

EDITORIALE

Demografia, la necessità di un nuovo welfare

ERNESTO AUCI

Entro il 2050 gli italiani saranno sempre di meno e quei pochi saranno sempre più anziani. Il calo demografico avviene in molti altri paesi sviluppati, ma in Italia è particolarmente forte e preoccupante.

Ciò è dovuto a due fenomeni, uno positivo ed uno negativo.

Il primo riguarda l'aumento della speranza di vita e cioè la possibilità di vivere più a lungo in seguito ai progressi della medicina, ai miglioramenti dell'ambiente in cui si abita, alla minore fatica del lavoro, sempre meno manuale.

Il secondo, quello negativo, dipende da un vero e proprio crollo del tasso di natalità. Le coppie giovani sono riluttanti a generare figli. Temono i sacrifici personali che ciò comporta nella vita sociale ed anche spesso in quella lavorativa, e i sacrifici economici necessari per sostenere i costi dell'allevamento dei piccoli.

Se tali tendenze continueranno, gli ultra 65enni, che oggi a livello nazionale sono circa il 20% dell'intera popolazione, tra dieci anni saranno oltre il 30%.

Nella provincia di Verona avremo una situazione analoga, se non lievemente peggiore. Questa evoluzione della demografia dovrebbe comportare un cambiamento profondo dei nostri stili di vita e, di conseguenza, delle politiche che dovremo adottare. Gli anziani sono già oggi dei buoni consumatori in quanto il sistema pensionistico attuale ha consentito loro di salvaguardare il livello di reddito.

Certo la loro domanda si indirizza verso beni e servizi piuttosto diversi da quelli dei più giovani. Il sistema di mercato dovrà adattarsi per rispondere a queste crescenti esigenze. Dal punto di vista delle politiche pubbliche bisognerà smettere di cercare di anticipare l'età della pensione come si è fatto per tanti anni. L'allungamento della vita non consente di mantenere per tanti anni un numero molto alto di pensionati.

(segue a pagina 3)



Verona 2031: per ogni ragazzo quattro over 65

SILVER ECONOMY Fra 9 anni nella provincia scaligera saranno 200 mila, su poco più di 900 mila abitanti. Criticità o opportunità? Cosa cambierà, dai servizi sociali all'urbanistica, all'economia?

VALERIA ZANETTI | **Pagine 2 e 3**

L'ESPERTO «Gli anziani sostengono ancora figli e nipoti»

Zanetti pagina 5

TERZO SETTORE Giovani e nuovi progetti I fatturati aumentano



Saglimbeni pagine 6 e 7

IDEAZIONE Influencer veronesi a scuola della Ferragni



Lorandi pagine 8 e 9

DELLA TERRA Erbe officinali strategia per rilanciare la Lessinia

Fiorin pagina 13

MACROGARDA Turismo, enti e l'idea di fare una fiera per e sul Lago



Zanini pagine 14 e 15

PRIMO PIANO | Demografia | Silver Economy

Gli over 65 nel 2031 cambieranno il volto di Verona

STATISTICA Fra 9 anni nella provincia scaligera a fronte di 100 under 14 ci saranno 422 «super adulti». Diventeranno i nuovi consumatori della «Silver Economy», ma anche rappresenteranno nuove esigenze a livello urbanistico, sociale e di servizi

VALERIA ZANETTI
economia@arena.it

Rinvolvere la bobina a 40 anni fa aiuta a schematizzare l'involuzione della situazione demografica di Verona. Nel 1982, ogni 100 minori fino ai 14 anni di età, c'erano 65 ultrasessantenni. Nel 2021 il rapporto è di 100 a 165. Ma la situazione peggiora guardando ad un futuro davvero prossimo. Nel 2031, ovvero tra nove anni, ogni 100 bambini e ragazzi gli over 65 saranno 422 (fonte: Spi Cgil Verona che elabora dati Istat). Una proporzione mutata a causa del crollo delle nascite, del prolungamento della vita media, oltre che dall'arrivo nella fascia dei pensionati della nutrita schiera dei nati negli anni '60.

La dinamica in riva all'Adige è appena attenuata rispetto ad altre città del Nord. La nostra è l'unica provincia in Veneto che ancora cresce: nascono più bambini (qui una donna ha 1,37 figli, in Veneto 1,29 e nel Paese 1,27, ndr) e nuovi abitanti si aggiungono ogni anno, portando la popolazione a quota 260mila residenti. Tuttavia qui la tendenza è delineata e il boom degli over 65 determinerà nuovi bisogni ed emergenze se non ne saranno pianificati impatto e ricadute già dai prossimi anni. In regione, infatti, a circa 4,9 milioni di abitanti, al 2038 sono previsti 188.705 residenti in meno (-3,8%), secondo DemoSi Cresme che elabora informazioni Istat. Peggio ancora andrà a livel-

Università di Verona

Ricerca: cioccolato e attività fisica, ricetta anti-età



Il cioccolato, ricco di vitamina E e polifenoli, può ridurre la malnutrizione proteico-energetica e la fragilità negli anziani con declino cognitivo, se unito a un programma di attività fisica. È la tesi che si propone di dimostrare lo studio internazionale Choko-Age, che coinvolge l'Università di Verona con il Centro di ricerca «Sport, montagna e salute» e la sezione Scienze motorie del dipartimento di Neuroscienze, biomedicina e movimento, oltre all'Associazione Alzheimer Verona Odv. Al progetto, che ha l'ateneo di Perugia come capofila, partecipano le università di Liverpool (Regno Unito), Molde (Norvegia), InChiva Vlc (Spagna), Perugia-Nestlé e la Molecular Horizon. ● VA.ZA.

lo nazionale: gli oltre 60,3milioni di italiani caleranno di 3,5milioni (-5,9%). In pratica nascerà un bambino ogni cinque anziani. Lo scenario è desolante. Gli over 65 in Italia sono attualmente oltre 14 milioni; aumenteranno del 17% in dieci anni, fino a quota 16,5 milioni per toccare il picco assoluto nel 2.046, quando supereranno i 19 milioni.

In dieci anni le persone che hanno almeno 65 anni sono incrementate di oltre 1,5 milioni, come evidenzia l'Osservatorio Censis-Tendercapital nello studio «La Silver Economy tra nuove incertezze e prossimità». Eccezionale, tra l'altro, la performance degli over 80, balzati del 22,7%, fino a

Un'onda grigia che sale, mentre la cifra degli abitanti totali si riduce di oltre 1,1 milioni di persone, e che orienterà sempre più tendenze e consumi, come ha intuito da tempo Marco Malvaldi dalla cui penna hanno preso vita i vecchietti del BarLume, stabilmente al tavolino del locale nel centro dell'immaginata Pineta.

A Verona e provincia gli over 65 pensionati sono già circa 200mila. A censire la loro condizione e disponibilità di spesa è soprattutto Spi Cgil Veneto che elabora annualmente dati del ministero dell'Economia e delle Finanze e Inps. Il sindacato dei pensionati

veronese, dati Inps alla mano, evidenzia che i trattamenti pensionistici erogati sul territorio sono circa 261mila. Il numero dei precettori si ottiene dividendo per 1,3 il totale degli assegni erogati. Si calcola infatti che un pensionato percepisca, in media, 1,3 pensioni: il caso tipico è quello della vedova che riceve anche la reversibile del marito, ma c'è chi è assegnatario anche di invalidità e altri trattamenti di tipo sociale. «La prima nota che salta all'occhio è che il 62,9% delle pensioni veronesi (261.156 i trattamenti erogati nel 2021, ultimo dato disponibile aggiornato al marzo scorso, ndr) è al di sotto dei mille euro lordi mensili. Quindi la maggior parte dei pensionati è impegnata a sbarca-

Servizi per la famiglia carenti Soldi e tempo dei nonni diventano indispensabili

raggiungere gli attuali 4,5 milioni pari al 7,6% della popolazione. re il lunario facendo i conti al centesimo per riuscire a pagare bollette e a mangiare», afferma subito il segretario locale, Adriano Filice. Anche in questa fascia ci sono differenze di reddito tra gli uomini e le donne, che spesso hanno sommato buchi retributivi, costrette a lasciare l'impiego per accudire figli, anziani o che hanno dovuto subire dei contratti part time. Gli anni trascorsi ad occuparsi del welfare familiare adesso pesano sulla loro capacità di spesa e per molte lavoratrici sarà lo stesso in futuro, perché i servizi per la famiglia sono ancora carenti. Solo un 20% circa di pensionati locali riceve assegni dal valore lordo mensile superiore ai 1.500 euro (hanno un importo identico o superiore circa il 21,7% dei trattamenti erogati sul territorio). Questa quota di over a Verona incassa il 48,7% del totale del monte erogato (130milioni di euro), mentre chi non arriva a mille euro al mese lordi assorbe il 32,59% della spesa totale.

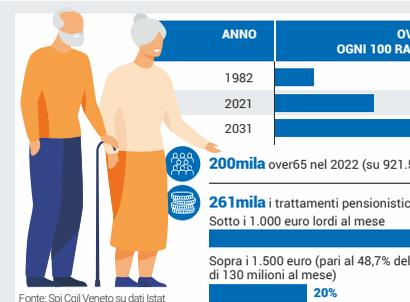
La platea dei primi determina le cosiddette tendenze della Silver Economy, ovvero indica verso che tipologia di consumi si orientano i più sani e abilitati. «Le priorità sono le cure, in particolare la capacità di spesa degli over 65 si misura sulla possibilità di fare ricorso al dentista quando serve; sulla capacità di spendere in un'alimentazione di qualità per ridurre obesità e rischio cardiovascolare; infine sull'autonomia di investire in viaggi e accesso alla cultura», elenca Filice.

Se però tra nove anni la percen-

Un gruppo di signore over 65 anni In dieci anni il numero delle persone di questa fascia d'età è aumentato in modo considerevole



Dinamiche demografiche nella provincia di V



tuale di popolazione ultrasessantenne aumenterà in modo esponenziale, le tendenze si consolidano e occorrerà dare nuove risposte, sociali e sanitarie. «La stessa città dovrà essere più vivibile per gli anziani: serviranno taxi a prezzi calmierati o autobus che propongano corse frequenti e possano essere agevolmente presi da chi ha difficoltà di postura o movimento; le case dovranno essere progettate in modo sempre più consono, serviranno parchi e luoghi di aggregazione, anche per chi non potrà permettersi troppe vacanze. I servizi dovranno essere distribuiti in modo omogeneo tra centro e quartieri, per evitare faticosi spostamenti», prosegue il sin-

dacalista. Le riflessioni di Filice trovano conferma negli esiti del recente studio Censis-Tendercapital, presentato il mese scorso a Roma.

La maggior parte degli anziani intervistati dichiara di aver scelto un'abitazione che permette di raggiungere con una passeggiata massima di 20 minuti bar, farmacie, supermercati o negozi di prossimità per fare la spesa, ristoranti o trattorie, oltre all'ambulatorio del medico di medicina generale. Il 62,3% dichiara anche di abitare vicino a un familiare. «Avere parenti, amici e servizi essenziali nel quotidiano in prossimità non è solo comodo, ma ha un effetto

I protagonisti della fortunata serie televisiva «BarLume», i quattro «bimbi» che passano la loro giornata al bar e aiutano, a risolvere qualche caso di omicidio



200mila

Super-adulti Sono 200 mila i veronesi over 65 nel 2022. Tra i 65 e gli 80 anni la maggior parte è autosufficiente, si occupa di sé, dei figli e dei nipoti, dopo gli 80 però cresce la percentuale di chi affronta malattie croniche



Adriano Filice, segretario Spi Cgil Verona: «La capacità di spesa degli over65 si misura sulla possibilità di ricorrere al dentista e altre spese sanitarie e per il benessere, e poi infine ai viaggi e alla cultura»



Psicologia e familiari Welfare familiare una sicurezza con qualche rischio

Psicologia e famiglia

Occuparsi in prima persona di un genitore anziano non autosufficiente può comportare un carico emotivo e fisico che peserà psicologicamente sui figli anche dopo la sua scomparsa. Una ricerca, condotta da economisti dell'Università Ca' Foscari Venezia e dell'Università Paris Dauphine e pubblicata su Applied Economics Letters, dimostra infatti come lo sforzo necessario a seguire il genitore possa determinare l'insorgere di sintomi di depressione. Le donne, più coinvolte nella cura, sono le più colpite. La depressione tende a manifestarsi a partire dagli ultimi mesi di vita e raggiunge il picco subito dopo la morte dell'anziano. I sintomi sono legati all'inevitabile dispiacere e al lutto, ma anche allo stress e agli sforzi profusi in particolare nei Paesi con un sistema socio-assistenziale poco sviluppato e finanziato. Nella classifica dei Paesi europei più virtuosi nel prendersi cura degli anziani con servizi e strutture pubbliche: Olanda, Svezia, Danimarca, Svizzera, Belgio, che dedicano a questa voce ben oltre il 2% del Pil. Germania, Francia e Austria investono tra l'1,5 e l'1,8 del Pil. L'Italia, fanalino di coda a livello europeo, è staccata, allo 0,94%, con Repubblica Cecca, Slovenia e Spagna. ● VA.ZA.

