produzioni e dei processi.

Perché 5A?

5A indica un nuovo paradigma, un passaggio dalle classiche 4A che rappresentano i settori tradizionali del made in Italy e del tessuto produttivo regionale: abbigliamento, automazione/automotive, agroalimentare e arredamento, alle 5A, dove l'ultima A sta per Ambiente, sia come nuova frontiera dei settori più diretta-

mente collegati alla dimensione ambientale (energie rinnovabili, nuovi materiali, gestione dei rifiuti e del ciclo delle acque, servizi di prevenzione per la sicurezza territoriale e la conservazione della biodiversità e sistemi di monitoraggio della qualità delle risorse primarie) sia come dimensione strategica e trasversale a tutti i settori produttivi, necessaria per abbattere i costi sociali, ambientali ed economici delle produzioni e aumentare il loro valore aggiunto tecnologico e simbolico, culturale ed etico. Una quinta A, quella ambientale, che richiede un forte investimento in ricerca e innovazione in grado di dare vita ad inedite relazioni tra settori produttivi diversi, a nuovi sistemi e reti di impresa e di riconfigurare le gerarchie e le geografie dei distretti industriali, rilanciandone la loro competitività, la loro vocazione alla qualità, la possibilità e la capacità dei nostri territori di diventare laboratori economici e sociali nel segno della sostenibilità

Come è strutturata la ricerca?

“La prima parte prende in esame il riposizio-



namento qualitativo del tessuto imprenditoriale marchigiano in un periodo medio - lungo, che va dal 1992 al 2011. La seconda parte, invece, ricostruisce una geografia delle realtà, attive nelle 5A che stanno scommettendo con forza in innovazione soprattutto in chiave ambientale, design e comunicazione”.

Cosa è emerso dal monitoraggio effettuato?

“Dalle nostre stime emerge un sistema che se da un lato, soprattutto nei settori manifatturieri, ha perso quote di mercato, dall’altro ha aumentato il valore delle proprie produzioni. Ciò si deve al fatto che negli anni è emersa l’opzione della qualità, offrendo prodotti d’eccellenza, in grado di distinguersi ed emergere in un mercato sempre più competitivo, dove altre economie puntano solo sulla quantità. Mediamente, il valore medio dei prodotti esportati è aumentato, ad esempio, del 96% per il tessile abbiglia-

mento, mentre per la meccanica si arriva al 103%. La concorrenza di altri paesi, che si sono affacciati sul mercato con le nostre stesse specializzazioni produttive, ha quindi spinto verso il cambiamento.

Quali sono i progetti più interessanti che avete rilevato?

“Ce ne sono molti e in molti settori: ad esempio nella nautica, si sta lavorando ad una imbarcazione progettata secondo i criteri dell’LCA (Life Cycle Assessment), che permetterà di disassemblare e rendere così economico il riutilizzo di gran parte delle sue componenti dopo il fine vita. Un altro interessante progetto riguarda il distretto calzaturiero che con il progetto micro green logistic punta a ottimizzare gli spostamenti dei mezzi del distretto attraverso la creazione di una logistica di distretto, ne guadagneranno gli imprenditori, l’ambiente e il territorio. C’è poi la rete Homelab, che vede l’unione di più soggetti per lo sviluppo di un

progetto di domotica, con l’obiettivo di garantire il benessere e ridurre i consumi nelle abitazioni. Nella filiera del legno viene proposto un progetto che lavora sul ciclo di vita dei prodotti, sull’esempio dell’interessante esperienza Cosmob; mentre nella filiera della cucina ci sono produttori come Plados che offrono lavelli ad azione antibatterica, che permettono la sanificazione dell’aria”.

Da quanto dice, nelle aziende c’è uno spirito costruttivo, anche se il momento è difficile?

“Molte aziende hanno compreso che la crisi è una leva per rimettersi in moto, definendo nuovi progetti, cambiando ciò che non funziona e proponendo idee innovative e vincenti e soprattutto che sono obbligate alla qualità. La ricerca, in effetti, ha raccolto molti elementi e segnali positivi rispetto all’economia marchigiana, c’è molto ancora da fare ma ci sono molte carte da giocare per il futuro”.

2012: lo Sferisterio verso il futuro

“Allievi e maestri”: La Traviata nell’allestimento storico di Brokhaus/Svoboda e La Bohème e Carmen messe in scena da Leo Muscato e Serena Sinigaglia sono i titoli allo Sferisterio: ma con il Festival Off la musica invade la città

di Carlo Scheggia

Con la Stagione 2012 il Macerata Opera Festival intraprende un coraggioso processo di rinnovamento: nuovo direttore artistico è il regista Francesco Micheli, 40 anni, impegnato nei maggiori teatri italiani ma soprattutto una carriera dedicata a riaprire il dialogo tra l’opera e gli altri linguaggi dell’arte e della cultura. La sua stagione si sviluppa sotto l’insegna “Allievi e maestri” e punta a rilanciare quella che allo Sferisterio è una tradizione: presentare i titoli maggiori del repertorio in vesti registiche innovative e illuminanti. L’elenco degli uomini di teatro che, stimolati dalla configurazione architettonica unica dello Sferisterio, hanno proposto riletture originali dei capolavori

del melodramma include Ken Russell, Hugo de Ana, Pier Luigi Pizzi e il grande scenografo Josef Svoboda, di cui ricorre il decennale della morte e a cui la stagione è dedicata. La sua Traviata, realizzata con la regia di Henning Brockhaus nel 1992 e rimasta celebre come “La Traviata degli specchi” è il titolo d’apertura (dal 20 luglio) del Festival 2012, l’opera maestra con cui si confronteranno due tra i nomi più interessanti del giovane teatro italiano: la milanese Serena Sinigaglia e il romano Leo Muscato. Il terreno di confronto sono le più celebri figure femminili dell’opera, tre storie di giovinezza ardente e sfortunata: dopo la Violetta di Brokhaus/Svoboda, Muscato porterà in scena Mimì e Sere-

na Sinigaglia affronterà Carmen, affidando i ruoli principali a cantanti giovani ma già affermati nei grandi teatri internazionali. Nel cartellone del festival si inseriscono anche tre eventi speciali: il Trittico Novecento con Roberto Bolle il 26 luglio, la Serata di Stelle per Mario Del Monaco il 2 agosto e la Notte dell’Opera il 9 agosto. Alla radice della stagione 2012 dello Sferisterio c’è un’idea di teatro contemporaneo e che trova pieno sviluppo nella rassegna Festival Off, che porta musica, mostre ed incontri nelle strade e nelle piazze della città. Promossa ed organizzata dall’Associazione Arena Sferisterio, costituita dal Comune di Macerata e dalla Provincia di Macerata, la stagione lirica giun-

ge quest’anno alla 48ª edizione. Si sviluppa su quattro settimane, dal 20 luglio al 12 agosto. Ogni fine settimana vengono presentati allo Sferisterio tutti e tre i titoli operistici: Traviata (20 e 29 luglio, 4 e 12 agosto), Bohème (21 e 27 luglio, 5 e 10 agosto) e Carmen (22 e 28 luglio, 3 e 11 agosto) per un totale di 12 recite. La Regione Marche sostiene la manifestazione. Gli altri sostenitori sono: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata, Camera di Commercio di Macerata, Società Civile dello Sferisterio Eredi dei Cento Consorti. Sponsor ufficiale del Festival è Banca Marche, quello del Festival Off è Simonetti.

48° Stagione Lirica - dal 20 luglio al 12 agosto 2012



Mettersi in gioco. questa è la (di)sfida

Sono passati nove anni dallo scoppio della Rivoluzione francese quando in maggio a Treia, Pasqualina Ercolani mette al mondo il figlio Carlo, che di cognome fa Didimi. Un mese dopo, Adelaide Antici a Recanati dà alla luce il figlio Giacomo, che di cognome fa Leopardi

di Franco Capponi

Vivono in provincia dove gli echi delle Rivoluzioni che cambiano il corso della storia e del pensiero arrivano a malapena, ma della storia i loro figli sono, ognuno a suo modo, tra i protagonisti. Didimi e Leopardi, due giovani talenti di provincia che hanno saputo vivere il proprio momento storico appieno non sottraendosi, ognuno a suo modo, alla responsabilità di essere parte e motore della loro comunità in un periodo in cui nessuna certezza era più la stessa. Didimi diventerà valoroso patriota, atleta insuperato nel Pallone a Bracciale ed amministratore pubblico, campione nello sport e nella vita. Leopardi, il

cui nome nel mondo è sinonimo di sublime poesia, vedrà in lui il "garzon bennato" da portare ad esempio della gioventù per il cambiamento. Il loro percorso umano e politico è lo spunto da cui nasce non solo la Disfida del Bracciale (rievocazione storica dell'Ottocento in programma ogni prima domenica di agosto e nella settimana precedente), ma un più ampio progetto di valorizzazione del territorio. Comune di Treia ed Ente Disfida del Bracciale sono infatti promotori di un protocollo d'intesa tra i comuni delle Città del gioco del Pallone con il Bracciale, che vuole essere di stimolo al Legislatore nazionale

e regionale. L'obiettivo è sancire definitivamente che la promozione e la riscoperta di un gioco storico come il bracciale sono in linea con la valorizzazione di un nuovo modello di sviluppo orientato alla qualità. Un modello in cui si fondono tradizione, cultura, territorio e, attraverso lo sviluppo della soft economy, un'economia in grado di coniugare l'originalità, la tradizione, la cultura con lo sviluppo turistico, ambientale, in una continua innovazione culturale ed economica. La Disfida del Bracciale nasce sotto il segno della consapevolezza e della volontà di fare senza cularsi sugli allori, proprio nella migliore tradizione

di casa Didimi che aveva come motto Non Fidere Aliena Laude. Per la Disfida, addobbi, cortei, gioco del pallone a bracciale, taverne, animazione, incontri, ricordano la storica vivacità culturale, politica e sociale di Treia, da sempre "provincia" culla di uomini di talento. Sotto questa bandiera si stringono "a coorte" sponsor, istituzioni ed una intera comunità per portare, attraverso il pallone col bracciale, il messaggio di una realtà straordinariamente autentica e viva che sa guardare al futuro poggiando saldamente sul suo passato.



XXXIV DISFIDA DEL BRACCIALE | TREIA 14 LUGLIO - 5 AGOSTO 2012

METTERSI IN GIOCO: QUESTA È LA (DI)SFIDA

Storie di campioni nella vita: idee, percorsi e prospettive di uomini di talento



Treia: bellezza ed ecologia

La Fondazione Symbola ha scelto per il suo Seminario estivo un titolo che racchiude in sé due delle principali caratteristiche di Treia, città che con grande piacere ne ospita il lavoro: bellezza e ecologia. Per capire quanto il rapporto tra uomo e l'ambiente in questa terra non conosca soluzioni di continuità basta affacciarsi dalla magnifica piazza che è il cuore della città

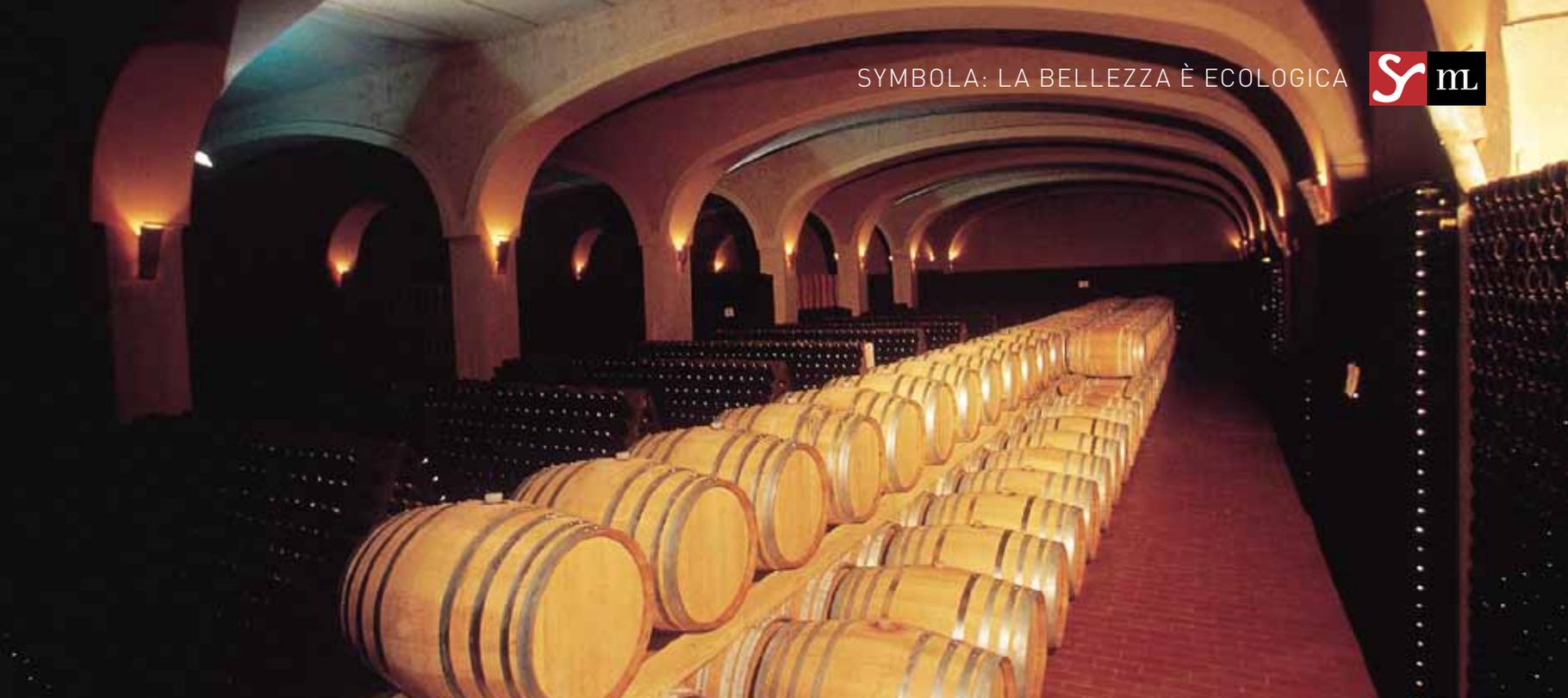
di Luigi Santalucia - Sindaco di Treia

Una piazza che mette tra sé e la natura solo il sottile confine di una balaustra marmorea che sembra disegnata da un traforo: un merletto più che una barriera. Questa piazza, che Dolores Prato, una delle più grandi scrittrici italiane del Novecento ha reso immortale nel suo romanzo *Giù la piazza non c'è nessuno*, è essa stessa metafora di quell'impulso a guardare "oltre la siepe" di leopardiana memoria che fa la differenza tra vivere in provincia ed essere provinciali. Un orizzonte che, storicamente, per i treiesi rappresenta un'opportunità senza fine più che un limite. Lo pensava già a cavallo tra il Cinquecento e il Seicento Padre Ilario Altobelli, francescano che a quell'orizzonte guardava ogni notte come astronomo.

A furia di costanza e impegno arrivò ad essere tra i primi ad avvistare la Stella Nova (più nota come Supernova di Keplero), poi a scoprire i Satelliti di Saturno e definire la proiezione ortografica della sfera celeste e del percorso del sole. E tra una scoperta e l'altra lui, uomo di chiesa, non mancava di rafforzarsi nella scomoda posizione di sostenitore delle tesi di Galileo (con cui scambiò una fitta corrispondenza) che hanno dato il là alla scienza moderna. Quasi tre secoli dopo lo confermava Carlo Didimi, patriota risorgimentale e fuoriclasse dello sport che proprio giocando a pallone col bracciale sotto questa piazza ha costruito la sua leggenda: mai cullarsi sugli allori, accettare le sfide piccole e grandi della quotidianità con il solo obiettivo di fare bene per sé e per la propria comunità. Teoria condivisa da Giacomo Leopardi, suo coetaneo, che nella canzone "A un

vincitore nel pallone" ha fatto di Didimi un esempio per la gioventù. La bellezza di Treia è ecologica perché sta nelle sane radici del suo patrimonio culturale. Radici straordinarie perché la fanno guardare al cielo con i piedi ben piantati per terra. E non solo perché l'agricoltura è stata fino ai primi anni del secolo scorso la principale risorsa economica. Dalla terra e da come trarre il meglio dai suoi frutti è partita l'Accademia Georgica per diventare punto di riferimento degli studi agrari in Europa. Chi non ricorda Alberto Sordi nelle vesti de Il Marchese del Grillo nella memorabile scena in cui per liberarsi della ingombrante famiglia della sorella la fa trasferire in un posto lontano e dimenticato come Macerata? Erano gli anni dell'ascesa di Napoleone, quello stesso che quando vorrà formare i suoi botanici ed agronomi introducendoli a nuove colture sperimentali per l'epoca dovrà mandarli in una città ancora più piccola di Macerata: Treia. Introduzione di nuove colture, esperimenti per l'estrazione dell'olio dai semi, bollettini agrometeorologici, l'istituzione di case di lavoro come opportunità di formazione e impiego per i giovani: tutto risponde al nome di Accademia Georgica, ferratissima anche negli studi archeologici ed umanistici. Quando i nostri contadini dissodavano i terreni o li preparavano alla semina ecco che sotto i vomeri degli aratri e tra i piedi dei buoi spuntavano steli, capitelli, statue romane: secoli di storia racchiusa nelle pietre che gli Accademici catalogavano e decifravano. Anche di uno di loro dovrà giocoforza ricordarsi Napoleone quando vorrà allestire il Museo del Louvre. Di Luigi Lanzi, treiese,

autore della *Prima Storia Pittorica Italiana* e primo studioso dell'ermeneutica etrusca. Suo è il metodo di catalogazione e classificazione ancora in uso in tutti i musei del mondo. A Treia le parole "fare" e "pensare" sono sempre andate di pari passo e chi "fa, pensando" non può che agire tenendo ben presente che un patrimonio di valori materiali e immateriali come quello treiese non va né disperso né messo in pericolo. Treia è fiera di incarnare il modello di sviluppo sostenibile da più parti teorizzato. Le nostre aziende hanno dimensioni, potenzialità ed originalità di livello mondiale, ma erano e restano a misura d'uomo. Macchinari sofisticati sono mossi da energia prodotta in gran parte da fonti rinnovabili e la manodopera di qualità è considerata un patrimonio inestimabile che va salvaguardato e rinnovato attraverso la formazione delle nuove generazioni. Salvaguardia non è sinonimo di chiusura: i nostri bambini hanno la fortuna di poter giocare tra gli alberi di un bosco o i fiori di un prato e da lì, volendo, di collegarsi ad internet con i loro tablet. I nostri giovani sono il nostro orizzonte. Che diventino grandi nello sport come Carlo Didimi, scienziati di fama internazionale come Ilario Altobelli e Luigi Lanzi, uomini di cultura come Fortunato Benigni o scrittori come Dolores Prato lo saranno soprattutto perché si sono alimentati a quella fonte di positività, tenacia, voglia di fare, travolgente bellezza naturale ed architettonica che è l'universo Treia. Treia, un nome le cui lettere, come scrive la Prato, "sono su per giù quelle della Terra".