EDITORIALE

Gli anziani non rubano il lavoro ai giovani

Per contro bisognerà trovare le risorse per potenziare la sanità, e creare strutture per ospitare gli anziani soli. Ma d'altro lato occorrerà pensare delle politiche per far partecipare gli anziani (che ormai arrivano all'età della pensione in buone condizioni fisiche), alla vita produttiva del paese. Esistono in vari paesi europei buone pratiche per favorire il così detto invecchiamento attivo, e cioè per utilizzare gli anziani in campi quali il volontariato, o la trasmissione dei saperi, oppure in attività di consulenza non operativa in uffici pubblici o aziende private. Questo va regolamentato per evitare abusi, ma bisogna capire che bisogna diffidare dei politici che continuano a promettere aumenti delle pensioni o anticipi dell'età pensionabile, come avviene anche in questa campagna elettorale. Sarà invece importante utilizzare gli anziani dopo il pensionamento in svariate attività anche se con retribuzioni contenute ed impegni orari limitati. È dimostrato che il sentirsi ancora utili favorisce il mantenimento di una buona forma fisica e mentale da parte di chi si è ritirato dal lavoro attivo. Peraltro non è assolutamente vero che il lavoro degli anziani danneggia i giovani. Le esperienze fatte nel recente passato hanno dimostrato che anticipare i tempi del pensionamento non crea lavoro per i giovani come si è visto con quota 100, quando Salvini e Conte andavano dicendo che ci sarebbero state assunzioni di giovani ogni pensionato. In realtà le proporzioni non sono arrivate nemmeno all'inversione delle proporzioni. L'invecchiamento della popolazione sembra destinato a mutare profondamente la vita delle nostre società. Avremo meno giovani e ci saranno problemi seri nel coprire tutti i posti di lavoro disponibili. Per questo la formazione dovrà essere indirizzata sempre di più verso alte specializzazioni mentre i lavori di più basso livello saranno sostituiti dalle macchine. Nei servizi dove la produttività non può aumentare allo stesso ritmo dell'industria, avremo bisogno di utilizzare appieno anche gli anziani, ridare un ruolo alla terza età, dove ci saranno non solo sempre più consumatori, ma anche persone in grado di dare ancora un contributo al benessere generale.

erona

L'Ego-Hub

VER65 GAZZI UNDER14	
	65
	165
	422
557 abitanti)	
erogati	
	62,9%
totale del monte erogato	



Politiche attive per pensionati e anziani: sempre più diffuso è infatti l'impiego di persone della terza età («nonni vigili») al servizio di enti locali per assistenza davanti alle scuole o centri pubblici

zone carenti, cioè scoperte o parzialmente scoperte da medico di base. Serve costruire case della salute e ospedali di comunità, incentivare l'aggregazione tra medici. Anche i Comuni possono fare la loro parte mettendo a disposizione locali idonee per gli ambulatori», afferma il rappresentante di Spi Cgil Verona.

Per potenziare i servizi ci sono i fondi del Piano nazionale di ripresa e resilienza e gli standard dettati dal decreto ministeriale 77 dello scorso 23 giugno. «La "rivoluzione" del sistema socio-sanitario territoriale è possibile e attuabile in modo concreto ed efficace. Per raggiungere lo scopo, infatti, in Veneto ci sono circa 316 milioni di euro, destinati appunto ai progetti dedicati ai servizi di prossimità, dall'assistenza domiciliare alle case di comunità, dai medici di medicina generale alla presa in carico degli anziani non autosufficienti», sottolinea Elena Di Gregorio, Tina Cupani e Debora Rocco, segretarie generali dei pensionati di Spi Cgil, Fnp Cisl e Uilp Uil del Veneto. Con la «Missione 5 - Inclusion e coesione» arrivano 90 milioni per progetti sull'autonomia dei non autosufficienti (24 milioni e 600mila euro), che in Veneto sono 189mila per l'82% assistiti in casa. Serviranno ad interventi mirati al rafforzamento dei servizi sociali domiciliari per prevenire

l'ospedalizzazione (5 milioni e 280mila euro) e a percorsi di autonomia per le persone con disabilità (circa 25 milioni e 500mila euro).

La «Missione 6 - Salute» finanzia invece con 226 milioni la sanità territoriale: circa 135 milioni e 400mila euro serviranno per le case di comunità e la presa in carico delle persone, 16 milioni per le cure a domicilio e la telemedicina e altri 73,8 milioni per il rafforzamento dell'assistenza sanitaria intermedia. «La sfida da cogliere - va ripetendo Alessandro Rosina, ordinario di demografia all'Università Cattolica di Milano, che al tema ha dedicato il libro a «Crisi demografica. Politiche che ha smesso di crescere» (edizioni Vita e Pensiero 2021) - è di migliorare anche la qualità di vita nelle età tradizionalmente anziane, spostando in avanti la fase finale caratterizzata da malattie croniche e non autosufficiente. Va incentivato lo sviluppo di nuove tecnologie abilitanti, oltre alla mobilità e sicurezza in ambiente domestico nelle età più avanzate. Ma serve anche il miglioramento del sistema sanitario e un rafforzamento dei servizi di assistenza domiciliare integrata per i più fragili». La domanda di cura nel loro confronti è crescente e rischia di mettere in crisi il welfare «fai da te» del reti di solidarietà familiare. ●

Pnrr, in Veneto 316 milioni destinati ai servizi di prossimità

di rassicurazione decisivo, tanto più dopo l'esperienza pandemica - riflettono i ricercatori che hanno confezionato lo studio -. Oggi gli anziani hanno assoluto bisogno di essere convinti che le tante paure del quotidiano possano essere gestite, affrontate e, con opportune scelte individuali e collettive, ben controllate. Per far fronte agli inconvenienti di natura economica, inoltre, puntano maggiormente sui soldi fermi, pronti all'uso».

Infatti, 9 su 10 sono consapevoli che l'inflazione in atto riduce il potere d'acquisto ed erode il valore reale dei risparmi in contante. Eppure, il 54,3% di loro non ha alcun

na intenzione di investire il denaro che detiene in contanti. La grande paura è il futuro e soprattutto la non autosufficienza. Tra i 65 e gli 80 anni la popolazione di pensionati in genere è autosufficiente, si occupa di sé e anche dei figli e dei nipoti, offrendo un contributo indiscutibile al welfare familiare. Dopo gli 80 però cresce la percentuale di chi entra nella spirale delle malattie croniche, soprattutto alzheimer, demenza senile e parkinson. Ecco dunque che si apre una dicotomia: da una parte i cosiddetti «super adulti», termine coniato qualche anno fa da Odile Robotti, amministratore unico di Learning Edge, che sono over 65 autonomi, sani e spes-

so ancora in attività professionale e dall'altra la fascia più anziana e spesso malata. «Una società che si prepara a gestire il domani deve creare i servizi necessari a prevenire e curare le malattie della terza età, che portano alla completa non autosufficienza», riflette Filice. L'Italia, uno dei Paesi al mondo con la vita media più lunga e in cui gli anziani cresceranno di più in numero, non ha ancora una legge sulla non autosufficienza. «Il Covid è stato uno spartiacque per misurare l'efficienza della medicina territoriale e farci capire se ci sono sufficienti strumenti per la prevenzione. In provincia ci sono enormi falle nella medicina territoriale: ci sono ancora 146

PRIMO PIANO

Demografia | Costi

«Ma gli anziani sostengono ancora i figli»

SILVER ECONOMY Secondulfo: «Saranno i veri consumatori ma ora in tanti casi sono diventati il welfare familiare per le giovani coppie. E soprattutto stanno risparmiando per i nipoti»

Adulto-maturo, con buona capacità di spesa e svincolato da impegni familiari. Questo l'identikit dell'over 65, soprattutto donna, ancora in buona salute, che fa muovere la cosiddetta Silver Economy, un sistema integrato di consumi turistici, culturali, all'insegna del benessere e della salute, appannaggio della fascia medio abbiente della popolazione. Tanti gli aspiranti ad una vita senza pensieri ed acciacchi, dopo il lungo periodo lavorativo. Pochi gli eletti che riescono a coronare il sogno, come rileva Domenico Secondulfo, direttore onorario dell'Osservatorio dei consumi delle famiglie dell'Università di Verona, che da anni monitora con ricerche puntuali la capacità di spesa di chi vive in riva all'Adige. Compreso il segmento non più giovane.

Professore quale economia muove una fascia di popolazione sempre più over ora e, in prospettiva, muoverà nel prossimo decennio? Ci sono studi sul turismo che dimostrano come abbia successo un target di proposte «tagliato» sulle esigenze dei pensionati, persone dai 65 anni ai 75-80 anni, che magari nella vita hanno viaggiato poco e cercano di compensare.

I nonni provano a svincolarsi dai loro impegni nei confronti dei nipoti e tendono a concedersi qualche pausa. La dinamica interessa particolarmente le nonne, da una parte si occupano della cura dei nipoti, dall'altra vivono più a lungo e quindi hanno un maggior peso nel determinare i consumi degli over.

DOMENICO SECONDULFO

Professore, esperto che monitora i trend dei consumi



Carta d'identità Domenico Secondulfo è professore ordinario di sociologia generale al Dipartimento di Scienze Umane dell'università di Verona. Si occupa di sociologia dei consumi, di sociologia della salute, di sociologia della comunicazione, e di sociologia della cultura. Ha diretto indagini empiriche sia quantitative che qualitative su questi argomenti. Ha prodotto indagini mirate utilizzando immagini fotografiche.

L'assenza di servizi per la maternità costringe ancora le nonne a fare le veci delle madri, impegnate sul lavoro?

La richiesta di nuore e figlie è ancora fortissima e la dipendenza aumenterà perché la maternità viene spostata in avanti, quando c'è sicurezza economica. Questo

sottrae in generale potenziale alla Silver Economy. Altro problema che limita i consumi degli over è la necessità di sostenere i giovani e le giovani famiglie. Sempre più spesso il nipote in attesa di lavoro, disoccupato o precario, in parte si appoggia alla pensione dei nonni. Questi ultimi hanno talvolta entrate che sono pari o superiori allo stipendio dei genitori. Non a caso sta accelerando la tendenza di tenere qualche nonno in casa, a sostegno della ricchezza del nucleo familiare.

Quindi mancanza di tempo e insicurezza economica di figli e nipoti rappresentano potenziali ostacoli per l'economia d'argento?

Una grossa porzione di ricchezza che potrebbe andare verso la Silver Economy di mercato devia verso l'assistenzialismo. Questi lacci non le permettono di svilupparsi al pieno del suo potenziale. Segnalo che la Cassazione con sentenza del 2022 ha sancito l'obbligo per i nonni di mantenere i nipoti se i genitori non sono in grado. Da qui risulta ancora più evidente che se la famiglia dei figli non è autonoma, la capacità di spesa degli over 65 è compromessa. Attenzione: il fenomeno dei working poor ha vent'anni e continua a crescere il numero di chi, pur lavorando, non ha abbastanza per vivere dignitosamente.