Dalla passione per il vino nasce **Icemary**

Lassù, sulla riva destra dell'Esino, in quel saliscendi di bellezza che sono le colline pettinate di vigneti dei Castelli di Jesi, al centro di un microclima speciale che risente dell'aria degli Appennini, in quello stordimento di luce e vento che passa dai 350 ai 650 metri di quota e vede il mare, lì oltre 40 anni fa ha preso corpo un'intuizione felice per l'economia del vino marchigiano

a cura della Fondazione Symbola

Cupramontana ha una tradizione enologica plurimillennaria, data anche dalle sue caratteristiche geologiche - le vigne del colle di Rovejano sono presenti già in epoca longobarda e franca - e lo spumante è un destino segnato storicamente dalla presenza benedettina: ma le prime tracce sono degli inizi del '900 con la Cantina Vescovo, e poi negli anni '30 quando i prodotti di Cupramontana si dice seguissero le truppe italiane in Etiopia. Colonnara,

cooperativa di viticoltori, nasce nel 1959 per volontà di 19 soci con un imprinting che ne segnerà la storia: il valore della terra vocata alla coltivazione della vite e il radicamento nella tradizione contadina dei viticoltori-soci. Nel '63 il sogno della prima vendemmia, oggi i soci sono 190 e gli ettari coltivati oltre 260: rigorosamente agricoltura sostenibile a basso impatto ambientale, tecnologia, conoscenza raffinata delle tecniche di spumantizzazione, una cantina con una torre vi-

caria esempio di ingegneria industriale enologica e un caveau che è una vera dimora della qualità. L'azienda Colonnara, oggi guidata da Massimiliano Latini, ha dimostrato con le sue bollicine - un mix di paesaggio, comunità, valore del lavoro - che si possono fare grandi spumanti con un vitigno autoctono come il verdicchio. Nel tempo la gamma degli spumanti, dei vini classici e dei vini nobili si è arricchita e diversificata, al punto da dar vita ad IceMary, lo

spumante analcolico, alcohol zero, biologico, certificato suolo e salute e certificato halal. Una rivoluzione, la caduta di un tabù, l'apertura a sperimentazioni impensabili. Del prodotto e dello stile di vita.

COLONNARA S.C.A.
Via Mandriole, 6
60034, Cupramontana
(An), Italia
Tel: +39 0731 780273
Fax: +39 0731 789610
E-mail: info@colonnara.it
www.colonnara.it





Spazio alla creatività: Fondazione Casoli

In questa ventiquattre ho l'invenzione del secolo", diceva negli anni '70 Ermanno Casoli presentando il primo aspiratore-archetipo della cappa da cucina - ad una multinazionale

a cura della Fondazione Symbola

Imprenditore passionale ed eclettico, amante del bello e della cultura, con l'hobby della pittura, aveva un sogno. Dotare ogni cucina di una cappa aspirante per consentire a tutti di migliorare la qualità della vita domestica. Così nasce Elica nel 1970. Con la sua morte improvvisa la leadership passa alla moglie Gianna Pieralisi e al figlio Francesco, attuale Presidente della società oggi quotata in Borsa e divenuta leader mondiale del settore. In nome di Ermanno nasce nel 2007 la Fondazione Ermanno Casoli, presieduta dalla moglie e diretta da Ric-

cardo Diotallevi. La missione è promuovere l'arte contemporanea, l'architettura e il design per creare un dialogo con l'industria. Si parte da Fabriano ma si guarda al mondo. Un modo originale di declinare la cultura d'impresa e la responsabilità sociale, per la modernizzazione culturale del territorio. Accanto al Premio d'Arte Contemporanea dedicato ad Ermanno Casoli, la Fondazione è impegnata a costruire un moderno sistema di mecenatismo culturale. Con E-straordinario ha attivato relazioni e scambi tra artisti internazionali e dipendenti

di Elica impegnati insieme nella realizzazione di un progetto. La formazione multidisciplinare è stato un asset per il raggiungimento del Best Workplaces Italia 2008 e 2009 come prima società tutta italiana in cui si lavora meglio, e tra le prime 50 nel Best Workplaces in Europe 2008. Elica Contemporary, la collezione d'arte contemporanea che la società sta costruendo con la Fondazione, è esposta all'interno dell'azienda, porta l'arte nei luoghi di lavoro, e dimostra quanto reale sia la collaborazione fra il mondo della produzione e quello della cul-

tura. Lo scambio di saperi, la contaminazione di conoscenze, la riflessione sulla storia e l'identità divengono fattori di coesione sociale, competitività industriale, sviluppo della creatività e dell'innovazione. Per intrecciare flussi e luoghi, persone, territori e community aziendale.

Fondazione Ermanno Casoli
via Dante, 288
60044 Fabriano (AN)
Tel. 0732/610801
Fax 0732610740
www.fondazionecasoli.it



Frammenti di anima italiana nel mondo: **la nuova Simonelli**

Le Marche non sono riconducibili alla tradizione del caffè, eppure oggi c'è una filiera del gusto e della sua produzione che ne fa un crocevia rappresentativo. Non ci sono i colossi del settore ma ci sono aziende eccellenti nella produzione di caffè, ammazzacaffè e cioccolata, macchine per fare il caffè

a cura della Fondazione Symbola

C'è la Nuova Simonelli a Belforte del Chienti, una vallata emblematica per capire il modello marchigiano studiato e raccontato da Giorgio Fuà. L'azienda produce macchine professionali per il caffè, controlla il 9 per cento del mercato globale del settore, che diventa il 25 per cento negli Stati Uniti e il 18 per cento in Giappone. Piccole magie dell'Italia di mezzo. Accanto a questo, mantiene alta la tradizione con l'acquisizione di Victoria Arduino che un secolo fa

lanciò il caffè nel mondo, ma guarda all'innovazione e al servizio, con l'elettronica e l'ultima generazione di macchine superautomatiche collegate via Internet per la gestione dati e l'assistenza on-line. Nando Ottavi ha fatto affari e cultura con l'espresso, ha portato un frammento di anima italiana nel mondo, un simbolo della gastronomia che traina beni e servizi ad essa collegati. Che le catene transnazionali del caffè non siano italiane e che dietro il nome espresso

si nascondano nel mondo bevande calde le più improbabili, è un'occasione persa per l'intero sistema Paese. Per questo Nuova Simonelli contribuisce a diffondere la cultura del caffè espresso e a garantirne la qualità. Con la presenza giusta, il prodotto giusto, nel posto giusto, come quando nel 2009 per le Olimpiadi dei baristi ad Atlanta è stata scelta l'Aurelia quale strumento di competizione, riconoscimento prestigioso per un prodotto ergonomico utilizzato nei più famosi

locali del mondo. E anche con la formazione: ogni anno Belforte del Chienti diventa una comunità internazionale con sempre più cinesi e asiatici. Si viene per imparare ad amare il caffè espresso, prima che imparare a farlo. In quei viaggi il mondo vede anche le Marche e i Crivelli, là ce ne sono tanti e diffusi nelle chiese.

Nuova Simonelli
Via M. D'Antegiano, 6
62020 Belforte del Chienti (MC)
Tel. +39.0733.9501
Fax +39.0733.950242
www.nuovasimonelli.it



IFI: design e tecnologia per una nuova filosofia d'arredo

A cura della Fondazione Symbola

Un tempo il gelato era crema cioccolato nocciola limone e fiordilatte. Scelta ristretta, un premio per qualche buona azione, e quando passava il gelataio era un evento. Oggi è un consumo abituale e i gusti sono centinaia - 570 secondo i gelatai di Padova - un riflesso della creatività italiana. E' un mondo di comunicazione legato alle forme, ai colori, ai sapori. Massima creatività e massima ricerca - dalle materie prime al design degli arredi - intorno ai 125 milioni di chili prodotti e venduti in Italia durante l'estate, e lo sguardo verso la destagionalizzazione. L'IFI di Gianfranco Tonti, produzione totale in Italia ed esportazioni in oltre 50 paesi, headquarter a Pesaro, è la prima azienda a livello europeo con una produzione di oltre 2500 banconi per arredo bar l'anno. Una storia pionieristica che ha mutuato dal pret-à-porter e dalle cucine componibili la capacità di passare dall'artigianato all'industrializzazione e poi alla serialità, per orientarsi verso il design e il concept store dello spazio bar. Ifi per prima ha imposto la qualità nel settore ma contenuto i costi. Ha svi-

luppato un mercato che non c'era, fatto formazione per la vendita, ricerca applicata multidisciplinare, costruito nuove reti logistiche. Ha incrociato competenze tecniche, commerciali, di comunicazione, e ha investito sul design come valore aggiunto di prodotto e di processo. E' divenuta un'azienda dalle competenze orizzontali capace di concepire e realizzare innovazioni a tutto campo. Una metamorfosi continua ha fatto di ogni sfida un'opportunità. Con Ifi Platinum, il bancone gelato rotondo, un'invenzione geniale, l'evoluzione della specie, ha dato forma a ciò che sempre è stato solo funzione. Concepita da Makio Hasuike con i tecnici, gli ingegneri e gli esperti di termodinamica dell'azienda è la prima gelateria tonda e rotante che garantisce efficienza al gelataio, migliore ergonomia, maggior visibilità del prodotto, massima sicurezza alimentare. Il cono con le palline è il Gelato dell'immaginario collettivo, mica è l'ice-cream; il cerchio perfetto è la forma del più innovativo dei banconi che lo contengono. Ultimo frutto dell'azienda è il progetto Start up,

destinato ai giovani, ai quali viene offerta la possibilità concreta di avviare una piccola attività con poche risorse da investire. Nel segno della essenzialità, START UP è un Servizio Bar da avviare in qualunque contesto, completo di ciò che occorre, gradevole nella estetica e portato sul mercato, a un costo accessibile come mai prima d'ora. Quella di IFI è, in sintesi, la storia di una metamorfosi continua che ha visto l'azienda passare dall'artigianato all'industrializzazione e alla serialità, per poi orientarsi verso il concept store dello spazio bar. A dimostrazione di come made in Italy oggi significhi produrre oggetti che siano non solo funzionali, ma capaci di veicolare un universo di significati, valori, idee.

Ifi S.p.A.
 Strada Selva Grossa, 28/30
 61010 Tavullia (PU)
 Tel. 0721.20021 (6 linee r.a.)
 Fax: 0721.201773
 www.ifi.it

Il consumo medio di acqua potabile pro capite è stimato intorno ai 200 litri giornalieri. Consumo che è spesso spreco, nei modi più disparati e inappropriati, inquinamento

L'acqua e le sue Storie di riciclo: planiplastic ecologia

Un tema locale e globale legato all'aumento demografico, agli stili di vita, al sistema economico e produttivo; una sfida che richiede tecnologie nuove e migliori per un mercato destinato a crescere. Intorno alla correttezza ecologica e alla gestione di risorse sempre più scarse si è sviluppata un'economia, tanto innovativa nei prodotti e nei servizi quanto appassionata nell'impegno etico. Planiplastic Ecologia, Iso 9001, è un'impresa marchigiana che del trattamento delle acque ha fatto il suo core-business, dimostrando che è possibile coniugare sensibilità ambientale e profitti facendo ricerca e innovazione. Sono prodotti e servizi: dai serbatoi in polietilene per lo stoccaggio di

acqua al trasporto di prodotti alimentari ai sistemi per la depurazione di acque reflue civili e industriali; dalla gamma di bagni chimici ai pozzetti di ispezione per le reti fognarie; dai sistemi di recupero delle acque piovane a quelli di accumulo e di drenaggio. Un'attività che dal trattamento delle acque arriva alla tutela del suolo. L'acqua e le sue storie di riciclo, smaltimento e recupero hanno costretto l'azienda ad allargare gli orizzonti, ad ampliare la progettualità. Per questo eccelle in molti ambiti, ma la punta di diamante è la gamma di bagni chimici - interamente riciclabili e installabili senza allacciamento elettrico e idraulico - di cui Planiplastic Ecologia è uno dei maggiori produttori

europei. L'utilizzo di tecnologie produttive avanzate come lo stampaggio rotazionale, prevalentemente destinate all'industria del rifiuto urbano e al trattamento delle acque - fondano estetica e sostenibilità, e la completa riciclabilità garantisce un bassissimo impatto ambientale. L'obiettivo è la tutela di una risorsa scarsa, ma i modi con cui gli uomini arrivano a tutto questo è un'altra volta intrapresa, conoscenza, saperi. La circolarità e la memoria dell'acqua.

Planiplastic Ecologia srl
Via dell'Industria, 40
63033 Monteprandone (AP)
Tel. +39 0735 71071
Fax +39 0735 710771
www.planiplastic.it

Mantiene la seduzione che promette la casta e licenziosa citazione sull'etichetta liberty, sapientemente ritoccata decine di volte come la Coca-Cola senza che nessuno se ne sia mai accorto, "a farmi preferir basta un assaggio"

Varnelli: A farmi preferir basta un assaggio

Sarà per quello che piace anche a chi non ama l'anice, o sarà perché il Varnelli è il Varnelli e basta. Lo pensava anche Luciano Pavarotti che non si portava in giro per il mondo un frammento di Emilia, non il nocino ma il Varnelli, e si dice che lo sorseggiasse nella sua casa di Central Park fumando un sigaro, dopo pranzi luculliani. Tante cose contribuiscono a renderlo un prodotto letterario: la trasparenza, la purezza, la segretezza totale della ricetta, quel gesto di polso che sfiora la tazzina per la vera correzione del caffè, solo una pellicola invisibile. In quelle bottiglie ci

sono la maestosa semplicità dei Sibillini, la geografia, le storie, la cultura di quel Tibet marchigiano che scende a valle, diviene collina coltivata e arriva al mare. Fu Girolamo Varnelli il fondatore della Distilleria nel 1868, l'ideatore dell'Amaro Sibilla, con la licenza UTF n. 1, e dopo tre generazioni al maschile, questa è oggi una dinastia al femminile. Da sempre la centralità della comunicazione variamente intesa è per le eredi Varnelli un'identità aziendale, un valore intrinseco ben oltre le strategie di marketing, una responsabilità. Sono cambiate modalità e mezzi, evoluti i gusti e il costume, ma il

modo di declinare il dialogo e interagire con le differenti comunità di consumatori, utilizzatori e stakeholders continua ad affinarsi. Con degustazioni, collaborazioni con famosi chef e barmen, ma anche nei rapporti stretti con l'Università per la Ricerca, Scuole di Alta Formazione come l'Istao, e nelle molte attività della Fondazione Girolamo Varnelli.

Distilleria Varnelli Spa
Via Girolamo Varnelli, 10
62034 Muccia (MC)
Tel. 0737647000
Fax 0737647107
www.varnelli.it



Rainbow e le fatine **Winx**

È pensare che tutto è cominciato con un topo, disse un giorno Walt Disney. Iginio Straffi deve averci pensato molto al suo topo quando era un fumettaro di talento in giro per l'Europa. E poi ce l'ha fatta, sotto casa. Da Recanati, e ora anche dal nuovo polo produttivo di Roma, fa concorrenza proprio alla Disney e ai giapponesi

a cura della Fondazione Symbola

È successo qualcosa tra i fumetti di don Lamberto Pigni, un imprenditore creativo con le chitarre della Echo in una mano e l'educational nell'altra, e quella storia magnifica e sospesa della Basilica portata in volo dagli angeli. Sacro e Fantastico insieme nella leggenda della Madonna di Loreto. Il passaggio dal colle dell'Infinito allo spazio infinito del mondo è un lampo. Come l'impennata dei fatturati, la leadership nel prime time in molti Paesi, il licensing, l'aspetto geniale insieme all'invenzione delle 6 Winx. Rainbow Spa è leader nel panorama dell'industria cinematografica e televisiva mondiale, e la nuova factory - Rainbow CGI

-, impegnata nella lavorazione del primo film in 3D, Il Segreto del Regno Perduto, è il fiore all'occhiello pronto a competere con le grandi multinazionali dell'animazione. Il giro d'affari generato nel mondo dai prodotti a marchio Winx - distribuiti da oltre 600 società tra cui multinazionali come Mattel Konami Upperdeck - è di 1,5 miliardi di euro. Tra i prodotti a marchio più venduti l'incremento delle sole bambole è del 70 per cento in totale contro tendenza. Oltre due milioni i visitatori unici al mese del sito, cinque milioni le pagine web che parlano di Winx, 12.400 i videoclip, 50 milioni le figurine vendute della terza serie. Le Winx hanno conquistato il

mondo in tre anni, sono un fenomeno internazionale per estensione, e trasversale per penetrazione. Rappresentano identità, sogni, aspirazioni di oggi, oltre il fenomeno mediatico: sono un vero e proprio stile a partire dal look, consapevolmente fashion oriented. Un'autentica esperienza di nuovo made in Italy: nuovo nella concezione, nei beni e servizi che produce, nel modello di business.