Questa è una limitazione forte all'appagamento dei desideri, dopo la lunga stagione lavorativa.

Ed è il nodo che non fa decollare i consumi della terza età anche tra il ceto medio-basso. Mi spiego meglio, se ho una pensione relativamente bassa, ma i miei figli sono

I nonni fanno parte integrante del welfare familiare: dal baby sitting per i nipoti al supporto economico nei momenti di difficoltà dei figli quando decidono di sposarsi



sistemati, anziché fare il giro dell'Irlanda vado almeno in gita alle grotte di Frasassi.

Chi se lo può permettere in cosa spende?

Esistono proposte diversificate a seconda delle tasche e dalla disponibilità di tempo contrattata con nipoti e figli. Proposte anche di turismo religioso, intrattenimento e cultura, mostre, viaggi d'arte. Segmenti che sono ritagliati sui gusti delle over 65, numericamente più consistenti. Magari la scelta va su viaggi poco impegnativi in termini di trasferimenti ma comunque arricchenti. Poi i consumi riguardano la soddisfazione degli indicatori di qualità della vita, come riuscire a curarsi, soprattutto andare dal dentista, poter prestare la massima attenzione alla propria alimentazione in modo da scongiurare malattie. Ma in questo caso stiamo già parlando di tendenze trasversali, che interessano anche persone più giovani e che si consolidano dai 50 anni in su.

Cosa succederà in futuro?

Chi adesso ha più di sessant'anni rappresenta l'ultima generazione che ha beneficiato del sistema pensionistico efficiente. Ha un reddito sicuro, anche decente, da poter mettere sul tavolo. Spesso ha l'abitudine di proprietà, grande o piccola che sia. Le famiglie che vivono nel disagio economico non sono in genere quelle dai 60 anni in su. Però sostengono una fetta di quelli che stanno sotto. Più in generale la Silver Economy è per chi è rimasto dalla parte buona della barricata.

Guardando alla progressiva polarizzazione delle società si tratta di una popolazione sempre più ristretta...

Le proporzioni si avvicina ad un 20% che si può permettere delle cose contro un 80% che non ce la fa. Ma attenzione: la tendenza in

Veneto negli ultimi anni da parte di tutti i nuclei familiari, compresi i più abbienti, è improntata al massimo risparmio. Si ha paura del futuro e non si spende più, quindi l'economia si ingessa. Negli anni '60, davanti alla prospettiva di un'economia in crescita la gente spendeva anche se i soldi non li aveva e firmava cambiali.

Adesso non sappiamo cosa succederà tra tre mesi: emblematico il caso delle nostre bollette. Rischiamo che la nostra Silver Economy si limiti a soddisfare bisogni ed esigenze di natura assistenziale e sanitaria. Man mano che

si estinguerà la base di anziani con pensioni buone o accettabili, verrà meno un importante sostegno sociale. Questi fenomeni non sono certo centrali nei programmi delle coalizioni che si presenteranno alle elezioni del 25 settembre.

«Gli over 60 sono l'ultima generazione a contare su un reddito sicuro»

VA.ZA.

UN'INDAGINE DEL SINDACATO

Sempre più over80 alle prese con lo Spid e molti diventano emarginati digitali

Quasi un anziano su tre non riesce a utilizzare i servizi via web senza l'aiuto di qualcuno



La digitalizzazione si diffonde a macchia d'olio dalla sanità alla pubblica amministrazione, e il rischio di emarginare le fasce meno «tecnologiche» è reale e tangibile. A farne le spese sono soprattutto gli anziani, vittime del «digital divide», il divario digitale, come dimostra un'indagine realizzata dal sindacato dei pensionati (Spi) del Veneto, che ha coinvolto i collaboratori presenti in ogni parte del territorio regionale.

Dai risultati dell'indagine emer-

ge che l'ostacolo principale è rappresentato dallo Spid (identità digitale) e, in generale, dall'avvento della tecnologia nella Pubblica amministrazione. Molte persone si rivolgono alle sedi del sindacato per farsi assistere nell'attivazione dell'identità digitale, vera spina nel fianco soprattutto per gli ultra ottantenni.

Diverso il discorso in campo sanitario. Qui la digitalizzazione - accelerata e resa necessaria dall'avvento della pandemia - piace per le ricette elettroniche, che

hanno facilitato «in parte» o «del tutto» le richieste di farmaci e le prescrizioni, limitando in modo sostanziale gli accessi negli studi medici.

Tuttavia, il 30% degli intervistati lamenta difficoltà nell'approcciarsi ai servizi via web senza l'aiuto di qualcuno. Le complicazioni sono soprattutto dei grandi anziani, over 85, oltre 180mila persone nelle sette province venete, per tre quarti donne. Per l'87% dei collaboratori sindacali, gli over 85 non sanno usare internet e devono chiedere aiuto a figli, nipoti, parenti o amici per accedere ai servizi telematici. Scendendo con l'età, la tecnologia diventa più familiare ed è usata con una certa frequenza nel quotidiano. Tra chi ha fra 75 e 84 anni, il 57% non sa usare internet; il 38% ne ha qualche conoscenza; solo il 3,7% non ha

problemi. I più giovani, tra 65 e 74 anni, hanno più dimestichezza con i servizi online: il 96% sa usare internet in parte (74%) o del tutto (22%) anche per acquisti da remoto. Solo il 4% è digiuno.

«I risultati dell'indagine confermano i nostri timori», commenta dallo Spi Cgil regionale, «Una parte di anziani, soprattutto over 80, sta avendo grandi difficoltà con la digitalizzazione, e ha dunque bisogno di essere accompagnata, come facciamo attraverso i nostri operatori presenti in ogni Comune del Veneto». Metà delle strutture territoriali del sindacato organizza già corsi di alfabetizzazione digitale per gli anziani mentre un altro 22% ha in programma di lanciarli nei prossimi mesi. Pure gli enti locali, secondo il sindacato, dovrebbero seguire l'esempio.

VA.ZA.

INTRAPRESA | Aziende | Visioni

Giovani e progetti fanno crescere i fatturati del Terzo Settore

RIVOLUZIONE CULTURALE Enti no profit e coop sociali nel Veronese hanno aumentato presenza, giro d'affari e ruolo: protagonisti nell'offrire servizi e risposte ai bisogni dei cittadini

FRANCESCA SAGLIMBENI
economia@arena.it

S fiorano le 360mila unità le istituzioni no profit in Italia secondo la fotografia Istat 2018 (la più recente a disposizione); +2% è il connesso trend di crescita annuale. Segno di un Terzo Settore che gode ottima salute. Anche nella provincia scaligera, dove nel 2021 hanno intrapreso il percorso di migrazione nel Registro Unico circa 430 organizzazioni di volontariato (Odv) e 330 associazioni di promozione sociale (Aps), in ciò accompagnate dal Centro Servizi di Volontariato di Verona, che al 31 dicembre dello stesso anno contava 245 associate (233 Odv, 2 delle quali di nuova iscrizione, 11 Aps, di cui almeno la metà nuove, e una Onlus). È un'annata sociale disseminata di importanti traguardi e cambiamenti. Le prime aperture post Covid hanno infatti portato al lancio della campagna Cereasi Umani, modo ironico per incuriosire anche quanti al volontariato non ci avevano mai pensato, e che oltre ogni aspettativa ha attratto oltre 32mila persone solo sul sito dedicato cercasiuamani.org, potenziato da standardi, affissioni, maxi pannelli in alcuni siti della città.

CONFCOMMERCIO

Primo contratto per i lavoratori del Terzo settore

Confcommercio Salute Sanità e Cura ha siglato con Terzo Settore, Fisascat Ciste Uilctus il primo Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro applicato agli oltre 40mila addetti del settore socio sanitario assistenziale e delle cure post intensive. Il contratto interessa le imprese socio sanitarie che svolgono servizi di assistenza e cura domiciliare, semiresidenziale e residenziale verso le persone anziane, quelle affette da patologie psichiatriche, le persone disabili e verso coloro che soffrono di dipendenza patologica e le aziende sanitarie. L'obiettivo è uniformare i trattamenti economici e normativi per gli addetti del settore socio-sanitario-assistenziale e delle cure post intensive, e contrastare forme emergenti di dumping contrattuale.

Con questo format, «abbiamo riproposto l'idea di volontariato in una visione più positiva, volta a stimolare i cittadini a volerne sapere di più, nonché ad approfondire la conoscenza del nostro mondo», spiega Cinzia Brentari, coordinatrice del Csv.

Grazie al progetto, secondo un questionario dell'Università La Sapienza di Roma, «il 75% delle associazioni locali partecipanti ha dichiarato di aver interrotto almeno un volontario, ma c'è anche chi è arrivato ad attrarne 20». Nello stesso anno sociale lo storico marchio Merita Fiducia è stato consegnato a 11 associazioni, tra cui 2 new entry, e molti giovani sono stati assoldati nel servizio civile. Il che conferma l'attrattività del settore anche tra le nuove generazioni: 87 hanno iniziato la scorsa primavera in 58 sedi e 49 enti accreditati con lo stesso Csv. Altre 143 persone sono state invece inserite in misure di giustizia riparativa e di comunità, talune beneficiando di servizi di ascolto e counseling filosofico. «Abbiamo quindi realizzato 29 corsi di formazione online e in presenza, ed erogato 689 consulenze, alcune proprio con la volontà di favorire la nascita di nuove associazioni del Terzo Settore, concludendo l'anno con l'approvazione di un ulteriore piano strategico per il



Il Terzo Settore sta attraendo sempre più giovani anche grazie a comparti ad alto tasso di innovazione
Cinzia Brentari (qui a destra) coordinatrice del Csv



triennio 2022-24», dice Brentari, «orientandoci nel complesso momento che volontariato e Terzo settore stanno vivendo, facendo squadra, creando partenariati e lavorando in rete, ascoltando e fornendo risposte il più possibili puntuali agli interlocutori». Il trend di crescita del volontariato veronese è fattore comune anche

alla cooperazione sociale, favorita da una riforma che sta catalizzando la costituzione delle imprese sociali e degli Ets - Enti di Terzo Settore, «ora rivestiti di un ruolo centrale circa l'agire nell'interesse generale, e nei processi di determinazione delle politiche sociali di sistema», commentano Fausto Bertaiola e Davide Bulighin, presidente e direttore di Confcooperative Verona, le cui associate sono aumentate, dal 2015 al 2021, del 19%. Per un valore della produzione complessivo a sua volta in crescita del 21%, attestatosi nel 2021, su circa 170milioni di euro. Il fatturato medio per azienda è passato da 1,591 milioni nel 2015 a 1,621 milioni nel 2021).

OCCUPAZIONE E CONFCOOPERATIVE VERONA

Coop sociali e innovazione, occasione di lavoro

Non solo sociale, la cooperazione ha allargato la propria presenza anche in molti altri settori, dal tessile all'agricoltura e tecnologia



Un mercato promettente anche sul fronte occupazionale. Ma solo laddove a nuova domanda corrisponda adeguata figura professionale. Dalla crisi di reperimento di manodopera, infatti, non è indenne nemmeno il Terzo settore, che durante la pandemia ha subito le sue contrazioni di personale. E nel cui alveo, la cooperazione sociale continua tuttavia a fare la parte del leone, arrivando attualmente a coprire - a livello nazionale - il 53% dell'occupazione complessiva dell'intero settore appunto (fonte: Forum Terzo Set-

tore, 17 febbraio 2022). «La cosa certa è che il Terzo Settore sta attraendo sempre più giovani, che specie nella cooperazione sociale, oltre ai classici e ormai consolidati comparti, da dieci anni a questa parte possono trovare collocamento anche in realtà ad alto tasso di innovazione», spiega il presidente di Confcooperative Verona, Fausto Bertaiola, rimarcando il livello delle prestazioni del mercato cooperativo, capace di «sviluppare competenze e performance ad alto livello e al pari delle altre tipologie di imprese, pur mantenendo intatto l'impatto sociale

condiviso». Ma c'è di più. Dal 2015 al 2021 le cooperative sociali associate a Confcooperative - Federsolidarietà Verona, hanno incrementato la forza lavoro del 9%, attestandosi su poco meno di 6mila addetti, pari a un tasso di occupazione medio di 56 lavoratori per ogni coop sociale.