Rainbow
Via Brecce
60025 Loreto AN
Tel. +39 071 75067500
Fax +39 071 7501690
www.rbw.it

Addio carrelli metallici con la monetina da 1 euro agganciati in lunghe code. Se cambiano le propensioni al consumo, più sostenibile, ecologico, consapevole, devono cambiare anche i contenitori, delle merci, degli spazi e della spesa

Revolution: acquisti di responsabilità

Questa è l'idea, e viene dalle Marche, terra di vaste produzioni biologiche che investe sulle rinnovabili e sulle fonti energetiche alternative. Si chiama R-Evolution il sistema inventato e brevettato da Grupposistemi 2000 - una società di progettazione, sviluppo e commercializzazione di soluzioni per la moderna distribuzione. E' un innovativo set di accessori per la spesa e la logistica dell'esposizione. I prodotti e le soluzioni R-Evolution sono totalmente realizzati con materie prime riciclate e riciclabili, un felice connubio tra innovazione e salvaguardia ambientale. Come dire, il ciclo virtuoso del consumo per nuovo consumo; lo sviluppo della crea-

tività e del design per prodotti di qualità, funzionali, etici ed ecologici. Sono articoli in R-PET (dalle bottiglie in plastica e da scarti di produzione) e in polietilene riciclato (dai tappi di bottiglia), pannelli ecologici per banchi espositori, pavimentazioni e pannelli con eco-materiali. Senza dimenticare che lo store davvero ecologico contempla l'impiantistica a bassissimo consumo per l'illuminazione e i sistemi di refrigerazione. La presenza poi di quattro poli produttivi e distributivi sul territorio nazionale garantisce una vera produzione a Km Zero come logica di distretto per la sostenibilità in ogni fase del processo. Prodotti e servizi, comunicazione e pro-

getto a partire dai nomi, spesso simbolici e ironici: Ulisse, Icaro, Cestone, RE Figaro, RE Tappo. La frontiera è un consumo intelligente, libero, coerente. Sergio Lupi, grande esperienza nei mondi del consumo, sa bene che chi compra è attento al cosa ma anche al come. E in quel come sta anche l'acquisto di significato e responsabilità.

Revolution S.p.A.
Via Albertini, 36
Edificio D15 - Gross Ancona
60131 Ancona AN
tel. 071.2900928
fax. 071.2900932
e mail: info@retailevolution.co
www.retailevolution.co

Con il Premio Nobel Rigoberta Menchù e piccoli produttori Maya fanno il Caffè della Pace, commercio equo e solidale; i nuovi prodotti sono piatti pronti - creme di cereali e minestrone, farro precotto, oltre a farine, vini, birra, olio extravergine di oliva, pomodoro

La terra e il cielo: biologico da sempre

Il prodotto principale è la pasta - essiccata a lungo e a bassa temperatura - in 80 formati differenti, integrale, semola, farro, kamut: è progettata e disegnata, è bella oltre che buona. Questo non è il biologico triste che si compra perché è giusto. Se la qualità è scontata, qui è innovativa la ricerca sul prodotto, la comunicazione e il packaging, il rilancio di vecchie varietà di cereali. Si capisce che sono abituati a parlare con i buyer e gli importatori internazionali. Ecco perché le certificazioni ci sono tutte, perfino quella relativa al biologico giapponese e quella kosher per l'esportazione in Israele. La storia del biologico italiano passa dalle

Marche e passa da qui. Per quantità di ettari coltivati, per tipologie produttive, per marchi storici come "La Terra e il Cielo". Dal 1980 questa cooperativa agricola con oltre 100 aziende associate che conferiscono la materia prima, svolge anche una funzione sociale e ambientale. Programma e controlla tutte le fasi della filiera produttiva, dalla semina alla vendita: produce, trasforma e commercializza i prodotti certificati. Le aziende associate sono a totale conduzione biologica, gli impianti trasformano esclusivamente prodotto biologico; lo stoccaggio dei prodotti è all'interno della sede. Per incontrarli bisogna salire lungo la direttrice che dalla

costa attraversa il distretto del packaging di Serra dè Conti, la zona di produzione del Verdicchio Doc, l'area archeologica delle Muracce: a destra e sinistra colline pettinate, borghi dove si vive bene, si parla inglese e tedesco. Al Piticchio, frazione di Arcevia, un mini castello e una comunità orgogliosa, c'è l'edificio di bioarchitettura e bioenergetica, naturalmente con l'outlet, anche loro, come ogni imprenditore marchigiano che si rispetti.

La Terra e il Cielo
Zona P.I.P 229H - Fraz. Piticchio
60011 Arcevia (AN)
Tel. (+39) 0731981906
Fax (+39) 0731981907
www.laterraeilcielo.it

Le macchine elettriche che viaggiano nel mondo: Faam

La Faam - Fabbrica accumulatori e autoveicoli di Monterubbiano - costruisce batterie e veicoli elettrici. Per quelli commerciali è leader europeo. Con un fatturato di 40 milioni di euro, è certificata Iso 14001, ed è stata la prima azienda in Europa ad avere la certificazione Emas nel settore degli accumulatori

a cura della Fondazione Symbola



Federico Vitali
Presidente Gruppo Faam

Le sue macchine elettriche viaggiano nelle strade di molti Comuni italiani, ma anche a Parigi, Barcellona, Helsinki, Zurigo e perfino in Cina. Quando nel 1974 Federico Vitali, fondatore e presidente della Faam, decise di costruire lo stabilimento a Monterubbiano, sono stati in tanti a prenderlo per pazzo. Perché bastava spostarsi 15 km più a sud per rientrare nell'area della Cassa per il Mezzogiorno e ottenerne i finanziamenti. Ma Vitali ha messo su un piatto della bilancia i milioni dell'allora Cassa del Mezzogiorno e sull'altro il legame con Monterubbiano. La scelta è stata senza esitazione e, a giudicare dei risultati, è stata quella giusta. Monterubbiano è infatti un paese bellissimo, abitato fin dal paleolitico, e conserva oggi l'unico forte di Francesco Sforza ancora in piedi. Eppure stava morendo, era crollato da 5mila a 2mila abitanti, perché per lavorare bisognava andare a 15

chilometri a nord, nel polo calzaturiero, o 15 chilometri a sud, entro i confini della Cassa per il Mezzogiorno. Costruire uno stabilimento produttivo a Monterubbiano significava dare una possibilità ai suoi abitanti, spezzare la corda che stava strangolando il paese. E infatti oggi qualcuno è tornato, qualcuno è arrivato, la popolazione è cresciuta del 25 per cento. "Questa inversione demografica" - afferma Federico Vitali - "ha più di una ragione, ma noi abbiamo dato un buon contributo. Abbiamo aiutato Monterubbiano, ma anche Monterubbiano ci ha aiutato perché abbiamo assunto 88 persone che hanno partecipato a pieno titolo alla scommessa Faam, 88 ragazzi formati a nostre spese, che ci hanno ripagato con una motivazione e una volontà di fare senza la quale non saremmo arrivati dove siamo". Oltre al legame profondo col territorio, l'altra carta su cui l'azienda ha puntato è quella della

qualità. Faam ha brevettato Top, l'unico accumulatore che consente a chiunque di conoscere in ogni momento il livello di carica della batteria montata sulla propria automobile. Le batterie dell'azienda di Monterubbiano si sono inoltre conquistate una reputazione anche sul piano dei disturbi elettromagnetici. Secondo i dirigenti della Faam questa qualità di progettazione e di esecuzione è strettamente legata al luogo d'origine, Monterubbiano. "Siamo un gruppo di persone motivate da una missione che non è legata solo alla dimensione del profitto. La nostra missione è ottenere dei prodotti in grado di anticipare le esigenze del mercato e di migliorare il benessere della società".

Faam
Via Monti - Zona Industriale
63026 Monterubbiano (AP)
Tel. +39.0734.2581
Fax +39.0734.59729
www.faam.com

Lube: made in Treia

Il Gruppo Lube Holding è un'azienda plurimarca del settore del mobile da cucina e dell'arredamento. Il nucleo aziendale ha sede a Treia, in provincia di Macerata, e vanta una situazione produttiva che non ha risentito della crisi

I circa 600 dipendenti non hanno mai conosciuto la Cassa Integrazione grazie a strategie oculate di diversificazione produttiva, apertura al mercato estero, una buona strategia di gamma condita con consistenti contributi innovativi. Sono 65.000 mila le cucine prodotte in un anno, più di 100 i suoi Concept store tra Italia ed estero (gli ultimi in India, Cina, Ucraina, Russia e Usa), 45 gli anni di storia alle spalle. Un'azienda che punta molto sul concetto di azienda "felice", basato sul rapporto sereno con i dipendenti, la cooperazione intergenerazionale, l'elevatissima presenza di giovani e donne anche nelle funzioni strategiche. Anche in questo periodo complesso quest'impresa ha investito - come ci ha spiegato Fabio Giulianelli, Direttore Generale del Gruppo - allargando la rete commerciale, aprendo nuovi Concept con negozi monomarca, puntando a una crescita della qualità del prodotto e alzando il target di riferimento da medio a medio alto, ma senza incidere significativamente sul prezzo all'acquisto. Nuovi e bei negozi danno forza al prodotto e al marchio - ci spiega il patron Luciano Sileoni, fondatore e azionista di maggioranza del Gruppo -; vendere una cucina è molto più difficile rispetto ad altre tipologie d'arredamento perché non è solo un mobile made in Italy, ma una vera e propria

filosofia progettuale, uno stile di vita che si cerca di trasmettere. Nei fatti, un simbolo del legame tra cucina e qualità della vita associata al buon mangiare e al buon vivere che rafforza il concetto di armonia e autonomia dell'individuo e consolida le relazioni del nucleo familiare. La nostra non è una semplice cucina - continua Sileoni - ma un progetto di servizi e di comodità. Alla recente Fiera di Milano i modelli Lube hanno riscosso grande successo, soprattutto perché abbiamo puntato sulla concretezza del prodotto - ci dice entusiasta Giulianelli - non abbiamo presentato nulla di effimero e inconsistente. E' stato per noi fondamentale investire sui contenuti che una moderna schiera di consumatori predilige. Oggi sempre più il consumatore sa esattamente cosa vuole, sperimenta e confronta i prodotti attraverso il sito web aziendale e chiede il massimo in tema di design, robustezza, sostenibilità, servizi ma anche di accessibilità al prezzo. Molte soddisfazioni stanno giungendo in Casa Lube per la scelta della sua "anima verde". Dal 2010 presenta esclusivamente prodotti garantiti eco-compatibili con il marchio Lube Ecologic e usa solo componenti con bassissimi o nulli contenuti di formaldeide. I consumi energetici sono scesi drasticamente attraverso la scelta di macchinari a ridotto consumo, produzione in

house di energia rinnovabile grazie a un tetto fotovoltaico che, iniziato nel 2010, oggi ha raggiunto circa 80.000 mq. di superficie. Altro pilastro di quest'azienda è il design: architetti, strutturisti, ingegneri, ricercatori di nuovi materiali puntano sempre più al moderno, al bello, al robusto, all'hi tech, alla domotica, all'efficiente e anche alla funzione di facilitazione della raccolta differenziata, grazie anche alla strategia territoriale che da anni raggiunge l'80 per cento di R.D. Dalla collaborazione con il Consorzio Con.Sma. Ri e il Comune di Treia, che da anni hanno puntato a questi obiettivi, oggi lo sviluppo di tali accorgimenti pone la Lube all'avanguardia soprattutto agli occhi di giovani acquirenti, solitamente più sensibili ai temi ambientali legati alla salubrità dei materiali usati e alla corretta gestione del rifiuto. Insomma, una realtà che guarda al mondo con i piedi ben piantati nel proprio territorio, Treia.



FONDO DI GARANZIA SUL TURISMO: UNA **BEFFA** PER I TOUR OPERATOR CORRETTI?

di P. Duranti

Nelle pieghe del recente Codice del Turismo si trova una norma che in prima battuta desta non poche perplessità. Viene infatti previsto che se l'organizzatore o l'intermediario di un pacchetto turistico risultano inadempienti, il turista può essere indennizzato attraverso un apposito fondo, che viene alimentato – e qui sorgono i primi dubbi – dagli stessi tour operator competitor di quello che ha lasciato allo scoperto i propri clienti.

Ma procediamo con ordine.

L'INTERVENTO DEL FONDO DI GARANZIA

Per i casi di insolvenza o fallimento dell'organizzatore o dell'intermediario di pacchetti turistici, l'art. 51 del Codice del Turismo prevede l'intervento del Fondo Nazionale di Garanzia – operante presso il Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo –, al fine di:

- A. consentire il rimborso del prezzo versato;
- B. consentire il rimpatrio del turista nel caso di viaggi all'estero;
- C. fornire un'immediata disponibilità economica in caso di rientro forzato di turisti da Paesi extracomunitari in occasione di emergenze, imputabili o meno al comportamento dell'organizzatore, ad eccezione delle situazioni di rischio dell'incolumità personale dei turisti (alluvioni, terremoti, insurrezioni) per le quali interviene il Ministero degli Esteri.

CONDIZIONI

Il citato D.Lgs. 79 del 2011 (attuativo della delega contenuta nell'art. 14 della L. 28 novembre 2005, n. 246) dispone che, affinché intervenga il Fondo, il pacchetto turistico (definito dall'art. 34 del Codice del Turismo) sia stato venduto in Italia da un organizzatore o intermediario legalmente operante ai sensi della normativa italiana, che sia fallito o insolvente.

L'ITER

La legge prevede che le istanze di rimborso presentate al Fondo debbano essere valutate dall'apposito Comitato di gestione (ricostituito con il Dm 2 agosto 2010), presieduto dal Capo del predetto Dipartimento (o suo delegato) e composto da tre rappresentanti (uno del Ministero degli Esteri, uno del Ministero dello Sviluppo Economico ed uno del Ministero dell'Economia e delle Finanze). Si tenga presente che le istanze al Fondo non sono soggette ad alcun termine di decadenza, fatta comunque salva la prescrizione del diritto al rimborso.

COME VIENE ALIMENTATO IL FONDO

Esclusivamente da una quota annua pari al 2 per cento dell'ammontare del premio delle polizze di assicurazione obbligatoria per la responsabilità civile verso il consumatore per risarcimento danni. Un recente comunicato del Governo ha specifica-



to al riguardo che tali somme sono attualmente quantificabili, in media, in circa 230mila euro annui. "E' bene, quindi, sapere - prosegue la nota di Palazzo Chigi - che il Fondo interviene nei limiti delle risorse disponibili".

QUANDO NON INTERVIENE IL FONDO

Il Fondo non interviene nei casi in cui venga richiesto un risarcimento per danni da vacanza rovinata o altri eventuali danni morali, oppure quando l'istanza di rimborso riguardi contratti diversi da quelli aventi ad oggetto l'acquisizione di un pacchetto turistico, come ad esempio i contratti per l'acquisto dei punti freepoints, solo volo, ecc.

GLI SVILUPPI

Principalmente a causa del fallimento di Todomondo, dalla fine di luglio 2009 sono state recapitate al Dipartimento, nel giro di pochi mesi, circa 4.500 istanze. Domande che risultano in continuo incremento: a maggio 2012 (dati diffusi dal Governo) si è arrivati a 5.888 richieste di rimborso. Attualmente risultano essere in fase di istruttoria circa 340 pratiche. Proseguendo con i dati statistici, emerge come dal 2010 ad oggi siano state liquidate complessivamente 710 istanze di rimborso, per un importo totale pari a 1.372.575,39 euro. Si tratta, tuttavia, di un importo che deriva da residui degli anni precedenti. Per la

liquidazione delle istanze accolte non ancora soddisfatte, invece, le prospettive non sono rosee: per il Governo "è prevedibile (...) che si tratterà di tempi lunghi".

LE ASSICURAZIONI FACOLTATIVE

Si tenga presente, comunque, che il Codice del Turismo prevede alcune modalità "aggiuntive" di tutela del turista, sotto forma di assicurazioni facoltative, di costituzione di consorzi o altre forme associative, anche mediante la costituzione di un apposito fondo per la copertura dei rischi, cui possono aderire gli organizzatori/intermediari dei viaggi, anche prevedendo forme di riassicurazione.

NON POCHI DUBBI

Almeno tre i punti oscuri di tale meccanismo:

1. non si comprende come mai all'interno del Comitato di gestione non sia prevista la presenza di un rappresentante della categoria dei tour operator;
2. la legge (secondo comma dell'art. 51 del Codice) prevede che il Fondo "potrà" (e non "dovrà") avvalersi del diritto di rivalsa nei confronti del soggetto inadempiente;
3. in che misura interviene l'impresa di assicurazione dell'operatore insolvente?