Ancor più significativo è il rapporto tra fatturato totale e numero di lavoratori complessivo, che nel 2021 si attesta sui 28.900 euro. «Ciò significa che, da un lato, ogni circa 29mila euro prodotti dalla cooperazione sociale (sia nel pubblico sia nel privato), è in-

430

sono le organizzazioni di volontariato di Verona che nel 2021 hanno intrapreso il percorso di migrazione nel Registro Unico. Insieme a loro ci sono anche 330 associazioni di promozione sociale (Aps)



Fausto Bertaiola (presidente Confcooperative Verona): «Un dato è certo, a Verona il Terzo settore sta attraendo sempre più giovani nella cooperazione sociale, ma anche in realtà ad alto tasso di innovazione»



«Ciò dice, da un lato, di una crescita delle realtà sociali sul nostro territorio, in costante avanzamento; dall'altro, della loro capacità di sopravvivenza anche nell'attuale e complesso quadro congiunturale». Lo step successivo «è un necessario cambio di paradigma», nel senso che «il Terzo Settore non può più essere considerato come mero delegato alla gestione dei servizi a carattere sociale e socio-sanitario, spesso attribuiti all'interno della logica di fatto delle "aste a ribasso", ma nel pieno rispetto della differenza di ruolo, dovrà assumere ad attore fondamentale sia nella lettura del fabbisogno, sia nell'ingegnerizzazione delle linee di risposta e di costruzione integrata delle soluzioni», aggiunge il presidente di Federsolidarietà Verona, Matteo Peruzzi. Approccio ribadito dalla stessa riforma, all'articolo 55 del D.lgs. 117/2017, secondo cui: «Le amministrazioni pubbliche... nell'esercizio delle proprie funzioni di programmazione e organizzazione... assicurano il coinvolgimento atti-

vo degli enti del Terzo Settore, attraverso forme di co-programmazione e co-progettazione e accreditamento». Quindi, non si dovrà più ragionare in termini di Ente - Fornitore ma di partnership, rivedendo la condivisione di ogni aspetto relativo alla messa in campo di azioni e politiche sociali. «Una rivoluzione culturale che richiederà tempo per la corretta e piena applicazione. Siamo però certi che questa sia l'unica via possibile anche per il nostro sistema provinciale, orientato a una risposta efficace e generativa di valore verso le innumerevoli vecchie e nuove situazioni di marginalità che emergeranno, anche in conseguenza della situazione congiunturale che sta colpendo l'Italia», conclude la vicepresidente di Confcooperative Verona, Erica Dal Degan. «Ignorarlo potrà solo creare profonda distanza tra bisogno e risposta. Cosa che in questa fase, in cui la forbice sociale ha ripreso ad allargarsi esponenzialmente, il tessuto sociale veronese non può più permettersi».

NUOVE NORME

Di Semplificazioni: agevolazioni e un fisco più snello

Via libera allo snellimento delle misure fiscali per il Terzo settore, a partire dalla definizione dei costi che determinano il confine tra attività commerciale e non commerciale: un confine che determina il diritto o meno alle agevolazioni pubbliche. E quanto previsto dal di Semplificazioni.

Stop alla stampa di registri contabili, libri giornale e inventari, che potranno essere tenuti e conservati con sistemi elettronici e su qualsiasi supporto. Sarà possibile utilizzare il modello F24 per qualsiasi pagamento, anche per quelli che utilizzano ancora la carta sul F23. Viene inoltre previsto l'obbligo per l'amministrazione finanziaria di comunicare la conclusione - e non più solo l'avvio - di attività istruttorie di controllo a carico del contribuente.

È stato corretto infine un altro «errore» relativo alla revisione della base imponibile Irap: nella compilazione della dichiarazione di quest'anno imprese e professionisti potranno non tener conto delle nuove regole sul peso dei lavoratori a tempo e potranno dedurre il costo dei lavoratori con disabilità assunti a tempo indeterminato da enti del terzo settore o da strutture della pubblica amministrazione.

«Una risposta che il mondo della solidarietà attendeva da tempo e finalmente arrivata», commenta Vanessa Pallucci, portavoce del Forum Terzo Settore, in una nota.

«L'approvazione, all'interno del decreto Semplificazioni, della nuova normativa fiscale per il Terzo settore», aggiunge poi, «rappresenta il passaggio cruciale per consentire a migliaia di realtà sociali del Paese di guardare davanti a sé con maggiore serenità e continuare così a operare per il bene delle persone e lo sviluppo delle comunità "ecco perché la rilevanza delle norme approvate riguarda la tenuta del tessuto sociale ed economico».

gaggiata una risorsa lavorativa, dall'altro, che la cooperazione sociale è in grado di assicurare ricadute occupazionali dirette in riferimento alla crescita del valore della produzione». Non che il comparto non abbia accusato qualche deficit, di cui sta ancora pagando le conseguenze. Con la pandemia, infatti, molte cooperative sociali di tipo A (servizi sociali, socio-sanitari e sanitari), hanno subito la migrazione dei connessi profili professionali all'interno delle strutture sanitarie del Servizio sanitario nazionale, proprio per andare a gestire l'emergenza. E questo ha causato grande sofferenza. «Solo enormi sforzi organizzativi hanno permesso di assicurare la continuità dei servizi essenziali con gli elevati standard di qualità da sempre garantiti da questo tipo di cooperazione

nel Veneto». Grande dispiego di forze si registra anche nel Centro servizi per il volontariato di Verona, dove, volontari a parte, al 31 dicembre 2021 risultavano impiegate come dipendenti 10 persone (9 a tempo indeterminato, 7 part-time), il 91% donne. Un'attenzione particolare è rivolta, da alcuni anni, all'assunzione e stabilizzazione lavorativa dei giovani e alla conciliazione vita-lavoro. Nel 2021 hanno inoltre collaborato alle attività del Centro 2 giovani in servizio civile e 6 volontari provenienti dai percorsi di Giustizia di comunità. Il grosso della formazione (in tutto 920 ore) del personale dipendente si è concentrato sulla recente riforma e nello specifico il nuovo registro degli Ets, la co-programmazione e la co-progettazione. Sul valore generato dal volontariato, uno dei dati più

significativi riguarda proprio l'anno della pandemia (2020), in cui 33 organizzazioni certificate nello stesso periodo, hanno messo in campo oltre 2mila volontari, che prestando complessivamente 250mila ore del proprio tempo, hanno erogato a favore della comunità scaligera servizi nel Trasporto sanitario e sociale, nella Donazione di sangue, nell'affidamento/adozione di minori (66 minorenni accolti con 16 adulti nella rete Famiglie per l'Accoglienza Veneto), nella clown terapia, che con 37 servizi ha raggiunto quasi mille persone. Ancora, nell'ambito del disagio sociale (aiutate oltre 80 donne in difficoltà, in strutture di accoglienza, e oltre 297 persone senza dimora) e nei servizi per anziani e disabili, di cui hanno beneficiato più di 200 cittadini.

● F.SAGL.

«Imprese rosa? Più resistenti durante la pandemia»

LE AZIENDE guidate da donne sono a Verona il 20,3%, meno della media nazionale, secondo l'ente camerale. Girelli: «La strada è ancora lunga»

A Verona il tasso di crescita delle imprese femminili nel biennio 2019-2021 è superiore a quello medio registrato per il totale delle imprese



Pur essendo arrivati ad una partecipazione importante, la strada da percorrere è ancora lunga». Esordisce così Roberta Girelli, presidente del Comitato per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile di Verona, commentando i dati relativi al 2021 presenti nell'indagine realizzata dal Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio di Verona.

Ecco i primi numeri che fotografano la situazione: le imprese femminili registrate dall'ente camerale sono risultate 19.581, di cui 17.867 attive, pari al 20,3% del totale di quelle registrate. La provincia scaligera conferma il terzo posto tra le quelle venete per tasso di femminilizzazione, dopo Rovigo e Belluno (rispettivamente 23,8% e 21,0%), seguita da Padova (20,2%), Venezia (20,1%), Treviso (19,9%), e Vicenza (19,7%). In Veneto la percentuale di imprese femminili

sul totale è risultata in media pari al 20,3%, in Italia è del 22,1%. Sintetizza Girelli: «Le oltre 19mila imprese femminili che operano nella provincia di Verona rappresentano un quinto del tessuto imprenditoriale del territorio. Un po' più elevata è la percentuale delle donne imprenditrici: le 40mila donne che ricoprono cariche sono circa il 27% delle persone iscritte al Registro delle imprese. Questi dati non rispecchiano la composizione della popolazione residente, che nella nostra provincia vede le donne rappresentare una quota del 51%». Ecco perché, sostiene, c'è ancora molto da fare.

Entrando nel dettaglio dei numeri, il report evidenzia come il tasso di crescita dello stock delle imprese femminili nel biennio 2019-2021 (+0,6%) sia superiore, anche se di poco, a quello medio registrato per il totale delle imprese (+0,4%). «Questo dato», prosegue Girelli, «ci dimo-

stra la capacità, da parte delle donne, di resistere ad un periodo difficile come quello dell'emergenza pandemica, che ha messo a dura prova cittadini e imprese».

Per quanto riguarda i settori, a fine 2021 il terziario si è confermato quello in grado di raccogliere il maggior numero di imprese femminili.

In particolare, con 7.092 registrate, il settore dei Servizi rappresenta il 36,2% del mondo imprenditoriale femminile, con un tasso di femminilizzazione pari al 26,3%. Ed è anche quello che ha registrato la crescita maggiore rispetto all'anno precedente (+2,5%), e una buona ripresa rispetto al periodo pre-pandemico (+3,9%).

Il settore Industriale, con 1.366 imprese femminili registrate e un tasso di femminilizzazione del 14,2% è pressoché interamente costituito dalle attività manifatturiere che contano 1.328 unità, e registrano una variazione annuale del -1,0% e biennale del -1,7%.

«Le imprese femminili», commenta Girelli, «operano prevalentemente con una quota di circa il 70% nel terziario, mentre sono meno presenti nel manifatturiero. È importante incentivare iniziative che permettano alle donne di ampliare il proprio cerchio d'azione anche verso ambiti produttivi con prevalente presenza maschile. Un ultimo dato su cui riflettere», conclude, «è quello dell'età delle imprenditrici: il 57% ha più di 50 anni. Anche se la percentuale è inferiore a quella dei colleghi maschi, preoccupano le tante difficoltà per le giovani generazioni di avviare un'attività di impresa».

● F.L.

Roberta Girelli, presidente del Comitato per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile di Verona



IDEAZIONE | Comunicare | Saper fare

Dal Carosello agli influencer: veronesi a scuola dalla Ferragni

MARKETING Le aziende, per le loro strategie comunicative, ricorrono alla «fama digitale» di testimonial di casa nostra, da Elena Armellini a Giorgia Mosca a Tracy Eboigbodin

FRANCESCA LORANDI
francesca.lorandi@arena.it

Il passaparola è da sempre lo strumento pubblicitario più potente. Quello di amici e conoscenti che, dopo aver testato dei prodotti, «in strada» le scelte di acquisto. Oppure, nel caso delle aziende più grandi, di testimonial scelti tra i vip del cinema o della tv che hanno un forte ascendente sul loro pubblico. Magari personaggi dal viso rassicurante oppure star capaci di dettare mode e tendenze. Una volta c'era il «Carosello», che aveva come protagonisti persone semplici e sprovvedute, o attori, oppure personaggi d'animazione; oggi il passaparola si è trasferito sul social media e si è fatto strada un numero crescente di influencer capaci di indirizzare le scelte d'acquisto dei propri follower.

Un passaggio epocale che tante aziende hanno già attraversato, riducendo la pubblicità tradizionale (non abbandonandola tuttavia, che uno zoccolo duro di potenziali clienti proviene sempre da lì) e investendo su Instagram, Facebook, Tik Tok. O, meglio, sugli influencer che con i loro scatti e i loro messaggi popolano le pagine di questi social. Il loro ascendente può incidere in maniera impor-

tante sulla visibilità di un'azienda e sulla sua capacità di assecondare, o meno, i bisogni del pubblico. Per questo motivo, diverse attività hanno ridefinito il modo in cui possono coinvolgere il proprio target, al punto che i piani di Influencer Marketing hanno assunto una rilevanza strategica.

Ma non c'è solo Chiara Ferragni. Quando si parla di influencer, il pensiero va subito alle celebrità con milioni di follower che, però, costano un occhio della testa. Invece ci sono gruppi di influencer, decisamente più in linea con il target delle piccole e medie aziende, con i quali è possibile lanciare una campagna senza spendere cifre eccessive. Ottengono grande successo infatti anche le attività create insieme a nano-influencer (1.000/10.000 follower) e micro-influencer (10.000/100.000 follower).

Ci sono anche veronesi che da qualche tempo stanno facendo strada nel marketing, ciascuno specializzandosi in specifici ambiti: Elena Armellini con i suoi 30mila follower, Giorgia Mosca, la cui pagina Instagram «6voltemamma» è seguita da 150mila

persone, o ancora Tracy Eboigbodin, vincitrice dell'ultima edizione di Masterchef, che conta quasi 80mila follower. E poi ci sono quelli più celebri, come Claudio Sona che supera i 500mila follower: nelle ultime settimane lo abbiamo visto pubblicare foto a spasso col cane ai piedi dell'Arena con abiti Guess o in giro per la città con uno scooter Kymco. Tutte immagini con l'hashtag «ad», ad indicare che l'influencer è stato pagato per mostrare quei prodotti. Questi personaggi hanno un rapporto diretto con il proprio pubblico e - aspetto fondamentale - i loro follower sono in linea con i potenziali clienti delle aziende, per età, sesso, posizione geografica, interessi.

Il segreto non è raggiungere tutti, ma non perdersi gli interessati

I settori legati al turismo e alla moda sono stati tra i primi a credere e investire in questo tipo di marketing. Si pensi, per venire alla provincia di Verona, al successo del progetto «I like my lake», la campagna di promozione del lago di Garda veneto e del suo entroterra che la Camera di Commercio di Verona, coordinatrice della Dmo (Destination Management Organization) del Garda, ha organ-

nizzato assieme ai 20 Comuni che hanno aderito al progetto di comunicazione del lago e del suo entroterra. Oltre a spot su radio, tv e giornali italiani e di Paesi stranieri, l'agenzia Pomilio Blumm alla quale è stato affidato il progetto, ha organizzato tre tour ai quali hanno partecipato complessivamente nove influencer arrivati anche dall'estero. Grazie ai post che hanno lanciato sui loro seguitissimi canali social, il Garda ha potuto fare il giro del mondo. Per rendere l'idea, tra loro ci sono Camilla Pizzini, Federico Graziati e Thomas Christians hanno complessivamente un seguito di alcune cen-



Nata come fashion blogger, Chiara Ferragni è diventata prima influencer, poi imprenditrice di successo



FORMAZIONE E IMPRESE

Nel «bootcamp» di Talent Garden nascono i cybersecurity analyst del futuro

Per questo master il più grande operatore europeo di edutech si è alleato con Groupama Assicurazioni



La sicurezza informatica è oggi una delle maggiori priorità di investimento nei diversi campi del digitale in Italia, non solo nelle grandi imprese, ma anche nelle aziende più piccole e meno strutturate, così come in ambito istituzionale. Solo in Italia sono richiesti 100mila esperti in cybersecurity. Un dato che mostra come si sia consolidata negli ultimi tempi la consapevolezza dell'importanza di proteggersi da eventuali minacce informatiche. Partendo da questo

presupposto nelle scorse settimane Talent Garden, la più grande piattaforma per l'innovazione e la formazione digitale, ha realizzato con il contributo di Groupama Assicurazioni, uno dei principali player del settore assicurativo in Italia, «Deep - Cybersecurity Bootcamp», un percorso creato per formare la prossima generazione di Cybersecurity Analyst.

In poche settimane, sono state quasi 400 le candidature arrivate per partecipare al master: per lo più candidati con un'età media di

circa 35 anni, in prevalenza uomini (70%) e provenienti da tutta Italia, ma soprattutto da Piemonte, Lombardia e Lazio e con alle spalle una formazione variegata in relazioni internazionali, economia, scienze dell'educazione, retail e analisi intelligence.

Grazie al supporto di Groupama Assicurazioni, i cinque candidati più meritevoli hanno avuto la possibilità di prendere parte gratuitamente al master, usufruendo delle borse di studio a copertura totale dei costi, messe a disposizione dalla Compagnia assicurativa, in fase di scouting.

Nel percorso di didattica, svolto prevalentemente on line e durato 14 settimane, gli studenti hanno acquisito competenze fondamentali del mondo della Cybersecurity: Network Administration, Forensics, Ethical Hacking, Inci-

dente Handling, Network & Application Security, Threat Intelligence, Risk Management, Secure Design Principles. Non sono mancati i momenti di confronto con i docenti e con i responsabili della sicurezza informatica di Groupama Assicurazioni, che ha deciso di mettere a disposizione per i partecipanti più talentuosi e meritevoli uno stage all'interno dell'azienda.

Come tutti i percorsi formativi di Talent Garden, il corso in cybersecurity offre uno sbocco privilegiato nel mercato del lavoro con un tasso di placement elevatissimo, a testimonianza della bontà e validità della formazione offerta. Durante le precedenti edizioni, oltre l'88% dei partecipanti ha trovato collocazione come Junior Cybersecurity Analyst dopo un solo mese dalla fine del Bootcamp.



Paolo Errico (Maxfone): «I politici, anche i più avvezzi all'uso massivo dei social, dopo alcuni boomerang mediatici sono attenti ad utilizzare Instagram, Tweet o lo stesso web: veicolano contenuti poco attaccabili»



Barbara Bruno (Social media strategist): «I veri creator sono coloro che nel tempo sono riusciti ad instaurare un rapporto di fiducia con i propri follower. È il coinvolgimento la reale chiave del successo di un influencer»



Il voto viaggia sui social: una battaglia a colpi di post, tweet e hashtag

LA CAMPAGNA ELETTORALE si è spostata su Instagram e Twitter. Anche gli influencer hanno un ruolo rilevante, con attacchi diretti ai leader

Per informarsi e discutere sui temi della campagna elettorale i giovani scelgono i social, ascoltano i podcast o leggono le pagine web



mento nel cuore, nelle abitudini e che lo fa identificare in esperienze di vita comuni. Questa è la rivoluzione: una comunicazione a tu per tu in un mondo in cui possiamo raggiungere qualsiasi persona che abbia la connessione ad Internet», spiega Barbara Bruno, project manager & content specialist di Creativart, agenzia veronese specializzata in influencer marketing. «Precursore nell'ingaggio degli influencer», aggiunge, «è stato sicuramente il settore Fashion, ma per l'esperienza della nostra agenzia, il Food & Wine ci sta dando grandissime soddisfazioni, anche nel territorio veronese: le aziende sono reattive e spesso molto più inclini al cambiamento di quello che si pensa».

«Come funziona? Dopo aver stabilito il piano strategico con l'azienda, si definiscono gli obiettivi e da lì parte la prima fase del progetto di influencer marketing: lo scouting, «L'analisi e l'essenziale», aggiunge Bruno, «e i veri creator

sono coloro che nel tempo sono riusciti ad instaurare un rapporto di fiducia con i propri follower, sono "influencer" reali, dettano moda, consigliano, vengono ascoltati. Ed è proprio per questo che, dopo aver selezionato profili ideali per autorevolezza, notorietà, target, stile di comunicazione e visual identity, si fa un check dell'engagement rate. È il coinvolgimento la reale chiave del successo di un influencer ed è il fattore che lo fa preferire rispetto ai colleghi».

Azienda e influencer individuano poi l'attività più adatta da fare, per passare alla creazione e pubblicazione dei contenuti, siano essi video, post statici, stories, reel, a seconda del canale social utilizzato. Contenuti che possono anche essere sponsorizzati, previo accordo tra le parti. «Ultimo step», dice Bruno, «è il monitoraggio dei risultati: quanti follower sono stati raggiunti? Che rapporto a livello di immagine o di vendita è stato dato all'azienda committente?».

La campagna elettorale viaggia sempre più sui social. I manifesti che un tempo affollavano le strade nelle settimane che precedevano le elezioni sono ormai un vecchio ricordo: partiti e politici hanno capito che i voti si conquistano altrove, oggi. La veronese Maxfone, primo data provider europeo indipendente che opera nelle tecnologie IoT (Internet of Things) e nella Data Science ha avviato una serie di osservatori al fine di studiare questo fenomeno, analizzando le attività social e web inerenti alle elezioni, prendendo in considerazione i post pubblicati su Twitter e Instagram e gli articoli presenti nel web. Lo ha fatto tramite SocialMeter, il competence center di proprietà specializzato proprio in big data analytics. «I politici, anche i più avvezzi

all'uso massivo dei social, dopo alcuni boomerang mediatici sono molto attenti ad utilizzare questi canali: se lo fanno avviene in modo mirato, cercando di veicolare contenuti che poco si prestano ad essere attaccati», commentano Paolo Errico e Vittoria Ferlin, rispettivamente amministratore delegato e data analysis operations manager & project coordinator di Maxfone. «Twitter», aggiungono, «sta diventando un campo di conflitto dialettico tra i vari "attori" con botta e risposta più dedicati a loro che al grande pubblico».

Ovviamente la comunicazione è mirata a seconda del target. Parte della partita si gioca nei talk show in tv, «mentre i giovani», proseguono Errico e Ferlin, «tendono a scegliere piattaforme di informazione diverse, ascoltano i podcast o leggono le

pagine web». Nel dettaglio, gli osservatori attivati da Maxfone hanno analizzato nell'ultimo mese l'andamento dei contenuti pubblicati sui web con «elezioni politiche» al loro interno e l'andamento dei post su Instagram e su Twitter pubblicati con i hashtag #ElezioniPolitiche o #ElezioniPolitiche2022, ma anche #ionovoto #ionovoto. È emerso che il partito più presente è la Lega con 1.140 contenuti su Instagram, 1.895 sul web e 5.133 su Twitter. Segue il Pd presente in 4.202 contenuti sul web, 125 su Instagram e 289 su Twitter, e Azione con 2.109 sul web, 262 su Instagram e 1.472 su Twitter. Al centro dell'analisi anche i nomi dei leader politici. La più presente, sommando i vari canali, è Giorgia Meloni (1.964 contenuti sul web, 1.330 su Instagram e 9.234 su Twitter). Al secondo po-

sto, distanziati da numeri ridottissimi, Enrico Letta e Carlo Calenda e, a seguire, Matteo Salvini. Maxfone ha raccolto anche i post con #ionovoto. In totale ne sono stati individuati 412 su Instagram e 14.120 su Twitter che raccontano le opinioni di coloro che non vogliono votare.

Anche gli influencer hanno un ruolo rilevante in questa partita elettorale. Il mese scorso in tantissimi si sono pronunciati sulla fine anticipata di questa legislatura. Non mancano poi attacchi ai singoli leader. Negli ultimi giorni è stato il turno della cantante Elodie che su Instagram ha pubblicato alcuni punti della campagna elettorale della Meloni accompagnati da un serafico: «A me sinceramente fa paura». Migliaia i commenti. Una nuova gatta da pelare per gli staff di comunicazione dei partiti. ● F.L.