BENVENUTI AL MUSEO DEL PIANOFORTE





MUSEO DEL PIANOFORTE E DEL SUONO DI ACCADEMIA DEI MUSICI FABRIANO

Le visite sono guidate da un pianista concertista che durante il percorso, oltre a narrare la storia e le caratteristiche dei singoli pianoforti della collezione Claudio Veneri, esegue brani composti proprio sugli stessi dai famosi compositori, ricreando le sonorità originali di quando il brano fu scritto.

In questo senso il Museo del Pianoforte Storico e del Suono di Accademia dei Musicisti può definirsi unico nel suo genere in Europa.

Accademia dei Musicisti si propone come un polo musicale ed artistico che va ad arricchire l'offerta culturale della città di Fabriano, sviluppata secondo il concetto di "museo diffuso" che oltre ad essere un museo di pianoforti storici, gestisce e promuove, anche a livello Nazionale ed Internazionale, una serie di attività socio culturali.

Rappresenta oltretutto una concentrazione di personalità artistiche prestigiose, di livello Mondiale, una attrazione per allievi, studiosi, professionisti della musica, appassionati e turisti, una organizzazione ed un riferimento per tutte le realtà artistico – musicali fabrianesi, una opportunità professionale per giovani tecnici restauratori – accordatori, una integrazione artistica dell'offerta museale e turistica della città; in definitiva una eccellenza di cui fregiarsi essendo questa realtà, unica, nel suo genere, in ambito Nazionale.

La sede di Accademia dei Musicisti, in pieno centro storico, è situata nel "Complesso monumentale San Benedetto" in Fabria



no e si avvale delle 18 sale espositive per Corsi e Master, delle sale "ascolto musica", multimediale, di incisione, delle sale accoglienza, studi, conferenze, delle due sale "piccoli concerti", di una "sala teatro", del Chiostro San Benedetto, della Chiesa Barocca San Benedetto, dell'Oratorio del Gonfalone ed anche di altri spazi teatrali esterni come il Teatro Gentile, il ridotto del Teatro Gentile e l'Oratorio della Carità.





La "Collezione Claudio Veneri" è la sintesi dei 300 anni (1700/2000) di Storia del Pianoforte, caratterizzata dalle 5 Scuole di costruttori, viennese, tedesca, inglese, francese ed italiana, che hanno prodotto il repertorio pianistico scritto dai Grandi compositori: Bach, Haydn, Mozart, Clementi, Beethoven, Schubert, Schumann, Chopin, Liszt, Brahms, Debussy, Ravel, Poulenc, Stravinskij...

La collezione è composta da 18 Pezzi, raccolti selezionati e recuperati nelle proprie personalità soniche da Claudio Veneri, pianista concertista, interprete dei repertori su strumenti originali, Docente della Cattedra di Pianoforte Storico presso il Conservatorio "Francesco Morlacchi" di Perugia, unica in Italia.

Per informazioni e prenotazione:
tel. 392 2914788
europa@accademiadeimusici.it
www.accademiadeimusici.it

ALLA RICERCA DEL MONDO RAPPRESENTABILE

Un giovane promettente nel panorama artistico locale.
Juri Lorenzetti

di Gabriele Bevilacqua

Scrive Goethe nel suo Viaggio in Italia che solo, quando le nostre simpatie si purificano e si precisano l'animo può rivolgersi con tranquilla partecipazione alle cose più grandi e più genuine. Perché ciò accada l'arte bisogna cercarla e, se possibile, affiancarsi ad essa anche nel momento della sua formazione, nella ragionata traduzione visiva di un'idea (sì, perché, è Angela Vettese a ricordarcelo, l'idea da sola non basta). Lo stesso Goethe frequentò gli studi degli artisti tedeschi a Roma, con loro condivideva la genesi di opere che noi oggi ammiriamo nella loro perfetta e conclusa stesura.

Con questo spirito, vorrei segnalare parte della produzione di un giovane artista jesino, residente a Camerata Picena. Nato nel 1983, diplomato presso l'istituto statale d'arte di Jesi, ha già al suo attivo un ricco carnet di segnalazioni e mostre (personali e collettive). L'esordio è stato il premio come migliore progettazione dell'insegna scultorea della biblioteca di Maiolati Spontini, comune che pochi mesi più avanti lo invita a realizzare il logo per il nuovo centro di aggregazione giovanile. Nel 2011 gli viene conferito a Montecarlo il "Premio Oscar per le Arti Visive 2011". Ha esposto a Roma, Terni, Spoleto, Caserta. Attualmente collabora con l'associazione culturale «TheVisual» come responsabile allo sviluppo territo-

riale dei giovani artisti marchigiani. Le sue opere sono attualmente curate da Eureka Eventi d'Arte.

Al di là di questi attestati lusinghieri, si tratta di una proposta tutt'altro che sprovveduta. L'arte di Lorenzetti, infatti, ricca di fermenti e sensibilità umana, ha a che fare con la materia: vorrebbe farla esplodere e al tempo stesso ordinarla, fissarla in modo cartesiano. Da una parte accelerazione e dall'altra un bisogno di rallentare. Lo afferma lui stesso: «La mia pittura opera in un'area di riflessione continua, una riflessione sul mondo intorno a noi (...). Basterebbe soltanto rallentarsi quel poco che basta per poter apprezzare il bello di ciò che ci circonda così da poter dare vita ad uno scambio reciproco di emozioni e sentimenti». Da qui una pluralità di esiti figurativi. Dai pittogrammi su fondo blu di Fluttuante (2012) al geometrismo quiete di Essenziale (2011), fino alla greve materialità, come un crogiolo alchemico in ebollizione, di Ferite (2010), con il suo acrilico oro e smalto nero su un deciso fondo di cemento. Lorenzetti saggia la materia, ma essa è pluralità di forme, è mortale, è segno esile, grafia che si spezza nell'ordito sottile dell'esistenza delle cose.

Questa fondamentale attenzione agisce sulla creatività del giovane portandolo a scelte iconologiche e tecniche diverse.

Così mi pare giocoforza segnalare alcuni tentativi mediante la fotografia. In Contaminazioni (2011) la materia è diventata soffocante, miasma che ammorba l'aria e vince sulla creazione. Evidente è il rimando a certo immaginario da cinematografica fantacatastrofista -penso qui a 28 giorni dopo di Danny Boyle (2002).

Una segnalazione a parte meriterebbe la produzione grafica. Qui la riflessione sul mondo si fa più pacata, silente, attenta a geometrie di contenuti segni, ove lo stesso bianco del foglio diventa parte del racconto. Ritorna forse di nuovo la materia nel suo bisogno di trascendenza, di horror pleni, verso un segno che scandaglia e scandisce l'ordito del mondo, come in Eclissi (2012).

Non sappiamo quali di questi percorsi finiranno per prevalere e convogliare in sé tutta l'energia creativa del giovane artista. Ci piace comunque aver condiviso con lui, nel suo studio, la passione per l'arte. Ossia per quell'esperienza a volte puramente estetica, ma a volte, capace di avvicinarci a quelle grandi concezioni fino a comprenderle meglio di quanto non permettano la semplice osservazione e la riflessione (Goethe). Se sappiamo cogliere e far parlare anche questa tensione, sapremo dar seguito alle parole del grande poeta.

Juri Lorenzetti
www.gigarte/jurilorenzetti.com

AD ANCONA L'ARTE SI CHIAMA "NIE WIEM"

Valerio Cuccaroni: "Dal non sapere e dal dubbio parte quell'inarrestabile curiosità e tensione verso la ricerca che anima il nostro gruppo di giovani artisti"

di A. Dachan

Vice Presidente Cuccaroni, vuole presentarci l'associazione Nie Wiem?

"Nie Wiem è un'associazione di promozione sociale, nata ad Ancona nel 2003 per promuovere l'arte e l'impegno sociale. In polacco, la lingua della nostra poetessa preferita (Wisława Szymborska), "nie wiem" significa "non so", perché è il dubbio che ci anima e dal dubbio parte tutta la nostra ricerca. Non è forse diffondendo la cultura e promuovendo l'impegno sociale che si può migliorare il mondo in cui viviamo? Da questa domanda nascono tutti i progetti da noi messi in campo finora: due festival nazionali, uno cinematografico (Corto Dorico) e uno letterario (La Punta della Lingua); numerose rassegne (Lo Stivale Visionario, IbridAzioni, Racconti di Natale, Una città di libri); un ciclo di laboratori di scrittura in contesti di disagio (La parola che cura); un progetto di formazione (C.A.S.A. - Centro di Arti e Scienze Applicate) e una rivista (Argo, www.argonline.it). Maggiori informazioni si possono trovare nel nostro sito www.niewiem.org".

Quali sono i suoi principali obiettivi?

"Nie Wiem si prefigge di ideare, promuovere e realizzare iniziative culturali rivolte a tutti, comprese le persone svantaggiate, i loro familiari e gli operatori del settore; contribuire alla valorizzazione,

alla promozione e allo sviluppo della vita sociale, culturale e artistica a livello locale, nazionale e internazionale, attraverso la gestione partecipata ed egualitaria delle attività; facilitare il contatto e lo scambio fra gli artisti e le altre componenti della società civile; il dialogo fra i cittadini, anche i più svantaggiati, fra loro e con le istituzioni; favorire lo sviluppo del senso critico nella cittadinanza, le occasioni di incontro artistico, culturale e sociale nonché l'apertura di spazi di conoscenza, spettacolo e dialogo; favorire la divulgazione e la circolazione dei saperi attraverso gli spazi artistici e culturali già esistenti (biblioteche, teatri, musei, ma anche bar, locali e luoghi di aggregazione aperti alla musica, alla poesia e alle altre forme d'arte), creandone inoltre di nuovi ed atipici, anche virtuali (internet-radio, forum di discussione telematici, web-log); promuovere artisti emergenti e giovani studiosi con particolare attenzione per quelli operanti nei territori interessati dalle attività dell'associazione, tenendo viva la memoria di quelli scomparsi".

Cos può dirci di Corto Dorico?

"Corto Dorico è stata la nostra prima manifestazione. L'edizione zero fu una rassegna di videomaker locali, che ci permise di conoscere i talenti locali e capire che nel territorio esistevano compe-

tenze consolidate e una forte domanda di cinema. Così decidemmo l'anno seguente, nel 2004, di trasformare Corto Dorico in un concorso nazionale per cortometraggi, avvalendoci della collaborazione delle maestranze locali, ma allargando lo sguardo all'intero stivale".

Che rapporto hanno le Marche con il cinema?

"Le Marche hanno un rapporto fortissimo con il cinema: basti pensare che la Mostra Internazionale di Pesaro è una delle manifestazioni cinematografiche più antiche d'Italia, i cui natali sono secondi solo a quelli del festival di Venezia. Ma anche altre manifestazioni sono diventate, nel tempo, appuntamenti imprescindibili, come il Premio Libero Bizzari per il documentario. Senza parlare dei tanti artisti di fama nazionale e internazionale originari della nostra regione: Dante Ferretti, Giuseppe Piccioni, la giovane Lucia Mascino... Anche a livello istituzionale, si sta andando nella direzione giusta, come dimostra la creazione della Fondazione Marche Cinema Multimedia, nata dalla fusione di Marche Film Commission e Mediateca delle Marche, entrambi nostri partner storici. Ora manca solo un aumento della percentuale delle risorse che la Regione assegna al comparto affinché l'industria cinematografica locale possa svilupparsi come merita".



“ANIMA INNAMORATA”

Liberamente ispirata al testo di Alda Merini, la performance di danza è andata in scena al Teatro Sperimentale il 19 giugno scorso e ha visto la partecipazione della straordinaria Chiara Noschese

Grandi emozioni per il pubblico che martedì 19 giugno, al Teatro Sperimentale di Ancona, ha assistito allo spettacolo “Anima Innamorata”, performance di danza liberamente ispirata all’omonimo testo di Alda Merini. Protagonista la compagnia VisBallet, con la partecipazione straordinaria di Chiara Noschese. Il progetto nasce da un’idea, anzi da una necessità interiore, di Eugenia Morosanu, che ha curato regia e direzione artistica. La scenografica è caratterizzata da arredi essenziali, con l’inserimento di pochi personaggi come il chitarrista seduto accanto a Chiara Noschese (che impersona Alda Merini), il trampoliere che diverte i ballerini diventati bambini oppure l’ombra della poetessa che vaga sul palco e la malafemmina acrobata. Lo spettacolo si è aperto con un ricordo dedicato ad Alda Merini, una grande poetessa forse non sempre capita che ci ha consegnato parole di tale profondità e verità da lasciare un segno forte in ognuno di noi. Una donna che, come afferma lei stessa, ha sempre parlato d’amore ma che è stata probabilmente l’unica a non averlo mai trovato. Una struggente malinconia che si mescola alla difficoltà di vivere e che si trasforma in una danza fatta di gesti e movimenti di particolare intensità e intimità, commuovendo tutti. I ballerini Barbara Burattini, Debora Barontini, Leonardo Germani, Denada Shkoza e Giuseppe Lazzara si sono affidati all’esperienza dei quattro coreografi - Eugenia Morosanu, Luca Alberti (che si è anche esibito sul palco), Loris Petrillo, Roberta Fontana -

ed hanno interpretato la grande sofferenza di un’anima innamorata, ma spesso tradita dalla vita e “violata” dagli uomini. Ancora grandi emozioni quando Chiara Noschese inizia a recitare i versi della Merini con profonda intensità e con un velo di commozione. Bellissimo connubio tra parole, musica, danza in un coinvolgente fluire di sentimenti che dal palcoscenico è arrivato al pubblico come un fiume in piena. Un’altra forte emozione arriva sulle note di Malafemmina, suonata dal vivo dal chitarrista Joe Galullo e impreziosita dalla voce di Chiara Noschese che inizia a cantare in un crescendo di sensazioni. Un fuori programma nato un po’ per caso durante le prove e che poi l’attrice ha deciso di proporre anche durante lo spettacolo. Una bellissima serata che ha dimostrato come l’unione di vere professionalità sia la sola formula per offrire al pubblico uno spettacolo degno di questo nome. L’unico rammarico è che per il momento non siano previste repliche, ma la speranza è che si possano trovare le condizioni giuste per portare “Anima Innamorata” in altri teatri marchigiani e non solo.

Daniela Calisti
Ufficio Stampa
Fondazione Arte nella Danza Città di Ancona
cell. 335/6603497



SCUOLA DI VISIONI DEL CONTEMPORANEO PRESENTA: **AGGUATI FINALI**

Saranno due gli Agguati, eventi finali della Scuola di Visioni del Contemporaneo, e si svolgeranno ad Ancona e Macerata, rispettivamente il 14 e il 16 giugno. Una modalità di ascolto e trasformazione dei luoghi meno battuti delle città da parte di una trentina di ragazzi tra i 18 e i 29 anni, gli sguardi che dovrebbero ridisegnare il mondo a partire dal proprio vissuto. Ad Ancona si è scelto di abitare, a partire dalla Casa delle Culture e dall'area dell'ex mattatoio, l'intero quartiere di Valle Miano, spazio interstiziale tra il centro e la periferia, poco abitato e poco frequentato, se non da chi passa per usufruire dei servizi che ingloba, come le palestre, il bingo o il supermercato. A Macerata, invece, la scommessa sarà far vivere in modo inaspettato il mercato ortofrutticolo, luogo ricco di storia locale e popolare, che però è ormai frequentato da sempre meno persone. I ragazzi hanno intersecato e fatto dialogare le cinque discipline artistiche (performance, arte pubblica, scrittura, paesaggio sonoro e fotografia) che hanno frequentato durante il corso, coordinati da Federico Bomba, direttore artistico di Sineglossa e ideatore del progetto in collaborazione con Andrea Fazzini del Teatro Rebis, e stimolati da Luca Luzi, Sabrina Maggiori, Stefano Sasso e Alessia Tripaldi, artisti marchigiani che hanno accettato la sfida di progettare e realizzare un percorso teorico e pratico con i ragazzi, ciascuno a partire dalle proprie competenze, in una modalità di scambio orizzontale. L'inedita strutturazione del corso ha permesso a ciascun parte-

cipante di elaborare un progetto autoriale personale, a partire dagli stimoli proposti durante le lezioni. L'obiettivo della Scuola non è stato quello (impossibile) di formare degli artisti, ma di rendere ciascuno in grado di sviluppare un'idea e di poterla mettere in pratica attraverso l'utilizzo di linguaggi eterogenei. Il filo rosso delle azioni performative e installative che verranno presentate è stato il rapporto tra privato e pubblico, a partire dall'osservazione che la propria identità si costruisce e si raffina solo a partire dalla condivisione del proprio agire in una sfera più ampia, nel confronto critico con la comunità e i luoghi. La declinazione innovativa del progetto formativo ha fatto sì che, accanto al principale finanziamento dell'Assessorato alle Politiche Giovanili della Regione Marche, anche Confindustria Ancona - Giovani Imprenditori e la GGF Group abbiano deciso di sostenere l'iniziativa, che si avvale inoltre del patrocinio dei Comuni di Ancona e Macerata, dell'Università degli Studi di Macerata e del supporto tecnico dell'Amat.

www.visionidelcontemporaneo.com

fb: scuola del contemporaneo

per info: info@visionidelcontemporaneo.com / 3278223436

Credit Foto: Carla Giacchella
gonfiabili coccodrillo: Luca Luzi

The Hottest Rockin' Holiday on Earth!

Summer JAMBOREE

Esistono, nel mondo, dei festival capaci di creare un mondo a parte, un universo di significati e di rimandi culturali letti a posteriori. Il Summer Jamboree è uno di questi, con una particolarità: ogni suo aspetto è omaggio, dedica e desiderio di un'epoca già passata e vissuta rigorosamente al presente.