ESPLORATORI

Metaverso, chi giudicherà le controversie tra avatar?



RICCARDO BORSANI

Il Metaverso, termine coniato da Neal Stephenson nel suo romanzo sci-fi Snow Crash del 1992, indica uno spazio digitale cui si accede con dispositivi hardware, come visori e sensori, e dove si agisce con la

sensazione di essere fisicamente presenti ma rappresentati da avatar. Un mondo virtuale, dunque, ma tridimensionale, immersivo, relazionale, che esiste a prescindere dalla connessione del singolo utente.

Un Nuovo Mondo che ha attirato gli investimenti dei Big Tech: 70 miliardi di dollari di Microsoft, 10 miliardi di Meta (già Facebook) e (appena) 40 milioni di Google. D'altronde, secondo una stima di ReportLink, il valore del mercato

del Metaverso potrebbe raggiungere gli 800 miliardi di dollari entro il 2026; già oggi si acquistano terreni digitali e di recente Meta ha annunciato la collaborazione con Balenciaga, Prada e Thom Browne per la vendita di abiti digitali per gli avatar. Malgrado sia probabile che molte delle previsioni che si rincorrono oggi si rivelino evanescenti, è tuttavia auspicabile concentrare l'attenzione sull'orizzonte normativo di un fenomeno che è ormai realtà. La privacy degli utenti già costituisce uno dei temi più caldi. Aumenteranno quantità e qualità dei dati personali processabili: ogni comportamento lascerà scie informazionali che potranno essere raccolte e utilizzate. Strettamente connessa è la

questione del business model dei provider e l'opportunità di regolare il perimetro entro cui tali soggetti dovranno muoversi. L'Unione Europea da tempo impegna le proprie forze sul punto: dall'entrata in vigore del GDPR alla nuova proposta di Regolamento per l'AI (Intelligenza Artificiale) o a quella per i servizi di intermediazione online.

Conquistano centralità anche riflessioni in materia di antitrust, giacché ciascuna società avrà interesse a costruire un proprio Metaverso, ostacolando l'interoperabilità tra i sistemi, con il rischio di concentrazioni monopolistiche, che già oggi caratterizzano il settore tech.

La volontà di trattenere gli utenti sulle proprie piattaforme è anche una conseguenza del fatto

che il Metaverso, come si è accennato, ha le potenzialità per divenire uno dei principali mercati globali, fornendo alle imprese nuovi modi di raggiungere gli utenti per offrire non solo beni e servizi del mondo fisico, ma anche assets digitali - sfruttando tecnologie come NFT, criptovalute, blockchain. Nuovi fenomeni commerciali da regolamentare a loro volta.

E la tutela della proprietà intellettuale? Grandi aziende come Hermès o Nike hanno già agito a tutela del proprio marchio per la vendita illecita di riproduzioni virtuali dei loro prodotti. Analogamente, sorge l'esigenza di proteggere il diritto d'autore sulle opere dell'ingegno del mondo fisico che trasmano nella realtà virtuale e anche su quella nuova che in

questo mondo prenderanno forma. Nondimeno, la creazione di questa nuova realtà causa incertezza anche circa le modalità con cui risolvere eventuali controversie. Se quelle tra utente e piattaforma sono spesso demandate ad arbitrati dai Terms of Use, l'autorità che si pronuncerà su quelle tra avatar è ancora nebulosa: alcune voci invocano addirittura una nuova giurisdizione. La questione è ulteriormente complicata dalla circostanza che potrebbe spesso risultare difficile individuare le vere persone dietro agli alter ego virtuali.

In ultima istanza, ma centrale, sarà poi il problema del contrasto al cybercrime sulle nuove piattaforme, basti pensare al possibile legame che si delinea tra criptovalute e riciclaggio. ●

SMART LIFE

Ecologia umana | Benessere

Mente e corpo in equilibrio Le regole per star bene

IL DNA ha una influenza innegabile, ma anche il modo in cui ci «trattiamo» decreta la qualità di vita che avremo da anziani. La specialista: «Attenzione alle malattie che anebbian la mente»

A tavola basta un aggettivo: «Mediterranea». Prima si inizia a mangiare bene, spiega l'esperta, maggiori sono i benefici a lungo termine



LORENZA COSTANTINO
economia@larena.it

La buona salute la si impara... da piccoli. Già dal ventre materno. Lo stile di vita della mamma in gravidanza influenza la salute, presente e futura, del bambino. Questo «tesoretto», più o meno cospicuo, con cui ognuno di noi viene al mondo, può essere poi accresciuto, o sperperato, durante l'infanzia, la giovinezza e l'età matura. Al netto dell'innegabile influenza del Dna - ciascuno di noi è geneticamente più vulnerabile ad alcune patologie e più resistente contro altre - il modo in cui ci «trattiamo» decreta la qualità di vita che avremo da anziani (dopo i 75 anni).

Lo spiega Emanuela Turcato, direttore dell'Unità operativa di Geriatria

Emanuela Turcato è il direttore dell'Unità operativa di Geriatria all'Irccs ospedale Sacro Cuore - Don Calabria di Negrar



riatria all'Irccs ospedale Sacro Cuore - Don Calabria di Negrar, articolando il vademecum per la vita sana e il «buon invecchiamento» in due macro-aree: la salute del corpo e della mente.

«Lo stile di vita occidentale», esordisce la geriatra, «implica di per sé fattori di rischio. Sedentarietà. Dieta squilibrata. E, dal punto di vista delle relazioni umane, la tendenza all'individualismo e alla disgregazione sociale che privano i più fragili, come gli anziani, di una rete di protezione».

Sedentarietà e alimentazione scorretta, oltre a cattive abitudini come il fumo e l'abuso di alcol: ecco le principali «colpevoli» di quell'ampio ventaglio di patologie, spesso interconnesse, che causano sia la maggior parte dei decessi sia l'invalidità in vecchiaia. «Obesità, diabete, ipertensione e ipercolesterolemia. Se non tratta-

te in tempo, possono innescare grandi eventi cerebro-cardio-vascolari come l'ictus, cioè il mancato afflusso di sangue al cervello o la rottura di un'arteria cerebrale, e l'attacco cardiaco o infarto», spiega la dottoressa Turcato.

Altra minaccia, le neoplasie: «Ancora», continua, «lo stile di vita è decisivo. Per esempio, nella donna, il tumore alla mammella è correlato alla quantità di grasso corporeo, produttore di estrogeni. Nel tumore al colon, tra le cause c'è una dieta senza fibre. L'eccesso di alcol aumenta il rischio di tumori a fegato, bocca, gola e tratto digerente. Il fumo provoca tumori polmonari e vescicali».

A tavola basta un aggettivo: «Mediterranea». «Prima si inizia a mangiare bene, maggiori sono i benefici a lungo termine. Le donne incinte con una buona alimentazione partoriscono bimbi con più probabilità di crescere in salute», spiega Turcato. «È importantissimo educare i piccoli in tal senso fin dai primi anni. Famiglia e scuola giocano un ruolo essenziale». Aggiunge: «Non succede nulla se una volta al mese si porta la famiglia al fast food. Il cibo non diventi una fonte di stress. Ma sforziamoci di sostituire le merendine industriali per il break dei figli con una fetta di pane e marmellata e un frutto».

Che la dieta sia una chiave della longevità in salute è assodato: «Il biologo statunitense Ancel Keys, diede avvio al «Seven countries study», una delle più importanti ricerche epidemiologiche mai condotte sul rapporto fra alimentazione, grassi saturi e incidenza

delle malattie cardiovascolari, che monitorò per vent'anni oltre 12mila abitanti di sette Paesi. Concluse che le diete italiana, greca, quella della ex Jugoslavia e anche del Giappone abbassava drasticamente l'insorgenza di tali patologie». «Le cucine dei Paesi virtuosi avevano in comune l'abbondanza di verdura, frutta, legumi, cereali soprattutto integrali e grassi monoinsaturi, come l'olio d'oliva, mentre scarseggiavano di grassi animali. Durante i suoi studi», aggiunge, «Keys si innamorò del Cilento, vi abitò a lungo e morì a 100 anni suonati, nel 2004».

La dottoressa va avanti: «Dai 40 anni, a parità di peso, la massa muscolare tende a diminuire a favore della massa grassa. Essere obesi o arrivare a 50-60 anni in sovrappeso significa andare incontro più facilmente all'artrosi. Questa patologia, talora dolorosa, induce a essere meno attivi e quindi a ridurre anche le occasioni di socialità. È un circolo vizioso che può portare a una vecchiaia in fragilità e solitudine». Tenersi in forma, dunque: «Ottimo sarebbe ritagliarsi almeno mezz'ora, tre volte alla settimana, per una camminata a passo spedito. Dedicando il week-end a una passeggiata o bicicletta in natura».

La «macchina» va revisionata spesso: «Tanto più se si sa di avere familiarità con una patologia, bisogna sottoporsi a check-up regolari. E correre ai ripari se emergessero le prime avvisaglie». Il pa-

trimonio osseo, costruito nella prima parte della vita, va poi difeso dalla degradazione: «Contro l'osteoporosi, è arduo invertire la rotta in tarda età. Prima, invece, con giusta dieta e movimento, possiamo tenere rifornito di calcio il nostro «magazzino».

Abbiamo parlato delle malattie che minano il fisico. Ma non meno invalidanti sono quelle che anebbian la mente: Alzheimer e demenza senile, dovute alla progressiva degenerazione delle cellule nervose cerebrali. «Centrano la predisposizione genetica e, anche qui, la dieta: va arricchita con vitamina E, frutta secca, pesce azzurro e olio d'oliva. Però», afferma la geriatra, «conta molto pure l'atteggiamento.

**Attenti allo stile di vita occidentale
Il segreto: coltivare interessi**

Non coltivare interessi, non leggere, essere soli, impigrirsi, rimuginare ansia, rancore e rimpianti sono tutti elementi di rischio». Aggiunge: «A volte subentrano forme depressive non riconosciute. Non solo l'umore cupo, ma anche i disturbi del sonno, lo scarso appetito, il disinteresse per qualsiasi ritrovo conviviale possono essere campanelli d'allarme».

«Salvifiche sono le passioni, gli hobby, tutte le attività che accendono l'entusiasmo. Ma pure queste sono difficili da improvvisare, quando ormai il problema c'è», conclude Turcato. «Vanno coltivate fin dall'infanzia e per tutta la vita, come parte integrante del proprio «programma» di benessere».

STILI

L'ostacolo come via necessaria alla felicità



GIUSEPPE FAVRETTO

A Ferragosto un gruppo di giovani amici ha scelto di fare un trekking impegnativo, l'idea era quella di esplorare le antiche vie della devozione, con tappe di ristoro notturne in alcuni vecchi conventi. I nostri avventurosi si sono trovati già dal primo giorno di fronte a difficoltà non previste. Costretti a causa della impervietà dei tracciati ad utilizzare di sera le torce elettriche per districarsi tra i sentieri e alla fine trovare cibo e riparo. Mi hanno telefonato per condividere l'esaltazione provata alla vista del campanile della chiesa e del primo ostello.