L'Award della Comunicazione è dedicato a questo cuore che batte nella rockin' town of Senigallia, all'evento che più di tutti fa

sognare, per tutto l'anno e grazie alla comunicazione curata da Alessandro Piccinini e alla grafica d'eccezione firmata Graffiti, di Angelo Di Liberto. Dal sito alla cartellonistica, la comunicazione del Summer Jamboree è un vero e proprio viaggio nel tempo: un tributo alla moda, ai colori e alla grafica degli

anni '50 grazie alle linee semplici e alle ricostruzioni ricche di dettagli.

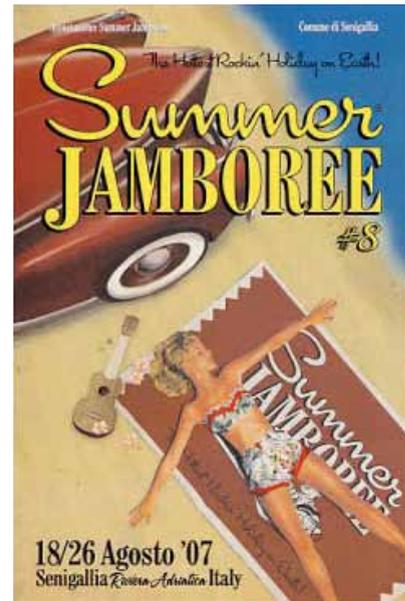
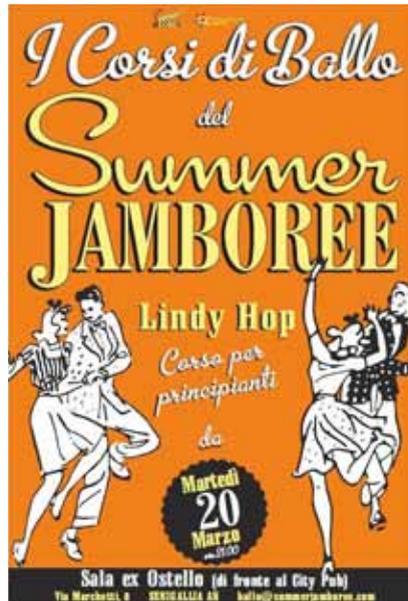
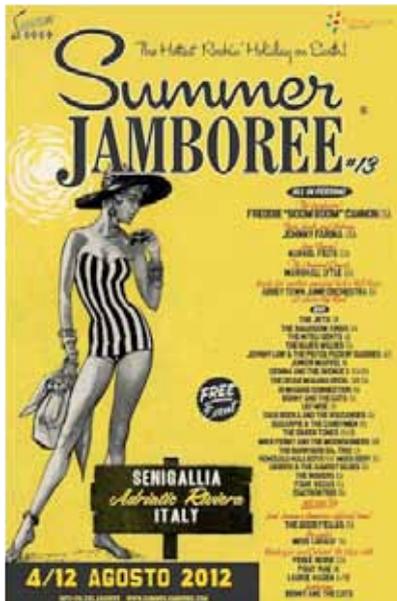
A partire dalla moda: occhiali a punta e costumi a strisce, calzini bianchi abbinati a gonne a campana, pantaloni a vita alta e reggiseni rigorosamente a punta, lunghe ciglia e rossetti rosso fuoco!

Nei manifesti spuntano macchine d'epoca e autobus d'annata, accanto a radio con le manopole. Il tutto, ovviamente, materializzato come per magia sulla spiaggia di Senigallia e nel suo stupendo Foro Annonario.

Per questi motivi, il Summer Jamboree è leggenda vivente: riprende i miti dell'epoca senza svilirli, ricrea le atmosfere della cartellonistica americana e dei club degli anni '50 con un tocco vintage molto attuale e fa l'occholino al burlesche con quella sana ironia che solo il rock più puro può avere.

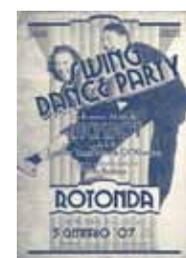
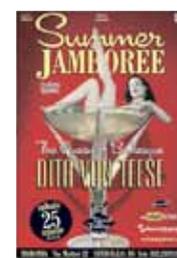


4/12 Agosto 2012 Senigallia



MANIFESTI D'ANNATA

Con una carrellata dei manifesti ufficiali del Summer Jamboree, si fa un salto nell'America del boom economico e del primo consumismo, tornando agli albori della comunicazione di massa. Un vero e proprio omaggio a quella strana innocenza che tutto permetteva, all'epoca in cui il fumo non faceva male e la luna era ancora tutta da conquistare!



Chef dal curriculum di esperienze davvero sorprendente! La sua passione per la gastronomia si è subito fatta strada da quando, tornato dalla Svizzera dove viveva con i genitori, ha scelto di frequentare l'Istituto Santa Marta di Pesaro, divenendo poi docente tecnico pratico della scuola stessa.

I GRANDI CHEF DELLE MARCHE LUCIO POMPILI

Chef proprietario del pluripremiato ristorante "Symposium 4 stagioni" di Serrungarina (PU), presidente dell'Associazione Cuochi di Marca, da lui fondata, che riunisce trentuno dei più rinomati ristoranti della regione. Sempre in prima linea per diffondere e valorizzare la cucina marchigiana d'eccellenza e punto di riferimento della cucina italiana contemporanea

a cura della Redazione

Che significato ha per lei l'Alta ristorazione?

"Qualità del prodotto, delle persone e dell'ambiente sono a mio avviso le regole di riferimento. L'alta ristorazione è ricerca del gusto, è un piatto equilibrato, degustato in un contesto piacevole, che evoca sensazioni ed emozioni positive, che rimanda a un sapere antico e ad una identità culturale ben precisa. Una ristorazione di qualità nasce, prima di tutto, da materie prime di alta qualità, dalla professionalità dello chef, dalla capacità di narrare con il cibo una vera e propria esperienza totale; sapori e strutture della tradizione si uniscono alla ricerca personale del cuoco che, nella disputa tra "grandi interpreti" e "creatori", deve essere entrambe le cose.

Come nasce un piatto nel suo ristorante?

"La nostra cucina è quella della tradizione, adeguata al gusto e alle esigenze attuali, con inserti di cucina regionale e nazionale a seconda della reperibilità dei prodotti. Un piatto nasce, molto spesso, per caso, dal racconto di un'anziana cuo-

ca o di un contadino. Cito come esempio "L'insalata di anguilla e guanciale di maiale, che fa parte del menu degustazione 'I nostri classici'. Nel lontano 1985, cercando un maiale per fare salumi, sono andato da un contadino del luogo, in località Rondina e, proprio mentre stavo trattando il maiale, arrivò il pescivendolo che, due volte alla settimana, andava a vendere a domicilio il pesce. Questo stimolò la mia curiosità e chiesi alla moglie del contadino quali pesci si mangiasse una volta in campagna quando il pescivendolo a domicilio, o il mercato non c'erano.

La risposta fu immediata: "I frutti del fosso dietro casa: granchi da fare in brodetto e anguille, stiletate sulla graticola con qualche fetta di goletta e una bella insalata". Tornato a casa, mi sono messo alla ricerca di un'anguilla e ho pensato che, una bella insalata sotto, filetti di anguilla sopra e qualche tocco di guanciale di maiale, spento con un buon aceto di campagna e un buon olio d'oliva, avrebbero dato vita ad un piatto eccellente. Così fu, tanto che da allora il piatto non ha più subito modifiche!".

Quanto è importante la selezione delle materie prime per fare ristorazione di qualità?

"Un prodotto di qualità è dato da una serie di caratteristiche; elementi fondamentali sono la tipicità, la stagionalità, le tecniche di lavorazione tradizionali, la versatilità, ma contribuiscono a definire ad esempio la qualità di un menù anche la denominazione, l'originale metodo di preparazione del piatto, l'equilibrio dei sapori e dei colori, gli abbinamenti migliori, le informazioni ai clienti sulle principali caratteristiche delle ricette preparate, il trasmettere al consumatore le peculiarità, la storia e la cultura gastronomica di un territorio... Insomma, un prodotto di qualità ha, a mio avviso, tutte queste caratteristiche insieme; è un'esperienza gastronomica di vita e di ambiente! Nella nostra struttura sono i clienti stessi che vanno alla ricerca di prodotti, come il piccione del contadino, che sono anche commissionati da noi".

Cosa riterrebbe opportuno modificare nell'offerta turistico/ristorativa per rispondere, in maniera sempre più effica-



ce, alle richieste del mercato italiano?

“Gli elementi di attrazione nel nostro Montefeltro, come in tutta la provincia di Pesaro-Urbino, sono il paesaggio e la cucina e dunque, bisogna partire da questa promozione! La nostra cucina ha una varietà, un gusto e una completezza non facile da trovare in altre regioni; abbiamo una costa con un pescato eccezionale, valli con grandi ricchezze di ortaggi, frutta e verdura, pescatori di collina, un entroterra montano straordinario per i pascoli (ricordiamoci che la razza bovina Marchigiana è nostra), prodotti del bosco come funghi, tartufi selvaggina, erbe aromatiche. In provincia abbiamo ancora il contadino che alleva polli, maiali, fa il salame...c'è una filiera più integra. Quindi progettare il turismo da noi significa, a mio avviso, recuperare la filosofia dei nostri territori, la nostra storia, le nostre tradizioni, le nostre radici culturali, tornare insomma alla terra, agli scenari agresti, ad una cucina gastronomica capace di creare un imprinting di gusto, lontano dalla globalizzazione e dall'industrializzazione.

Occorre fare marketing del territorio per

realizzare un turismo di qualità attraverso il veicolo enogastronomico che da noi, è vitale; una qualunque iniziativa di promozione dovrà riferirsi a tutti i settori: dal turismo alla formazione professionale, alla valorizzazione dei prodotti enogastronomici tipici, autoctoni e di ricette antiche o quasi perse, al recupero e restauro di vecchie e fatiscenti strutture, ai servizi. L'associazione Cuochi di marca, di cui io sono il presidente, sta collaborando con le istituzioni della provincia di Pesaro-Urbino e della regione Marche per l'attuazione di un progetto, coerente e articolato, di promozione turistica esportabile in altre province dell'intera regione e che verrà presentato a Milano in occasione dell'Expo' 2015. Esso prevede una revisione strutturale di tutto il comparto turistico regionale andando ben oltre gli obiettivi propri dell'Associazione, comunque, sempre promuovendo e sostenendo il territorio attraverso la cucina, o meglio la "cucina gastronomica" che sono due cose diverse”.

In qualità di insegnante di scuola Alberghiera, quanto ritiene che la formazione

sia importante per la crescita professionale dei futuri operatori del settore?

“E' la scuola di base, è quella formazione indispensabile per scoprire se potrai mai avere la passione per questa professione, dalle grandi soddisfazioni, ma molto impegnativa, quanta "gavetta sei disposto a fare" per fare della cucina e della ristorazione di qualità la tua arte. Per concludere, ritengo che la formazione debba porsi l'obiettivo di dare vita a una figura professionale dinamica, capace di inserirsi con metodo in un territorio, che sappia entrare in relazione sinergica con le strutture che ha attorno a sé, con le istituzioni pubbliche e private locali (comprese scuole e università) per la valorizzazione e la promozione del territorio, che sappia individuare e riconoscere le caratteristiche organolettiche dei prodotti tipici, con particolare attenzione alla qualità, che sappia "raccontare" e promuovere, consapevolmente, con tecniche e strumenti comunicativi adeguati, i prodotti eno-gastronomici e la cultura dell'area geografica in cui opera, a una clientela locale, nazionale ed internazionale”.



OLIMPIADI 2012

Tutti pronti per Londra: a Portonovo l'abbraccio delle Marche agli atleti olimpici. Istituzioni, mondo sportivo, campioni di ieri e di oggi tutti insieme per salutare gli atleti in partenza per Londra. L'omaggio della Regione agli Azzurri: la bandiera delle Marche da portare, speriamo, sul podio

È stato un grande abbraccio quello che ha circondato gli atleti marchigiani in partenza per i Giochi Olimpici di Londra: quindici in tutto, 12 per le Olimpiadi e tre per le Paraolimpiadi. A Portonovo, nella splendida cornice del Fortino Napoleonico, il 6 giugno scorso si sono incontrate le istituzioni, gli atleti di oggi, i campioni di ieri e tutto il mondo sportivo. A 51 giorni dall'inizio delle Olimpiadi, le Marche hanno salutato così i propri campioni.

A rappresentare le istituzioni marchigiane il presidente della Regione Gian Mario Spacca, il vice presidente del Coni Marche Germano Peschini, il sindaco di Ancona Fiorenzo Gramillano. Di altissimo livello la presenza degli atleti qualificati ai giochi, in rappresentanza dei marchigiani che saranno a Londra. A Portonovo insieme alla portabandiera italiana Va-

lentina Vezzali, c'erano Elisa di Francisca (scherma), Julieta Cantaluppi e Paolo Ottavi (ginnastica), Massimo Fabbrizi (tiro a volo) e i campioni paralimpici Giorgio Farroni e Andrea Cionna. Non ha potuto essere presente fisicamente, ma ha voluto esserci lo stesso Filippo Magnini, che si è collegato telefonicamente con il conduttore della serata Andrea Carloni. "Questi atleti rappresentano benissimo le nostre doti di marchigiani - ha dichiarato il presidente della Regionale Marche Gian Mario Spacca - e per questo abbiamo deciso di regalare loro la bandiera della Regione, perché la portino a Londra e, speriamo, sul podio insieme a quella italiana.

Piccole ma tenaci, le Marche sono, infatti, pronte per Londra. La passione e la forza degli atleti olimpici marchigiani saranno messi a disposizione dei colori

azzurri per arricchire, ce lo auguriamo, il medagliere olimpico. Siamo una regione d'eccellenza in numerosi campi, compreso quello sportivo. È nel carattere della nostra gente la voglia di migliorarsi, di competere, di vincere le sfide più difficili.

Atteggiamenti che verranno sicuramente amplificati dal fascino olimpico che centuplica le forze e che spinge a raggiungere i traguardi, alla vigilia, più difficili. Sono 50 le medaglie che i marchigiani hanno conquistato, negli anni, nelle varie discipline olimpiche, alle quali hanno già partecipato cento atleti (di cui dodici paralimpici) nelle varie edizioni del più grande e atteso appuntamento sportivo mondiale.

A Londra, quest'anno, avremo anche il privilegio e l'onore di annoverare un'atleta marchigiana quale portabandiera

della delegazione italiana ai Giochi Olimpici. Valentina Vezzali è la sintesi perfetta di tutto quanto le Marche sanno dare allo sport nazionale. È stata testimonial della Regione, ora lo sarà dell'Italia intera. Ai 15 atleti marchigiani in procinto di volare a Londra, il saluto e il caloroso sostegno da parte dell'intera comunità regionale".

"Oggi abbracciamo tutti insieme i nostri campioni, di ieri e di oggi – ha detto il vice presidente del Coni Marche Germano Peschini – Istituzioni, sportivi, appassionati, seguiremo gli olimpici di Londra con passione e siamo certi che daranno il massimo sui campi di gara. Oggi è anche l'occasione per sottolineare come per lo sport remiamo tutti unitamente nella stessa direzione, la Regione Marche, il Coni Nazionale, noi del Coni Marche: con questo incontro, con il libro e la mostra 'Le Marche a 5 cerchi', con la nuova legge regionale sullo sport, varata 3 mesi fa".



*A cura di
Maraviglia viaggi
www.maravigliaviaggi.it*

PER STACCCARE LA SPINA

SOLUZIONI MID BREAK

APPARTAMENTI MADRES-ISOLA DI MYKONOS (1 km dalla spiaggia di Megali Amnos)

In stile cicladico, la struttura assolutamente confortevole vanta un'ottima posizione: si trova, infatti, nel centro di Mykonos città e quindi direttamente nel cuore della scatenata movida dell'isola. Durante il giorno potrete passeggiare nelle viuzze del centro e dedicarvi allo shopping più sfrenato. La sera poi, dopo un aperitivo e una cena greca, lasciatevi andare in uno dei cocktail bar o in qualche discoteca della Little Venice, vero punto di ritrovo di Mykonos.

VOLI DA MILANO MALPENSA, ROMA FIUMICINO, BOLOGNA,
BERGAMO, VERONA
PARTENZE DI LUGLIO: PREZZI A PARTIRE DA € 489,00

SOLUZIONI LONG BREAK

HOTEL CHESTERFILED SOUTH BEACH MIAMI (a 150 m. dalla spiaggia)

Miami è famosa soprattutto per le sue splendide spiagge, ma offre anche molti altri spunti per una visita. Una delle parti più famose della città è South Beach, la cui via principale è la Ocean Drive, ricca di negozi e di locali. La particolarità di South Beach è anche l'architettura in stile Art Decò. Da vedere è sicuramente il quartiere di Coconut Grove, oggi zona residenziale, Little Havana con la sua atmosfera caraibica e Flager Street, una delle vie principali della città e la vivace zona del porto, che potete raggiungere passeggiando tra i grattacieli di Downtown, il quartiere finanziario di Miami. La struttura semplice, ma dotata di ogni comfort, è situata sulla Collins Avenue, parallela di Ocean Drive con cui delimita il centro nevralgico dell'intrattenimento e del divertimento. Il pacchetto comprende volo + transfer + 2 notti in hotel in solo pernottamento

VOLI DA MILANO MALPENSA E ROMA FIUMICINO
PARTENZE DI LUGLIO: PREZZI A PARTIRE DA € 679,00
SPECIALE PROMO PER GIOVANI UNDER 28 ANNI SCONTI A PARTIRE
DA 150,00 PER PERSONA

*info su: www.maravigliaviaggi.it
Tel. 071 206402*



LE PROPOSTE **WEEKEND** DI MARAVIGLIA A DUE PASSI DA CASA TUA



La storia tra gusto e relax

Dal complesso restauro di un antico convento, nasce il nuovo boutique hotel Palazzo dei Mercanti, in pieno centro ad Ascoli Piceno: perfetto per concedersi un meritato riposo al termine di una visita alla città delle 100 torri. Completa l'esperienza l'antica cantina scavata nel travertino di Villa Cicchi all'interno della quale gustare una cena romantica alla scoperta di sapori tipici. **Il pacchetto comprende: 1 notte in BB in boutique hotel, room service incluso + 1 ingresso all'area benessere con sauna, bagno turco, idromassaggio, docce emozionali, angolo the e tisane + 1 cena in cantina, 2 calici di vino di produzione propria inclusi.**

107 euro a persona. www.maravigliatravel.it.