L'esperienza e la gioia vissute verranno da loro raccontate per molti anni ancora. Seguo le notizie che narrano di altro tipo esultanze dense quelle «felicità in scatola» che si possono consumare a Lloret de Mar sulla costa Brava in Spagna. Alla loro ricerca risultano impegnati giovani di ogni parte del mondo. Rifletto e paragono le due modalità esperienziali. Le guardo, entrambe, col rispetto dovuto a tutti coloro che cercano una propria traccia. Il diritto ad una felicità laica e moderna è sancito già dalla Costituzione Americana. In essa e nei suoi fondamenti si evocano diritti inalienabili: Vita, Libertà e Ricerca della Felicità. La Costituzione parla di felicità non come un risultato, ma come percorso. Non è un caso che anche per lo stesso

Ungaretti il viaggio sia più importante della meta stessa. Qual è la strada per la felicità? Personalmente non ho dubbi. È un viale in salita, fatto di progetti, di ostacoli, di esaltazioni e di cadute. Frank Herbert coronava l'incipit dei suoi libri con una raccolta di gustosi aforismi. Uno di questi mi colpì talmente che l'ho donato a mia figlia. Diceva: «Se cerchi la libertà ti troverai alla fine preda dei tuoi desideri, se cerchi la disciplina incontrerai la tua libertà». Molte persone di fronte alla domanda del perché gli aerei volino non sanno rispondere, immaginano che sia la semplice forza del motore a compiere il miracolo; invece, il prodigio si avvera grazie alla resistenza dell'aria. Sono resistenze e difficoltà che ci fanno salire. Stravinsky l'aveva capito bene: sosteneva che il togliersi un ostacolo corrispondeva al togliersi una forza.

DELLA TERRA

Cibo | Natura | Trasformazione

Parte dalle piante officinali il rilancio della Lessinia

IL PROGETTO di Cia e dell'associazione Giardino officinale prevede la creazione di una filiera per la produzione e la vendita di arbusti spontanei e diffusi, che diventano la base di amari e liquori

Il piano prevede di partire da due arbusti che in Lessinia crescono spontaneamente ma non vengono utilizzati in modo produttivo: il ginepro e il sambuco



A SPREA

La tradizione vive nel laboratorio

L'Erbecedario è nato nel 2001 a Sprea, un piccolo borgo vicino a Badia Calavena, a 878 metri di altitudine. Il laboratorio situato nella ex-canonica della Chiesa del piccolo paese, prosegue la tradizione tramandata da Don Luigi Zocca, famoso parroco erborista che raccolse nel scorso secolo la cultura di origine cimbra insieme al sapere botanico, già presente in questi luoghi, della Vis Medicatrix Naturae. Accanto alla storica erboristeria, Erbecedario ha lanciato nel 2017 il suo e-commerce dedicato.

LUCA FIORIN

luca.fiorin@larena.it

Le erbe officinali come nuova frontiera dell'agricoltura in Lessinia. Di un'agricoltura che è più sostenibile di così non potrebbe essere, visto che è basata su vegetali che crescono spontaneamente, e che potrebbe dare una risposta inaspettata ai problemi legati al fare economia, alla base dello spopolamento della montagna.

Nell'ambito della Festa delle erbe organizzata a Sprea di Badia Calavena dall'associazione Giardino officinale - la quale sta rilanciando una struttura che ospita oltre 300 piante su 4mila metri quadrati di terreno, un unicum nel Veneto - è stata proposta un'idea decisamente innovativa. Il progetto

è stato illustrato in occasione di un convegno, durante il quale si è parlato degli utilizzi delle erbe nelle cure, oltre che, ovviamente, del giardino intitolato a don Renzo Zocca, il «prete di Sprea».

A margine del confronto è stata lanciata un'iniziativa promossa da Cia agricoltori italiani Verona, e che coniuga il recupero di antiche tradizioni con una visione dell'attività del comparto primario volta al futuro. Il progetto prevede infatti di usare quello che già c'è in natura per creare prodotti innovativi. Tutto questo, implementando esperienze che attualmente vengono portate avanti da pochissime realtà produttive strutturate, come, per restare a Badia Calavena, l'Erbecedario.

«Come associazione di agricoltori, stiamo lavorando alla realizzazione di una vera e propria filiera produttiva, che metta assieme

chi coltiva o raccoglie le erbe officinali e chi le commercializza, con l'obiettivo di mettere in piedi un progetto di ampio respiro, che possa ottenere il sostegno dei fondi del Piano regionale di sviluppo agricolo», spiega Mirko Sella, che è vicepresidente di Cia provinciale, membro di Giardino officinale, oltre che produttore di vino ed olio.

Il progetto ha come punto di partenza l'utilizzo di due arbusti che in Lessinia crescono spontaneamente, sono molto diffusi e non vengono utilizzati in modo produttivo. Il primo è il ginepro, col quale si pensa di far nascere un liquore inedito, il Gin della Lessinia. Può inoltre essere utilizzato anche nel-

la realizzazione di amari, come quello di Sprea, a base di erbe. Il secondo è il sambuco, il quale è talmente diffuso da essere addirittura considerato infestante ma che, d'altro canto, viene usato sempre più nei prodotti alimentari ed è diventato anche elemento

essenziale di un aperitivo che sta avendo molto successo nel Nord Italia, l'Hugo. «Il sambuco da noi non viene né coltivato né raccolto, con il risultato che in Italia lo si importa dall'estero.

Anche il ginepro non viene utilizzato nonostante le potenzialità che ha», afferma Sella. Il quale ricorda che in Lessinia crescono anche altri vegetali utilizzabili per produrre amari o per realizzare

prodotti erboristici, come sciroppi, pomate, tinture ed altro. «Si tratta di realizzare delle attività per le quali si può contare su una manodopera che è già presente sul territorio», continua il vicepresidente di Cia.

Sella sottolinea che questo progetto potrebbe essere un modo concreto per evitare che la gente se ne vada dalla montagna veronese. «Ci sono parecchie aziende che stanno acquistando terreni in Lessinia e che ci contattano, in quanto noi abbiamo un know how che nasce da una lunga tradizione nella conoscenza e coltivazione di erbe, che sulla collina di Sprea nascono spontaneamente e in abbondanza», aggiunge Federica Tollini, la presidente dell'associazione Giardino Officinale. Associazione che aspira ad avere un ruolo centrale in questa operazione.

Si potrà contare sulla manodopera già presente nel nostro territorio

L'INNOVAZIONE IN UN TERRENO DI ROVERÈ

Le fragole «senza tempo» di Laura

In un ettaro di terreno scosceso Dalla Riva produce 15 quintali di fragole all'anno



Raccogliere fragole dai primi di luglio alla fine di novembre. Questo è quello che riesce a fare Laura Dalla Riva, coltivatrice di Roverè e presidente della locale sezione di Coldiretti, la quale quindici anni fa ha deciso di provare a rendere produttivo un ettaro di terreni scoscesi, che sino ad allora non potevano ospitare erba. Ha così creato una coltivazione idroponica che le permette di vendere mediamente 15 quintali di fragole all'anno, che maturano in sacchi di terra dall'inizio dell'estate fino a quando non arrivano le prime gelate.

Questa terra viene mantenuta umida grazie ad una rete di microcondotte ed è alimentata con fertilizzanti. Le fragole senza tempo crescono e maturano a San Rocco di Piegara, su un ettaro di terreno posto a 650 metri sul livello del mare. Qui, all'interno di un'azienda che conta in tutto 40mila metri quadrati di campi, coltivati anche, a ciliegio, ulivo, mirtillo e castagne, Dalla Riva ha piantato 4.500 piantine di fragole, i cui frutti sono ricercati sia da chi frequenta i mercati a chilometro zero di Campagna Amica che da gelatieri e pasticceri. «D'altronde», spiega la coltivatrice, «le fragole

della Lessinia sono particolarmente dolci e hanno un profumo inconfondibile».

Queste caratteristiche le hanno mantenute anche quest'anno, nonostante l'eccezionalità climatica che ha contrassegnato questi mesi. «Il grande caldo e la carenza di piogge, che in parte siamo riusciti a sopperire grazie a vasche di accumulo dell'acqua piovana, hanno causato una diminuzione di circa un quarto delle rese delle piante e un calo delle pezzature», spiega Laura Dalla Riva.

Le fragole, comunque, continuano ad essere di ottima qualità e non mancano certo di avere estimatori.

Frutti che in questi ultimi giorni, grazie all'aumento dell'escursione termica fra giorno e notte, stanno tornando alle dimensioni abituali.

FRUTTA

Pere, inizia la raccolta: è l'anno della ripresa



La coltura delle pere è di quelle di maggiore «peso» a Verona

Le pere, nonostante i postumi dell'annata catastrofica del 2021, rimangono una delle colture frutticole che, nel Veronese, hanno più peso. Nei giorni in cui è iniziata la raccolta, con la varietà William, in previsione di continuare dalla prima decade di settembre con Abate, Conference e Falstaff, già si parla una netta crescita della produzione che, lo scorso anno, è stata mutilata dalle gelate primaverili.

La produzione nazionale è stimata a circa 474mila tonnellate, più del doppio rispetto al 2021 ma con un calo del 20% rispetto al 2020 a causa dell'andamento climatico di questa estate. Il grande caldo e la siccità, infatti, hanno causato una significativa diminuzione dei calibri di frutti e rese. Secondo i dati di Veneto Agricoltura, la nostra provincia è quella che in ambito regionale continua a registrare la minore flessione di impieghi. In Veneto la superficie nel 2021 è scesa a 2.365 ettari (-7,6%), con l'81% di impianti collocati tra le province di Verona (1.185 ettari, -4,9%) e Rovigo (725 ettari, -9,3%). In calo anche le superfici nel Padovano (326 ettari, -7,1%) e nel Veneziano (102 ettari, -13,5%). «La quantità è maggiore rispetto allo scorso anno, ma le temperature hanno causato la cascola in alcune zone e la produzione non sarà particolarmente elevata», avverte Francesca Aldegheri, presidente del settore frutticolo di Confagricoltura Verona e produttrice a Belfiore. Aldegheri ricorda che le gelate del 2021 hanno lasciato il segno, visto che le piante hanno subito un forte stress, e che il carico di frutti sta risultando inferiore a quello potenziale. Inoltre molti frutti non raggiungono pezzature grandi e quindi sono poco appetibili per il mercato, tanto da ottenere quotazioni insoddisfacenti. «In generale, conclude, «si registra un continuo calo di superfici coltivate a pero, perché la cimice asiatica, malattie come l'alternaria, le gelate e gli eventi estremi hanno indotto molti agricoltori a cercare colture alternative».

● LUCA FIORIN

MACROGARDA | Rassegne | Promozione

Sistema tripolare delle fiere un'altra carta da giocare per il lago

DIBATTITO APERTO Creare una sinergia fra le realtà espositive di Verona, Riva e Brescia è possibile. Danese: «Una strada da percorrere». Pellegrini: «Sediamoci a un tavolo». Saccone: «Confronto utile». Artelio: «Più turismo congressuale»

EMANUELE ZANINI

Il lago di Garda rimane una delle principali destinazioni turistiche italiane, confermato anche dagli incoraggianti segnali che stanno arrivando in questa stagione di ripartenza, con numeri in netto aumento rispetto alle ultime stagioni e sullo stesso livello, se non superiori, alle annate pre Covid, quando, come nel 2019, erano stati registrati quasi 25 milioni di turisti in totale.

Il territorio gardesano, dopo aver affrontato le grandi difficoltà e le sfide provocate dalla pandemia, ora vede un orizzonte più sereno ed è pronto a rilanciare. Ma in che modo? Con quali strumenti?

Un mezzo per promuovere e sfruttare in maniera più profonda le grandi potenzialità ancora inespresse del Benàco potrebbe essere rappresentato dal ricco ed eterogeneo sistema fieristico presente nell'area gardesana e nelle zone limitrofe.

Proprio all'estremità settentrionale del lago più grande d'Italia, in Trentino, a Riva del Garda, si trova un polo, sorto nel 1972, specializzato nella realizzazione di manifestazioni fieristiche e nell'organizzazione di congressi di vario tipo, anche di livello internazionale.

Sono due i principali eventi che caratterizzano il centro trentino: Hospitality, il salone dell'accoglienza, e Expo Riva Schuh. Hospitality è la fiera internazionale dedicata agli operatori dell'Ho.Re.Ca., che può contare su una superficie espositiva di oltre 40mila metri quadri (la 47esima edizione si svolgerà dal 6 al 9 febbraio 2023).