Perfetta simbiosi di gusto e natura

In sella al vostro destriero, lasciate che gli occhi si perdano nel panorama fino all'orizzonte del Mar Adriatico. Una splendida passeggiata a cavallo abbinata ad una notte con cena in hotel dove respirare aria pura e godere di quiete e relax. E per saziare il palato una ricca cena da gustare nelle sere d'estate al riparo delle mura fortificate di Serra San Quirico. **1 notte in BB in boutique hotel, room service incluso. Il pacchetto comprende: 1 notte in BB c/o Hotel San Vicino + 1 cena in hotel, bevande escluse + 1 escursione a cavallo della durata di 1 ora nella splendida cornice del Monte San Vicino + 1 pranzo, bevande incluse, a base di tipicità regionali c/o il Ristorante Le Copertelle di Serra San Quirico (AN)**

107 euro a persona. www.maravigliatravel.it.



Charme e benessere

Nella splendida location del borgo marinaro di Civitanova, un intimo rifugio dal design esclusivo. L'utilizzo di materiali puri e pregiati crea un'atmosfera elegante e garantisce massimo comfort nell'antico cuore della città. Stesso livello di comfort e benessere sono alla base del percorso relax all'antico Uliveto dove abbandonarsi a note di piacere puro grazie al massaggio corpo effettuato da mani sapienti. **Il pacchetto comprende: 1 notte in BB in borgo storico + 1 percorso benessere con piscina, idromassaggio, Kneipp, sauna bagno turco, bagno romano + 1 massaggio parziale da 30 minuti c/o Centro Benessere Shusa L' Antico Uliveto.**

116 euro a persona. www.maravigliatravel.it.



Gusto, arte e scienza

Adagiata su una collina che guarda la valle del Metauro la cinquecentesca Villa San Martino propone le sue sette camere che hanno i nomi delle Pleiadi ed evocano sere stellate e lo stretto legame con l'attiguo museo del Balì, dotato di un osservatorio e un planetario attivi tutto l'anno. Nota di charme: la cena al ristorante stellato Symposiun 4 stagioni dove con autentica passione lo chef Pompili introduce i suoi ospiti ai segreti culinari della terra e del bosco. **Il pacchetto comprende: 1 notte in BB in dimora storica + 1 ingresso all'annesso Museo del Balì + 1 cena gourmet, bevande escluse al Ristorante Symposium di Cartoceto.**

126 euro a persona. www.maravigliatravel.it.

I VIAGGI DI MICHELA

Michela Rossi (classe '79) è una sognante anima esploratrice, che attualmente lavora come Product Manager presso Maraviglia Tour Operator. L'appuntamento mensile con la sua rubrica è occasione di scoperta, attraverso i suoi occhi e le sue emozioni, di angoli meravigliosi e talvolta poco conosciuti delle Marche.

Miei cari lettori, sono davvero felice di scoprire che siete in molti a seguire appassionatamente la rubrica e le mie avventure di viaggio tra gli angoli nascosti delle Marche! Vi anticipo che nel prossimo numero con grande piacere darò spazio al racconto di alcuni lettori che desiderano anche loro condividere le proprie emozioni con il pubblico di Mondo Lavoro. In questo numero, invece, ecco a voi un nuovo racconto estratto dalla mia "valigia delle meraviglie".

Ero di ritorno da un viaggio di lavoro da direzione Rimini e, lasciando alle spalle il profilo alto e murato del Castello di Gradara, scendevo lungo Gabicce Mare verso Pesaro-Ancona. Il sole iniziava a scendere all'orizzonte, quando mi son detta: ← Da questa strada si dovrebbero raggiungere i Colli del San Bartolo. La chiamano "Panoramica Adriatica". Il nome mi ispira. La luce è quella giusta....→. E fu così che uscii dalla SS 16 e imboccai la salita verso Gabicce Monte. Sapevo di questa strada come di un percorso panoramico che corre sulle falesie del Parco naturale del Monte San Bartolo, offrendo suggestive vedute sul mare dalla ripida collina che scende verso la spiaggia e bellissime ville storiche con giardini signorili nascoste tra queste campagne. Qualcosa di simile ma al contempo diverso dal più noto Monte Conero. Qualcosa che dovevo scoprire e

"assaporare", perché l'emozione nel descrivere non è mai la stessa come quando si vive col cuore certi paesaggi.

E di fatto fu così. I paesaggi che mi sono rimasti nel cuore sono quelli delle strette viuzze che si imbroccano non appena passata la piazzetta di Gabicce Monte. Una serie di tornanti che offrono la sensazione quasi di camminare attraverso i sentieri di un bosco. A tratti si perde la vista dell'orizzonte e sembra proprio di essere nel pieno di una foresta di media montagna. Poi all'improvviso si riapre la visuale e lo sguardo viene catturato dal vuoto di un ampio strapiombo sul mare, cui fa specchio dall'altro lato lo scorcio di una bellissima campagna, dolce e ben curata. In lontananza il borgo di Gradara e uno sfondo sfumato di montagne del Montefeltro. Proseguendo così, di tornante in tornante, ad un certo punto si giunge a un delizioso mucchietto di case. "Benvenuti a Fiorenzuola di Focara" annuncia il cartello stradale.

Il paese, di origine medievale, sta appollaiato sull'alto della falesia. Il nucleo antico è cinto da mura dal lato di terra e vi si accede da una porta sulla quale stanno scritti ben visibili i versi di Dante: " ". Oltre la porta le vie salgono fra case pittoresche verso il campanile, davanti al quale si riapre il vuoto dello strapiombo sotto. È in assoluto uno degli angoli più affascinanti del San Bartolo! Consigliato a tutti gli spiriti più romantici!

Se invece siete in vena di "cultura all'ita-

liana", non lasciatevi sfuggire una visita alle meravigliose ville storiche di Villa Caprile e Villa Imperiale, che sorgono proprio su questi declivi, pochi chilometri più avanti. Si tratta di una serie di ville signorili con curatissimi giardini all'italiana, costruite a partire dal XV secolo per i Signori di Pesaro del tempo e tutt'oggi visitabili in tutto il loro splendore. Villa Imperiale è la più antica e più importante fra le due. Un'opera eretta ai tempi degli Sforza (nel Quattrocento), come fortezza, e poi ampliata e rimaneggiata in epoca roveresca, come residenza di villeggiatura a "delizia dei duchi e della corte". Oggi ha l'aspetto di un'elegante villa incastonata nel bosco, in perfetta simbiosi con la natura circostante. Per scorgerla bisogna percorrere strettissime viuzze tra i declivi boschivi più a sud del Parco, a 5 chilometri da Pesaro. Dal bosco, ubicato nella parte più alta, si scende al grande terrazzo superiore con un tipico curatissimo giardino all'italiana, e da qui al giardino-limonaia; poi si scende ad un cortile fiorito attraverso il quale si entra, per un'elegante loggia, all'interno del palazzo, ad ammirare stupendi cicli di affreschi tra scene idilliache e rappresentazioni di potere.

Oggi la proprietà, riconosciuta tra le più belle ville d'Italia, è in mano ad una illustre famiglia che ha il merito di aver riportato all'antico splendore questi spazi dopo secoli di abbandono e di aver compiuto un'opera di restauro straordinaria

DOVE MANGIARE:
Ristorante La Canonica
Via Borgata, 20
61100 Casteldimezzo (PU)
Tel. 0721.209.017
www.ristorantelacanonica.it

L'Osteria
Piazzale Europa, 6
61100 Baia Flaminia (PU)
Tel. 328.596 0765

Ristorante Mastin Vecchio
Via Dante Alighieri, 5
61012 Gradara (PU)
Tel. 0541-964024 – 335.294470
www.mastinvecchio.com

Locanda Quinto Canto
Via Umberto I
61012 Gradara (PU)
Tel. 0541 969268
locandaquintocanto@libero.it

DOVE DORMIRE:
Hotel Posillipo Gabicce Mare
Via Dell Orizzonte 1
61011 Gabicce Mare (PU)
Tel. 0541.953373
www.hotelposillipo.com

La Loggia Di Gradara Relais ****
Via Dante Alighieri, 2
61012 Gradara (PU)
Tel. 0541.964154
www.laloggiagradara.it

Hotel Excelsior *****
Lungomare Nazario Sauro 30/34
Pesaro
Tel. 0721 630011
www.excelsiorpesaro.it

e con pochi eguali. La famiglia ha l'invidiabile piacere di poter vivere in un luogo tale, ma, badate bene, almeno in un giorno a settimana concede al pubblico l'onore di condividere il suo gioiello per visite guidate.

Poco distante da Villa Imperiale, altra opera di grande valore e unicità è Villa Caprile. L'elemento che più la contraddistingue sono i suoi particolari giardini all'italiana con antichi giochi d'acqua. Questa è una delle uniche tre ville in tutta Italia dove il meccanismo dei giochi d'acqua è ancora funzionante e autentico e, nel periodo estivo, offre un vero spettacolo (oltre che un'occasione di rinfrescarsi divertendosi...) ai suoi visitatori. Credo che la gente del luogo ami davvero molto questo posto. A trasmettere questa sensazione è stata la particolare e vivace accoglienza che mi ha offerto un ragazzo del luogo mentre mi accingeva a percorrere il viale d'accesso alla villa e leggevo la targa all'ingresso per sincerarmi di essere entrata dalla parte giusta. "Sono già riaperti i giardini di Villa Caprile?!" mi chiede con tono entusiasta e curioso. Io rispondo: "Non saprei, spero di sì". "Oh! Sono fantastici! Io qui ci ho festeggiato il mio matrimonio e ogni tanto d'estate torno, perché sai, quando i giochi sono funzionanti ci si può fare persino il bagno! Anzi, vado a prendere il costume." "Caspita che entusiasmo! - mi sono detta - Devono essere proprio belli!".

E infatti aveva ragione. Quei famosi giochi d'acqua sono propri simpatici! Una sorta di percorso con esche e trappole, dove le esche sono gli ornamenti floreali, fontane, sedute e punti panoramici che attraggono l'attenzione, mentre le trappole sono i meccanismi, azionati da qualcuno complice o automaticamente tramite contrappesi, per generare spruzzi d'acqua a sorpresa. Che mattarelli che erano quei nobili! Una sorta di beata spensierata innocenza, a diletto del loro "otium" e a utile rimedio contro la calura estiva che, quasi quasi, questi giorni non ci dispiacerebbe...

Buona avventura e alla prossima!

Scrivi a:
m.rossi@maravigliatravel.it
I racconti e le foto più belle saranno pubblicati.



NASCE **GUSTO&MARCHE**: I PRODOTTI MARCHIGIANI PRENDONO IL VOLO

Oltre 20 marchi prestigiosi dell'enogastronomia regionale in vendita all'aeroporto di Falconara

di Fabio Lo Savio

Si chiama semplicemente GUSTO & MARCHE il punto vendita delle tipicità agroalimentari marchigiane che ha aperto i battenti ed è già attivo all'interno dell'area partenze dell'Aeroporto di Ancona-Falconara. Nel nome di questa intuizione vi sono condensati i due concetti principali, quello che caratterizza da sempre la tipicità dell'enogastronomia marchigiana con i suoi sapori, le sue unicità ed appunto il suo gusto, ma anche il riferimento alla nostra terra ed all'appartenenza territoriale che accomuna tanti prodotti di altissima qualità made in Marche.

"GUSTO&MARCHE rappresenta una vetrina sul mondo delle eccellenze enogastronomiche marchigiane e delle produzioni tipiche certificate - spiega Simone Baleani, noto Chef del Ristoran-

te "Il Molo" di Portonovo di Ancona - che testimoniano la nostra grande passione per la terra marchigiana ed i suoi "frutti", ma soprattutto della grande varietà e della straordinaria eccellenza che consente di rendere speciale ogni piatto realizzato con questi prodotti".

Gusto&Marche è destinato a valorizzare certamente l'area commerciale dell'Aeroporto offrendo un servizio di alta qualità al cliente/passeggero. Il punto vendita infatti sarà a disposizione sia dei passeggeri in partenza che dei residenti della zona che vorranno acquistare prodotti dell'eccellenza nostrana.

"La marchigianità accertata negli ingredienti e nei prodotti finiti, l'eccellenza nella qualità di prodotto/filiera - aggiunge Samuele Piersantelli, responsabile commerciale di Gusto&Marche e grande

conoscitore di tutto il territorio regionale - rende la nostra proposta unica nei suoi abbinamenti." "Dal vino ai dolci, ai legumi, all'olio, ai salumi, alla pasta, al miele, al tartufo: il paniere dei prodotti è totalmente made in Marche" - ha concluso - anche se stiamo studiando anche un corner con tipicità extra marchigiane la cui origine verrà indicata anch'essa molto chiaramente, convinti che l'aeroporto di Ancona-Falconara vanta un bacino di influenza maggiore di quello circoscritto ai confini regionali, soprattutto per alcune destinazioni".

La trasportabilità è un requisito fondamentale per consentire agli acquirenti in partenza dall'aeroporto di Falconara verso le proprie destinazioni di portare con sé i propri acquisti. Ecco quindi che le specialità alimentari proposte privi-



legiano il formato mignon anche per un eventuale consumo immediato in attesa della partenza del volo, ma anche per considerare la necessità di rendere trasportabili gli acquisti che presto saranno tutti fruibili anche attraverso il sito web nel quale sarà attivo un servizio di e-commerce. Direttamente dal negozio o una volta giunti a destinazione, sarà possibile ordinare i prodotti toccati con mano all'aeroporto così come comporre una "Marche box" alimentare ideale per tutti i palati.

Contestualmente all'inaugurazione di Gusto&Marche, ha aperto i battenti anche l'attigua "Pizzeria GUSTO&MARCHE", una prima diversificazione merceologica del marchio principale con l'intento di soddisfare anche le esigenze di un target che predilige il take away per gusto o per

necessità ma nel medio periodo potrebbero nascere altre iniziative destinate a completare l'offerta.

Sotto l'aspetto marketing, merchandising e della promozione del locale e del suo marchio, il progetto è curato da Massimiliano Montesi. "Gusto&Marche rappresenta una vetrina con una superficie di 20mq sul mondo delle eccellenze enogastronomiche marchigiane a copertura di tutti i segmenti merceologici e sicuramente delle produzioni tipiche certificate", ha detto. "Abbiamo deciso di investire e scommettere sul progetto di riqualificazione dell'aeroporto di Ancona che prevede una valorizzazione dell'area commerciale, così da offrire un servizio maggiore alla clientela costituita da un target medio alto composto continuamente da imprenditori e operatori

commerciali che si somma alla punta di presenze del target dei viaggi di piacere o di studio. Le nuove destinazioni già annunciate dalla direzione di AerDorica - ha aggiunto - ci consentiranno di intercettare mercati quasi inesplorati per le tipicità marchigiane. Abbiamo fatto una prima selezione dei prodotti principali tra quelli di eccellenza - ha concluso Montesi - ma anche altri fattori sono importanti per poter entrare a far parte del già ricco paniere: un packaging accattivante, la disponibilità almeno in inglese delle etichette identificative dei prodotti e, da non sottovalutare, che il confezionamento sia adatto ad essere trasportato nel rispetto delle norme igienico-sanitarie e di sicurezza".

ITINERARI DEL GUSTO



RISTORANTE CASTEL DI LUCO

Località Castel di Luco
63040 Acquasanta Terme (Ascoli Piceno)
Tel. 0736 802319
info@casteldiluco.com

Castel di Luco, immerso nella quiete dei boschi e nella semplicità della vita rurale, vi accoglie attraverso una scala ricavata nella roccia, nei suoi ambienti ricchi di storia. Laura e Francesco, i giovani proprietari, hanno realizzato all'interno del castello, che conserva ancora la sua struttura originaria, un ristorante con stanze affrescate dove è possibile, su prenotazione, gustare i genuini sapori della gastronomia locale. Il ristorante ha 50 coperti ed è chiuso domenica sera e lunedì.



ANTICO BORGO RISTORANTE

Località Piagge, Arcevia (AN)
0731 983001
www.antico-borgo.it

In posizione strategica tra il mare di Senigallia e i Sibillini, l'Antico Borgo è una struttura in cui viene esaltata la fusione tra moderno e tradizione. Il ristorante trova dimora infatti in un casolare del XIV sec. finemente ristrutturato e riaperto nel 2010. Questo grazie alla volontà dei proprietari di origine italiana ma nati all'estero, appassionati di cucina e di viaggi. Il frutto del loro pensiero è una cucina sperimentale, ovvero l'unione ai prodotti tradizionali della nostra regione di pietanze e spezie provenienti da tutto il mondo, con variazioni di menù a cadenza settimanale per creare un'offerta sempre variata di piatti e ricette. Utilizzando tecniche di cottura a basse temperature per lunghi tempi lo chef riesce a preservare i sapori e la consistenza naturale dei cibi. Assolutamente da non perdere il coniglio in porchetta con mele e rosmarino e la noce di vitello marchigiano con salsa di senape di Dijon.



IL PICCIOLO DI RAME

Loc. Castello Vestignano - Fraz. VESTIGNANO
CALDAROLA (MC)
Tel. 348.3316588

Il Picciolo di Rame è un piccolo ristorante ambientato in un frantoio del 1500 situato in una torre della cinta muraria del Castello di Vestignano, nel Comune di Caldarola. Ha solo 5 tavoli, per una capienza massima di 25 persone e lavora esclusivamente su prenotazione proponendo piatti della tradizione culinaria maceratese. Da non perdere la minestra di riso con ossa della schiena di maiale: una vera leccornia.



TRATTORIA LA QUINTA

Viale Adriatico, 42
61032 Fano (PU)
Tel. 0721 808043

Già nel 1981 Luigi Veronelli, consigliava senza esitazione di fare tappa nel ristorante di pesce della trattoria Quinta. Siamo nella città di Fano e Quinta Darpetti negli ultimi cinquant'anni non ha fatto altro che onorare il miracolo quotidiano della pesca, cucinando per gli stessi pescatori - oltre che per tutti gli avventori e viandanti stanchi - con il preciso fine di celebrare la semplicità e la genuinità proponendola sotto forma di cucina economica: passatelli con sugo di sogliola e risotto ai frutti di mare come primi piatti, brodetto alla fanese e grigliata mista come secondi. Assolutamente da non perdere.

Si
com te

Superstore

Si
com te

Supermercati

Si
com te

Market



I punti vendita associati CE.DI. Marche, presenti principalmente nella regione Marche e nella provincia di Teramo, hanno assunto la propria identità e autonomia per essere ancora più vicini ai clienti e valorizzare il forte legame socio-economico con il territorio che da sempre li caratterizza.

Una "filiera" corta che permette agli esercenti di essere più liberi nel rispondere alle diverse esigenze, legate ai gusti locali e soddisfare meglio i clienti.

Essere più vicini ai consumatori significa contenere i prezzi, migliorare il servizio e la qualità dei prodotti, soprattutto quelli freschi e locali.

Una scelta a favore dei tantissimi clienti soddisfatti che ogni giorno continuano a sceglierci e affermano che effettuare gli acquisti nei nostri supermercati **Si, è una Spesa che Vale!**

Si
com te

Si, la Spesa che Vale!



LUDOPATIA OVERO MALATTIA DA GIOCO

di Mario Timio

Chi non conosce la vicenda di Aleksej Ivanovic, "Il Giocatore" descritto mirabilmente da Dostoevskij 150 anni fa? Aleksej è un accanito giocatore d'azzardo che perde tutti i suoi averi per inseguire sogni di ricchezza, trasformati in nera miseria. Anche quando esce di scena dopo aver giocato e perso l'ultima moneta trovata casualmente nel taschino del panciotto, rimanda "a domani" la sua definitiva redenzione. Sì, rimandare a domani è sempre il proposito del giocatore incallito, ieri, oggi, sempre... Chi di noi non ha mai giocato d'azzardo? Pochi spiccioli o tanto denaro, talvolta in modo compulsivo. Ed è qui lo snodo che, come la vicenda di Aleksej, sta coinvolgendo in questi tempi la nostra società. Si gioca per svago, ma in fase di recessione si scommette anche pesantemente. Fino ad esserne schiavi. Fino a diventarne dipendenti. Ed allora il gioco trapassa nella malattia, allo stesso modo di altri tipi di dipendenza come l'alcool o la droga. Tant'è vero che già è stata data un'etichetta: ludopatia, cioè malattia da gioco d'azzardo. Situazione devastante che in

Italia si stima coinvolga già un milione di persone ed un altro milione è a rischio di cadere nella trappola. La metà degli interessati sono giovani in pole position davanti alle slot machine vecchie e nuove (videolottery), al gratta e vinci, alle scommesse sportive, ai giochi a pronostico (come il Totocalcio) con una spesa procapite di oltre 500 euro. Ma ci sono anche gli adulti, molti adulti, che abitualmente hanno una maggiore disponibilità economica e azzardano di più. Con risultati spesso devastanti. Dilapidando ricchezze, distruggendo famiglie, tentando suicidi talvolta riusciti, talvolta no. La cronaca è tristemente esuberante. C'è chi ha venduto i gioielli della moglie, chi la feduziale, chi ha contratto debiti. Comunque tutti accomunati dall'assenza dalla famiglia, assenti di fronte alla malattia dei propri cari, assenti negli ospedali per visitare figli o moglie, assenti anche nella non condivisione dei momenti felici. In ogni caso sempre dolori e lacrime, perché sempre ed ovunque assorbiti dal gioco. Internet complica tutto, poiché la dipendenza da web sta prepotentemente

entrando nelle nostre case. Per giocare su internet basta pochissimo: una carta di credito e un collegamento alla rete e il giocatore può restare in solitudine a perdere soldi. Occorre sorvegliare per non avere tanti Aleksej affetti da ludopatia nelle proprie abitazioni. Ma si può combattere la ludopatia? Sì, come ogni stato di dipendenza. Intanto il Ministro della Salute Renato Balduzzi ha garantito un "decreto interdirigenziale", annunciando che i malati di gioco saranno presi in carico dal Servizio Sanitario Nazionale e la ludopatia sarà curata secondo le regole che ogni patologia richiede. La malattia sarà inserita - ha spiegato il Ministro - "nell'aggiornamento dei Livelli Essenziali di Assistenza (LEA), in modo da garantire il giusto percorso di prevenzione, cura e riabilitazione". Ma alcune strutture si sono già attivate. L'Asl di Oristano, che ha considerato la ludopatia una emergenza sanitaria, segue da tempo già oltre duecento malati, conducendoli gradualmente fuori dalla spirale del gioco d'azzardo. In Lombardia in ogni Centro Salute è attivo, con risultati apprezzabili, un ser-

vizio in ascolto e in aiuto di persone con malattia da gioco. Nelle Marche si segue un identico iter con l'individuazione di ambulatori pubblici e privati in grado di risolvere i problemi dei ludopatici.

C'è di più. Esistono associazioni, sulla scia di analoghe iniziative sorte negli Usa, che aiutano i malati compulsivi dei giochi d'azzardo ad uscire dal tunnel devastante della loro vita e dei propri familiari. Una di queste è "Giocatori Anonimi", costituita da persone che mettono in comune esperienza, forza e speranza per aiutare gli altri a recuperare dalle puntate d'azzardo. Il punto essenziale, come scritto a caratteri cubitali nei depliant che circolano tra i ludopatici, è dire tutto al partner che inevitabilmente sta soffrendo per la malattia dell'altro. Niente bugie. Per i debiti, per le ricadute, per le promesse mai

mantenute alla Aleksej di Dostoevskij. Dalle prime esperienze sembra che l'iniziativa funzioni bene: l'essenziale è crederci per continuare con speranza ad uscire dalle spire del gioco d'azzardo.

E' stato attivato anche il numero verde 800.921121, al quale ognuno può rivolgersi per chiedere aiuto. L'iniziativa è del Servizio Dipendenze Governative in collaborazione con l'Associazione Nazionale "Gioco Responsabile", a testimonianza che anche le istituzioni si stanno muovendo di fronte al problema del gioco compulsivo. Resta da eliminare la pubblicità di casinò on line, gratta e vinci e giochi analoghi "governativi" durante le ore di programmazione formato famiglia, cioè dalle ore 7 alle 22.. E' una battaglia di civiltà.



CENTER IMPIANTI S.N.C.

di Barocci L. e Giantomassi M.

- Impianti elettrici
- Automazioni
- Sistemi di sicurezza

Via Galvani, 2 - 60020 CAMERATA P. (AN)
Tel. e Fax 071.7499997

center.impianti@virgilio.it
cell. 333.8824843



Neutro o Fluo?

Benvenuti nell'era del colore e delle tonalità imprevedibili. Per arredare, rilassare e sorprendere. O, semplicemente, creare il nido chiamato casa.

L'atmosfera dell'appartamento? Più che dall'arredamento in sé è decisa dai colori e, dopo anni di bianco assoluto, le ultime due stagioni sono caratterizzate da una palette di colori così vasta da creare imbarazzo nella scelta. Dalle vernici per pareti interne alla carta da parati, dall'arredamento del salone agli accessori per bagno e cucina, i colori sono forti e brillanti o pastello e sfumati, per personalizzare più che mai gli spazi con giochi e combinazioni audaci - alcune non molto sostenibili nel tempo. Ritornano in auge giallo, verde e fuxia, meno usati nel passato riproposti oggi in modo indifferenziato per sedute e divani, mobili da cucina, living e accessori di ogni genere. Così, pezzi storici della collezione poltrone Frau sono stati rivisitati con toni pastello e la celebrata sedia Thonet ringiovanita con decisi colori flou.

Il legno naturale di sedie e tavoli è abbinato a verniciature con colori brillanti e solidi, la plastica trasparente diventa un acquarello. I fluorescenti sono accostati ai grigi e neri, mentre i divani diventano cuscini o pouf colorati da assemblare a gusto personale. Le stampe geometriche e floreali sono ritornate più che mai nei tessuti da arredamento e nelle carte da parati, dal gusto anni '70 e ispirazione vittoriana. Riproduzioni fotografiche di animali, paesaggi o dei componenti della nostra famiglia, possono ricoprire pannelli divisorii, porte scorrevoli o ante di armadi.

Sicuramente di questi tempi un po' di ottimismo aiuta, conferisce novità e freschezza, ma poi questi colori e stampe ci stancheranno? Saremo pronti a ricolore periodicamente mobili e pareti secondo le tendenze più aggiornate? O for-





se meglio creare spazi interni all'insegna del timeless, con colori nuovi ma neutri, che non stancano così velocemente e che ci aiutano a vivere la casa come spazio intimo e rifugio rilassante?

I toni caldi del grigio e del beige - spago utilizzati per dipingere i muri interni di casa creano una atmosfera soft e affascinante e sono l'ideale passepartout per accogliere qualsiasi colore di mobili e oggetti: si abbinano perfettamente ai legni naturali o scuri, ma anche ai laccati lucidi o opachi. Anche le tonalità di grigio un po' più intense del perlato, magari abbinate a soffitti più chiari, rendono la casa più avvolgente e confortevole. L'ecru e il corda sono colori che a seconda della luce, naturale o artificiale, danno sfumature e percezioni inaspettate e intriganti.

Creato un involucro rassicurante e "senza tempo", ben venga poi qualche intervento con colori più decisi: ridipingere una cassettera

ereditata dai nonni in toni un po' più forti gli darà nuova vita custodendo il sapore di storia e di continuità, e renderà la nostra casa unica e personale. Giocate al colore con sedie, side-table e altri pezzi meno impegnativi, abbinate una poltrona o un pouf rosso o giallo a divani in tessuto o morbida pelle di colore "greige" per enfatizzare entrambi. Se poi non potete rinunciare al bianco delle pareti, il più nuovo è disegnato e crea effetti di cornici e boiserie, come un camino o una porta immaginari, dando l'illusione di ulteriori spazi oltre i veri limiti della stanza. Un grande pannello di carta fissato alla parete della cameretta dei più piccoli, aperto alla loro creatività grafica, li farà felici e renderà gli interni originali e imprevedibili.

ML à porter

di G. Baiocco

Il Dress Code del colloquio, ovvero: come dimostrare di essere il candidato ideale senza rinunciare a femminilità e dettagli!



Se la prima impressione si forma nei 30 secondi iniziali dell'incontro, allora l'abbigliamento per un colloquio di lavoro è un biglietto da visita importantissimo!

Per gli uomini, una sola giacca anche senza cravatta risolve questo enigma. Per le donne non è affatto semplice, perché per quanto riguarda il giudizio sulla professionalità al rosa pesa ancora oggi un pregiudizio antipatico ed obsoleto sul modo di vestire.

Ma come si può esprimere la propria professionalità e senza rinunciare all'amore per la moda? Niente panico: è possibile fare bella figura e dare l'impressione vincente seguendo innanzitutto due principi assoluti: ordine e accuratezza - necessari a prescindere dall'outfit che si adotta. In questi dettagli il vostro futuro datore di lavoro leggerà precisione e affidabilità, che al giorno d'oggi sono, per un'azienda, valori fondamentali. Ecco quindi la mia classifica "semiseria" sull'ab-

bigliamento da colloquio, con una raccomandazione: ricordare sempre che non siete macchine ma menti e un'azienda seria ha sempre bisogno di gente ordinata e ben vestita.

Per risultare professionali non è necessario negare la propria femminilità, basta semplicemente non ostentarla. È per questo che sono da evitare sempre e necessariamente stampe pseudoleopardate o maculate, abiti con volant o semitrasparenti che lasciano intravedere corsetteria e curve mozzafiato, anche se si tratta di un appuntamento come receptionist di un circo. Il tailleur giacca e pantalone si rivela sempre un'ottima decisione, specie se di taglio maschile e abbinato a una scarpa con il tacco e a una camicia bianca dal fit attillato, che non guasta mai e va bene per le magre e le formose. Se scegliete una gonna, abbinateci pure delle ballerine. Se il vostro appuntamento si svolge d'estate, un classicissimo ma sempre elegante tubino nero è il



non plus ultra, magari abbinato a un filo di perle di Maiorca. I dettagli sono importanti: le scarpe, ad esempio non devono essere logore o consumate. Quindi siate sobrie senza essere troppo maschili: persino personalità di un certo calibro hanno dovuto rifarsi il look perché criticate sull'abbigliamento! Hillary Clinton, ad esempio, è stata accusata di vestirsi in maniera troppo mascolina ed è passata a completi color pastello dal taglio decisamente più morbido. I capelli devono essere ordinati, sciolti e ben curati quindi evitate piastre frisé, chignon o acconciature da matrimonio: la donna con capelli puliti e ben pettinati risulta già ordinata anche se in jeans e maglietta. Ricordate sempre di non usare firme e loghi in vista: risultereste maniache dello shopping sfrenato, pronte per uscire

alle 17:00 per la "vasca shopping" con le amiche. Usate con parsimonia colonie dal profumo forte ed eccessivo: devono ricordarvi per ciò che avete detto e comunicato, non per l'odore che avete lasciato. Un [HYPERLINK "http://www.iovalgo.com/colloquio-di-lavoro-come-mi-vesto-3701.html"](http://www.iovalgo.com/colloquio-di-lavoro-come-mi-vesto-3701.html) abbigliamento sobrio, dai colori tenui e senza troppi accessori è in generale sempre una buona scelta sia per un colloquio che per andare a lavoro ogni giorno. Ricordate di non incrociare mai braccia o gambe: sono segni di chiusura verso l'interlocutore! Non accettate caffè o altro anche se gentilmente offerti - a meno che non sia indispensabile - e ponete sempre delle domande sull'azienda: dimostrerete di essere davvero interessate a farne parte. Lasciate parlare l'interlo-

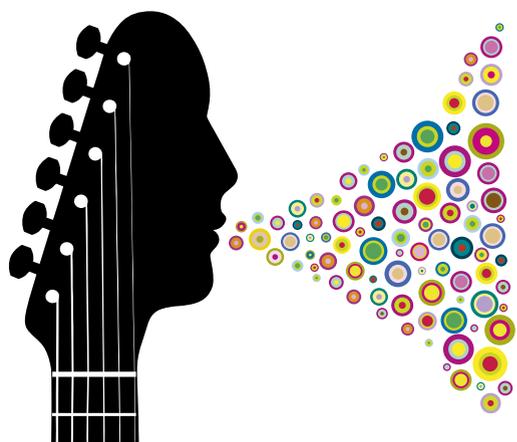
cutore e ponderate bene le risposte senza avere fretta: sarete in grado di capire esattamente le qualità della persona che ricercano. E per gli appunti, portate con voi un'agenda: molto più elegante di qualsiasi pc o tablet. Quasi dimenticavo: un filo di cipria nasconde le sudatine emozionali! In bocca al lupo e buon lavoro!

✂ *Scrivi a:*
giampaolo@mlmagazine.it
 Le lettere più belle, saranno pubblicate!

XXIII EDIZIONE DI MUSICULTURA: VINCONO GLI ORAGE

A loro Premio Ubi - Banca Popolare di Ancona, Premio per la Miglior Musica e Targa della Critica

a cura della Redazione



Si è chiuso a Macerata, nella splendida cornice dell'Arena Sferisterio, il sipario sulla XXIII edizione di Musicultura, che si è svolto dal 15 al 17 giugno. Tanti colpi di scena e tanto spettacolo nella serata finale. L'instancabile Fabrizio Frizzi si è destreggiato tra tanti ospiti e i quattro giovani rimasti in gara, fino al verdetto finale, con l'annuncio del nome del vincitore assoluto. La serata si è aperta come consuetudine con l'esibizione dei finalisti, che si sono esibiti nel seguente ordine: i Lettera 22 con il loro pezzo Calibro 23, accogliendo il pubblico, poi Tommaso di Giulio&Bal Musette Motel con Le mie scuse più sincere, terza Naelia con Camaleonte ed infine i L'Orage con Queste ferite sono verdi, che hanno concluso travolgendo il pubblico. Successivamente sul palco è entrato Paolo Villaggio con i suoi racconti su grandi personaggi come De André. A parlare dalla platea l'assessore

regionale alla cultura Pietro Marcolini, che ha ribadito il ruolo importante di questo festival per una regione ricca di proposte. A seguire riprende Chiara Civello, la giovane cantante reduce da Sanremo, che conclude il primo tempo. Apre il secondo tempo Alex Britti con Stefano Di Battista con una performance incentrata sul jazz insieme al loro Sextet. Un altro intervistato in platea è stato il Direttore Artistico di Macerata Opera Festival, Francesco Micheli che ha sottolineato "Quest'anno portiamo qui allo Sferisterio la Carmen, la Traviata e la Bohème. Tutti i personaggi di questo festival sono giovani come giovane deve restare sempre l'arte. Giovane come questo festival!"

La targa della Critica, consegnata da Fausto Pellegrini di Rai News 24 e dal presidente della Camera di Commercio Giuliano Bianchi, è andata a L'Orage, già vincitori nella serata di ieri il premio per il Miglio Testò. Grandi sovrani

della serata Jethro Tull's Ian Anderson, con una spettacolare dimostrazione del loro personalissimo progressive rock. Il cantante ha incantato con il suo flauto magico il pubblico intero. A lui, accompagnato dal traduttore Aldo Tagliaferro, è stato assegnato il premio Uni Marche, da parte delle Università di Macerata e Camerino, rappresentate dai rispettivi Rettori, Luigi Lacchè e Flavio Corradini.

Al termine delle performance dei grandi artisti, la proclamazione del [o dei] vincitore della XXIII edizione di Musicultura, i L'Orage. A consegnare il premio Carlotta Tedeschi, Gianmaurizio Foderaro e Corrado Mariotti, il presidente della Banca Popolare di Ancona. Al termine, una grande esibizione dei vincitori che hanno conquistato già il pubblico che canticchia la loro canzone.

Termina sulle note di Le mie ferite sono verdi, dopo tante emozioni la XXIII edizione di Musicultura!



FAGGIOLATI

ELETTROMECCANICA S.r.l.

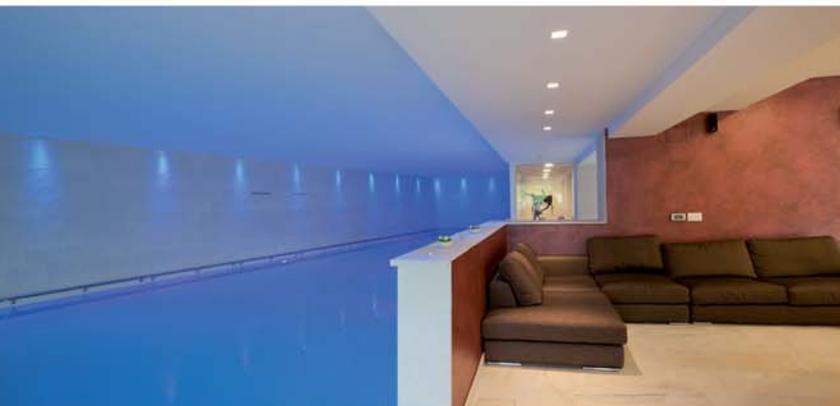
Concessionario Ufficiale



- ◆ Sollevamento e depurazione acque
- ◆ Costruzione e manutenzione piscine
- ◆ Fontane e giochi d'acqua
- ◆ Impianti irrigazione automatizzati

- ◆ Impianti antincendio
- ◆ Impianti d'allarme e TV circuito chiuso
- ◆ Automazione cancelli
- ◆ Filodiffusione acustica interna ed esterna

Via Papa Giovanni XXIII, 31 - 62100 Macerata - ITALY Tel. 0733.202293 Fax 0733.203653 E-mail: elettromeccanica@faggiolatipumps.it www.elettromeccanicafaggiolati.it



ENDURANCE LIFESTYLE 2012: LE MARCHE INCANTANO DUBAI

Grande successo per l'evento di sport e business e già si lavora per l'edizione 2013

Cala il sipario sull'Endurance Lifestyle 2012, l'atteso evento sport e business, che ha portato nelle Marche il primo ministro degli Emirati Arabi Uniti e Governatore di Dubai, lo sceicco Mohammed Bin Rashid Al Maktoum, accompagnato dal ministro dell'economia Sultan Bin Saeed Al Mansouri e da una delegazione di imprenditori emiratini. Un appuntamento che, già dal suo "Anno zero" ha riscosso davvero un grande successo, certificato nel corso della conferenza stampa che si è tenuta lunedì 18 giugno a Palazzo Raffaello, guidata dal presidente della Regione Gian Mario Spacca e da Gianluca Laliscia, CEO di Sistemaeventi e uomo di fiducia in Italia per le attività di Al Maktoum.

Il grande evento che, dal 14 al 17 giugno ha acceso le luci della ribalta sulla Riviera del Conero e sulle Marche avrà

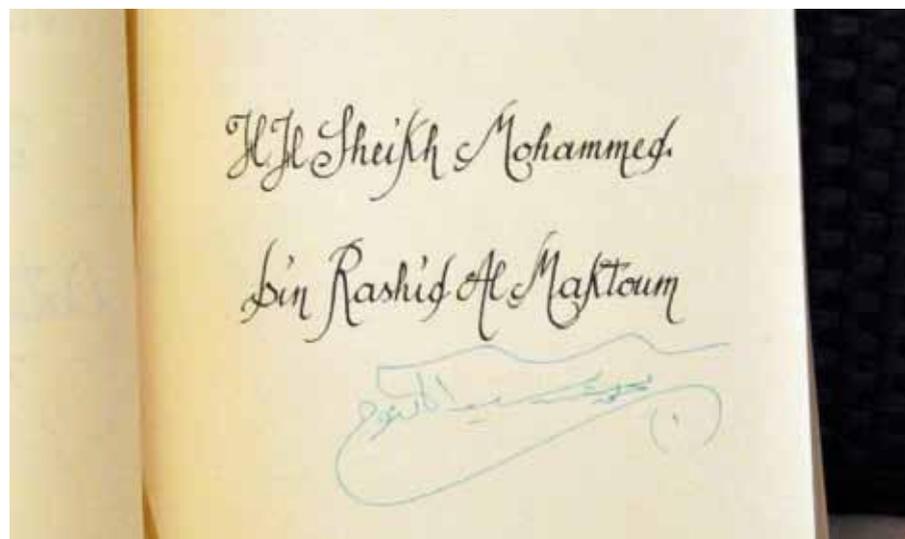
un futuro ricco di prospettive, tanto che è stata annunciata l'edizione 2013. Per il prossimo anno, si svilupperà ulteriormente un format dimostratosi vincente, sia sul piano sportivo - con la vittoria di Sheikh Mohammed Bin Rashid Al Maktoum nella prova sui 160 chilometri della Conero Endurance Cup - che per le sue valenze economiche, con la presenza di una delegazione di imprenditori e fondi sovrani emiratini.

PROSPETTIVE ECONOMICHE IMPORTANTI

Tre i momenti che hanno scandito gli "UAE Days nelle Marche", al fine di rafforzare le relazioni economiche bilaterali: gli incontri B2B, con visita ai distretti industriali marchigiani, il Workshop, che si è tenuto presso l'Hotel Fortino Napoleonico di Portonovo e il Forum Economico presso l'Auditorium iGuzzini

di Recanati. Turismo, moda, energia, ma anche sanità (per i modelli di assistenza socio-sanitaria), i settori da cui sono emersi maggiori spunti. La Regione Marche - ha detto il governatore - ha espresso il suo interesse per eventuali investimenti nelle infrastrutture, in particolare l'aeroporto di Ancona Falconara. "Impossibile una partnership per i voli civili, perché Fly Emirates serve solo grandi metropoli", si sta esplorando la possibilità di lavorare sui voli cargo, beneficiando dell'integrazione logistica con porto e interporto, ma anche sulle attività 'no fly' a supporto dello scalo: outlet e centri commerciali. La delegazione Eau ha dimostrato una notevole attenzione e interesse al sistema economico regionale, in particolare gli esponenti del Khalifa Fund (Fondo di investimento specializzato nel finanziamento delle attività delle picco-

le e medie imprese) hanno concordato con la Regione l'opportunità di sviluppare un'attività di follow up degli incontri, favorendo lo studio e l'approfondimento di iniziative e progetti di joint ventures. I rappresentanti della Camera di Commercio di Dubai hanno espresso la volontà di intensificare le forme di collaborazione con la Regione Marche, avviate in virtù dell'accordo sottoscritto in tal senso nel 2009, finalizzate a favorire la crescita degli scambi bilaterali e del business. A questo scopo, il servizio Internazionalizzazione e il Gabinetto del Presidente attiveranno un Osservatorio di assistenza tecnica, coordinato da Valentino Torbidoni, finalizzato alla raccolta di progetti economici e alla loro proposizione al mercato EAU. In virtù dei risultati raggiunti, anche il Direttore del MISE ha proposto di mettere a frutto le buone prati-



che degli eventi del “Marche Endurance Lifestyle” per lo sviluppo futuro delle relazioni economiche bilaterali.

L'ENDURANCE NELLA SPLENDIDA CORNICE DEL CONERO SUL PODIO SHEIKH MOHAMED BEN RASHED AL MAKTOUM E I SUOI DUE FIGLI

Sabato 16 giugno la splendida cornice della Riviera del Conero ha ospitato la Conero Endurance Cup, competizione a cavallo in quattro categorie internazionali di velocità: FEI CEI 3* 160 km, FEI CEI 2* 125,4 km, FEI CEI 1* 89 Km e FEI CEIYJ 2* 125,4 Km riservata ai Junior e Young rider. Partenza all'alba da Marcelli, su un tracciato già testato in numerose competizioni che, oltre a possedere i requisiti tecnici necessari, ha permesso ai partecipanti di scoprire i meravigliosi paesaggi del Parco del Conero. La gara di

sabato si è chiusa con l'arrivo al traguardo del 58% dei circa 90 partecipanti giunti da dieci Paesi diversi: - “Meglio della media mondiale, che è il 50%, segno che è stato un grande appuntamento sportivo” - ha dichiarato Gianluca Laliscia, campione del mondo di Endurance, - “con lo sceicco che si è fermato ad ammirare il panorama dal Monte Conero”. “Un percorso tecnicamente impegnativo, ma gratificante” il responso finale del premier degli EAU, salito di persona sul podio insieme ai figli, lo sceicco Hamdan Bin Mohamed Al Maktoum secondo classificato e lo sceicco Majid Bin Mohamed Al Maktoum, arrivato terzo. Un “Evento rarissimo” secondo Laliscia. Per il governatore Spacca, chiave del successo è stata la bellezza del paesaggio marchigiano, ma anche la partecipazione della gente comune.

I NUMERI DELL'EVENTO

- *Valore dell'evento per il territorio: 5 milioni di euro*
- *Personne che hanno seguito l'evento: oltre 100.000*
- *Posti letto occupati nelle strutture ricettive: 8000*
- *Costo per la regione: 300.000 euro, esclusivamente per la manutenzione del territorio (per i 2/3 della cifra) e per l'organizzazione dei B2B a favore degli imprenditori delle Marche (per 1/3). Tutte le altre spese sono state a carico degli ospiti che hanno partecipato all'evento e degli sponsor privati*

→ Azienda con sede nella provincia di Ancona, operante nel settore degli elettrodomestici ricerca:

EXPORT AREA MANAGER GG/01

RESPONSABILE COMMERCIALE ITALIA GG/02

Entrambe le figure, in accordo con la Direzione Commerciale saranno impegnate nel raggiungimento degli obiettivi di fatturato concordati e nello sviluppo dei contatti/clienti. Per entrambe le posizioni è richiesta un'esperienza di almeno 10 anni nel ruolo.

I candidati ambo sessi (L. 903/77) sono invitati a leggere sul nostro sito l'informativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/03). Inviare CV con consenso al trattamento dei dati citando il riferimento, tramite e-mail (ricercaeselezione@sidagroup.com) o fax. (071.2852245) a : SIDA srl Via I° Maggio 156 – 60123 ANCONA – tel 071.28521

→ Azienda che commercializza attrezzature e articoli tecnici destinati ad aziende di produzione ricerca:

TECNICO COMMERCIALE GC/03

Il quale presiederà il mercato del centro Italia occupandosi prevalentemente delle regioni Marche, Umbria, Abruzzo, Emilia Romagna. Sarà dunque sua responsabilità sviluppare i mercati e i potenziali clienti, raggiungendo

gli obiettivi concordati con la Direzione. Vogliamo entrare in contatto con persone che abbiano già maturato una significativa esperienza nel ruolo e che abbiano conoscenza del canale e del settore. Il candidato ideale è un ingegnere o perito tecnico preferibilmente con residenza nelle Marche; flessibilità, organizzazione, orientamento alla vendita e determinazione nel raggiungimento degli obiettivi completano il profilo della figura ricercata.

I candidati ambo sessi (L. 903/77) sono invitati a leggere sul nostro sito l'informativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/03). Inviare CV con consenso al trattamento dei dati citando il riferimento, tramite e-mail (ricercaeselezione@sidagroup.com) o fax. (071.2852245) a : SIDA srl Via I° Maggio 156 – 60123 ANCONA – tel 071.28521

→ La nostra azienda cliente è un'importante realtà territoriale che opera nell'ambito della distribuzione dell'elettronica di consumo; per ampliamento del proprio organico ricerca:

WEB COPY Rif. GM/WC

Il candidato\va, in collaborazione con il web master e il web designer, si occuperà della realizzazione dei contenuti e dell'esposizione grafica del sito; la definizione dell'architettura del testo multimediale; la stesura dei contenuti di ogni

singola casella; l'adattamento dei testi in linea con le scelte grafiche e multimediali, nonché l'aggiornamento periodico del sito.

Il candidato\va ideale avrà un'età compresa tra i 20 e 30 anni e avrà maturato un'esperienza di almeno un anno nel ruolo di web copy preferibilmente in società di marketing e\o aziende che operano nella commercializzazione di prodotti.

Indispensabile un'ottima conoscenza dei sistemi informatici del linguaggio PHP e preferibilmente dei linguaggi di programmazione Java e HTML.

Completano il profilo predisposizione al lavoro in team, organizzazione e creatività

Indispensabile la residenza o il domicilio ad Ancona.

I candidati ambo sessi (L. 903/77) sono invitati a leggere sul nostro sito l'informativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/03). Inviare CV con consenso al trattamento dei dati citando il riferimento, tramite e-mail (risorse.umane@sidagroup.com) o fax. (071.2852245) a : SIDA srl Via I° Maggio 156 – 60123 ANCONA – tel 071.28521

→La nostra azienda cliente è un'importante realtà territoriale che opera nell'ambito della distribuzione dell'elettronica di consumo; per am-

pliamento del proprio organico ricerca:

AREA MANAGER Rif. GG\AM

Il candidato\va risponderà alla Direzione Commerciale e si occuperà prevalentemente della gestione e dello sviluppo della rete vendita, affiancando e supportando una rete commerciale composta da agenti monomandatari nelle aree dell' Emilia Romagna , Marche e Abruzzo. Il candidato ideale avrà un'età compresa tra i 35 e i 45 anni e avrà maturato un'esperienza di almeno 5 anni nel ruolo, conosce il canale dei rivenditori nel settore dell'elettronica e\o del Bianco. Disponibilità a frequenti trasferte, orientamento al cliente, forti doti comunicative, predisposizione alla leadership e doti organizzative completano il profilo.

La sede di Lavoro è nel Centro Italia. Verranno valutate SOLO le candidature che rispettano i requisiti ricercati.

I candidati ambo sessi (L. 903/77) sono invitati a leggere sul nostro sito l'informativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/03). Inviare CV con consenso al trattamento dei dati citando il riferimento, tramite e-mail (risorse.umane@sidagroup.com) o fax. (071.2852245) a : SIDA srl Via I° Maggio 156 – 60123 ANCONA – tel 071.28521



Gli interessati sono pregati di inviare dettagliato curriculum, con consenso al trattamento dei dati, citando in busta il riferimento a: SIDA S.r.l. Via I° Maggio - 60131 Ancona - Fax 071/2852245 - info@sidasrl.it - www.sidasrl.it Consenso: richieste di autorizzazione provvisoria alla Ricerca e Selezione del personale in corso, ai sensi del D.Lgs. 276/03. I candidati ambo sessi (L. 903/77) sono invitati a leggere sul nostro sito l'informativa sulla Privacy (D. Lgs. 196/03).

Movano da
€ 329
al mese, tutto incluso

Vivaro da
€ 289
al mese, tutto incluso

Combo Van da
€ 249
al mese, tutto incluso



OPEL VEICOLI COMMERCIALI

**OPEL TUTTO INCLUSO.
ZERO PENSIERI.**

**Scegli il noleggio a lungo termine,
pensa a tutto la tua concessionaria Opel.**

- Noleggio per 5 anni
- Assistenza stradale h24
- Manutenzione ordinaria e straordinaria
- Gestione delle pratiche amministrative
- Assicurazione (copertura totale)
- Assistente personale
- Bollo
- Motori Euro 5 sempre gratis

Nuovo Combo Van CDTI 90 CV con Opel Tutto Incluso da **€ 249** al mese.*

www.opel.it



Wir leben Autos.

CENTRALGARAGE
FANO

www.centralgarage-fano.it

NARDI'S CAR
MARINA PALMENSE S. BENEDETTO DEL TRONTO
ASCOLI PICENO - PORTO S. ELPIDIO - MONTEGRANARO

www.nardiscar.com

PUNTO AUTO
ANCONA
SENIGALLIA - FALCONARA
www.puntoauto-ancona.it



IL FUTURO NEGLI OCCHI, I SOGNI NEL CUORE. SEGUI IL TUO TALENTO.

Scegli l'Università che forma vere
professionalità e premia il merito.



Università Politecnica delle Marche

AGRARIA

ECONOMIA

INGEGNERIA

MEDICINA

SCIENZE

www.univpm.it