Expo Riva Schuh, invece, si conferma come punto di riferimento tra le kermesse dedicate al mercato mondiale delle calzature: nell'ultima edizione, chiusasi il 14 giugno scorso (la prossima si terrà dal 14 al 17 gennaio 2023), si sono registrati oltre ottomila partecipanti, provenienti da 103 Paesi del mondo ed espositori da oltre 41 nazioni.

Ma il vero, imprescindibile polo fieristico di riferimento per il Garda è senza dubbio Veronafiere, forte della vasta esperienza e tradizione nel settore fieristico e dei numeri a disposizione: 309mila metri quadrati di quartiere espositivo, 70 rassegne e iniziative, oltre 1 milione di visitatori e buyer provenienti da ogni parte del mondo, 15mila aziende espositrici, con alcune punte di diamante, a partire da Vinitaly, oltre a Marmomac, Fieragricola, Fieracavalli, per citarne solo alcune. Eventi, che assieme ad altri, collocano Verona tra le principali fiere non solo italiane ma anche internazionali.

Nell'area sud occidentale, inve-

COMUNITÀ DEL GARDA

Ceresa: «Il lago non ha bisogno di altri eventi»



Ipotesi di nuove sinergie per un sistema fieristico che crei uno o più eventi ad hoc per il Garda? «Il lago non ne ha bisogno», sostiene Pierluccio Ceresa, segretario generale della Comunità del Garda, nell'esprimere la propria opinione personale sul tema. «Ogni polo fieristico ha proprie caratteristiche. Riva è specializzato in particolare in due eventi che la contraddistinguono, nel segmento delle scarpe e dell'foreca, entrambi punto di riferimento nei rispettivi settori», premette.

«Veronafiere è una delle realtà più importanti nel panorama europeo e mondiale. Brescia, ma soprattutto Montichiari e in parte anche con Gavardo, stanno tentando il rilancio. Ognuno, insomma, ha la propria fiera di riferimento. Credo sia sufficiente valorizzare ciò che già c'è. Temo che pensare a qualcosa di diverso, a nuovi progetti, rischi di generare sprechi inutili con stanziamento di nuove risorse. Insomma non ha senso generare altri poli o eventi. Credo semmai si possa sviluppare e valorizzare ciò che già c'è, evitando magari concordanze intestine e coordinamenti tra le realtà già esistenti», conclude Ceresa. Tra dubbi, perplessità ma anche ottimismo, su possibili progetti da sviluppare, il bacino benacense nel frattempo sta ripartendo con una nuova spinta dopo le enormi difficoltà causate dalla pandemia. Da più parti il 2022 è definito l'anno della ripartenza e i numeri sembrano andare in questa direzione: il lago, infatti, si conferma tra le destinazioni più gettonate.

EM.ZAN.

ce, è presente Brixia Forum, il polo fieristico di Brescia, con la governance affidata a Pro Brixia, azienda speciale della Camera di Commercio della città lombarda, oltre a Montichiari, a sud di Desenzano, dove si trova un quartiere fieristico che si estende su 248mila metri quadrati, di cui 80mila utilizzabili per le manifestazioni.

Vista questa base di partenza così solida e variegata, i tre poli fieristici che circondano il lago potrebbero avere le carte in regola per creare un nuovo sistema, con nuove sinergie, per sviluppare eventi o una vera e propria fiera dedicata al Garda che, sulla carta, potrebbe ulteriormente migliorare l'immagine del Benàco in Italia e nel mondo.

Al momento è solo un'idea, un'ipotesi, di cui non si è ancora discusso. Un tema ancora da affrontare ma che potrebbe aprire nuovi scenari al comparto turistico gardesano e non solo. Cosa ne pensano al riguardo, quindi, i centri fieristici che gravitano attorno all'area gardesana?

Per Maurizio Danese, amministratore delegato di Veronafiere, «creare valore per le economie dei territori di riferimento, è uno degli obiettivi da sempre prefissati dagli organizzatori di rassegne, eventi e congressi. Pertanto, ogni collaborazione che possa moltiplicare gli effetti benefici di questa leva importante rappresentata dal sistema fieristico, e da esplorare e perseguire con grande attenzione. Ed è per tale motivo che la Fiera di Verona sta lavorando insieme a Destination Verona & Garda Foundation ed altre società fieristiche per strutturare una proposta concreta in questa direzione», osserva Danese, tra l'altro presidente di Aefi, l'Associazione espositori fiere italiane che rappresenta il 96 per cento delle rassegne organizzate in Italia.

«Da un recente studio Aefi-Prometeia», prosegue Danese, «emerge infatti che l'industria fieristica italiana, quarta al mondo, con i soli eventi nazionali e internazionali genera un impatto sui territori, tra servizi, trasporti e ospitalità e salari, quantificabile in 22,5 miliardi di euro l'anno di produzione, per un valore aggiunto stimato in 10,6 miliardi di euro pari allo 0,7 per cento del Pil. Effetti macroeconomici aggiuntivi, questi, rispetto al business generato in fiera dalle imprese partecipanti. Un moltiplicatore di business ma anche di turismo d'affari alto-spendente, di servizi specializzati e di posti di lavoro».

«La Fiera di Verona», conclude Danese, «genera sul territorio un indotto annuo in media superiore a un miliardo di euro. Nel 2022, se non ci saranno altri imprevisti "esterni", dovremmo chiudere con livelli di fatturato sopra i 100 milioni di euro, molto vicini a quelli del 2019, assicurando un ritorno positivo su tutto il

La Bit di Milano, la più grande rassegna italiana dedicata al turismo, resta il punto di riferimento, ma sviluppare sul Garda una o più manifestazioni specifiche dedicate al lago è un traguardo possibile grazie a tre fiere attraverso le quali promuovere il Benaco



perimetro interprovinciale e regionale».

Roberto Pellegrini, presidente di Riva del Garda Fierecongressi, dal canto suo, lancia un messag-

po, penso che sia in un aumento della qualità più che della quantità delle presenze turistiche.

«In tal senso i sistemi fieristici coinvolti, possono offrire un ind-

«Credo non sia prematuro creare nuove idee che valorizzino il nostro lago»

gusto forte e chiaro: «Credo che non sia prematuro sederci attorno ad un tavolo con le altre realtà del territorio e parlare di come poter creare nuove sinergie e idee per valorizzare ulteriormente il nostro lago. Credo ci siano due tematiche in particolare che potrebbero essere sviluppate: in primis il turismo, con tutte le sue articolazioni e interconnessioni con il territorio, e, strettamente legato ad esso, l'ambiente. Il vero tema,

possono offrire un ind-

gusto forte e chiaro: «Credo che non sia prematuro sederci attorno ad un tavolo con le altre realtà del territorio e parlare di come poter creare nuove sinergie e idee per valorizzare ulteriormente il nostro lago. Credo ci siano due tematiche in particolare che potrebbero essere sviluppate: in primis il turismo, con tutte le sue articolazioni e interconnessioni con il territorio, e, strettamente legato ad esso, l'ambiente. Il vero tema,

de unica ma in diverse location attorno al lago, ma pianificati sotto una regia unica allargata. In tal senso la sinergia e il confronto tra i diversi poli fieristici potrebbe risultare non solo importante ma anche vincente. Il tutto con l'imprescindibile sostegno della politica e dell'imprenditoria locale. Sono convinto che se si riuscisse a trovare il giusto connubio tra le proposte e le esigenze delle varie realtà coinvolte, tutti potrebbero trarne grande vantaggio. In sostanza se riuscissimo a dare un'ulteriore spinta internazionale al "brand lago di Garda" avremmo fatto bingo».

Per Roberto Saccone, presidente di Pro Brixia e della Camera di Commercio di Brescia, «sebbene il tema in questione non sia il

1 miliardo

LA FIERA DI VERONA genera sul territorio un indotto annuo in media superiore a un miliardo di euro. Nel 2022 dovrebbe chiudere con livelli di fatturato sopra i 100 milioni di euro, molto vicini a quelli del 2019



MAURIZIO DANESE «Creare valore per i territori di riferimento è uno degli obiettivi di rassegne, eventi e congressi. Pertanto, ogni collaborazione che possa moltiplicarne gli effetti benefici, è da perseguire con attenzione»

Turisti a Peschiera del Garda: il lago, con i suoi 25 milioni di presenze annuali rappresenta uno dei bacini turistici più importanti a livello europeo ma non ha una manifestazione propria che ne valorizzi le potenzialità



Danese qui sopra citava il progetto di Destination Verona & Garda Foundation, su cui ritorna il presidente della neonata fondazione, Paolo Artelio. «Promozione, informazione, accoglienza e commercializzazione unitaria di tutta l'offerta turistica veronese, organizzata in due destinazioni mature (Lago di Garda Veneto e Verona città) e quattro marchi d'area (Valpolicella, Lessinia, Soave ed Est Veronese, Pianura dei Dogi). È questo l'obiettivo che si prefigge la Destination Verona & Garda Foundation, nata lo scorso marzo con il coordinamento della Camera di Commercio di Verona e che, dopo soli cinque mesi, conta già 63 Comuni aderenti, che rappresentano ben il 91 per cento delle presenze turistiche scalgere», sottolinea il presidente della neonata fondazione.

«È innegabile», prosegue il presidente di Destination Verona & Garda Foundation, «che una parte degli oltre 18 milioni di presenze turistiche 2019 (ultimo anno pre-Covid) fatte registrare da tutto il territorio veronese siano da attribuire al settore Mice (Meetings, Incentive, Conference and Exhibitions)».

Quest'ultimo, in sostanza, riguarda una particolare forma di turismo, in cui grandi gruppi di persone, pianificati in anticipo, si riuniscono per uno scopo particolare. Il programma è ben organizzato e si può esplorare tramite, appunto, eventi, conferenze, incontri, fiere e varie forme congressuali incontrati intorno a un argomento particolare.

«Sarà compito della fondazione», conclude Artelio, «sviluppare ulteriormente questo segmento di mercato, organizzando la già ricca offerta che può proporre il nostro territorio, in piena collaborazione con Veronafiere e tutti gli altri attori pubblici e privati e promuovendola a livello nazionale e internazionale».

Il concetto di base è ribadito, sebbene in forma allargata, dalla parte politica regionale, che punta ad una promozione turistica unitaria del Garda verso i mercati esteri, specialmente quelli più lontani, ovvero quelli in cui presentarsi in modo unitario rappresenta un valore aggiunto. È ciò che sta alla base del piano, ancora

«Sviluppare il sistema fieristico potrebbe giovare a tutto il territorio gardesano»

«Il progetto del "Garda unico" è una delle strade maestre che stiamo perseguendo per valorizzarlo ulteriormente dal punto di vista turistico», commenta infine Federico Cener, assessore regionale al Turismo. ■

De Beni: «Unire le forze e creare progetti turistici come fa Rimini»

FEDERALBERGHI Il presidente del Garda Veneto evidenzia la scelta fatta dalla Riviera romagnola con il Ttg, che fa concorrenza alla Bit di Milano

Una fiera del turismo anche sul Garda: alcune esperienze sono già state realizzate, come quella di Limone Expo (nella foto) ma secondo De Beni il modello per il lago è quello di Rimini



Pù sinergie per allargare le ricadute che il sistema-turismo ha sull'economia complessiva del lago. «Aprire dialoghi costruttivi può sempre portare a qualcosa di buono. Lo stesso vale per possibili collaborazioni con le fiere, da cui possono sempre nascere nuove occasioni per il settore turistico», sostiene Ivan De Beni, presidente di Federalberghi Garda Veneto, che interviene sull'ipotesi di creare nuove intese tra i poli fieristici che gravitano attorno al Benaco.

De Beni cita in particolare le fiere di Riva del Garda e Verona, che specialmente con alcuni eventi creano indubbi benefici al settore alberghiero. «Con la fiera di Riva abbiamo avviato una proficua collaborazione, in particolare con Hospitality, in cui abbiamo la possibilità di relazionarci direttamente con nuovi fornitori oltre che con quelli "storici". Ma lavoriamo bene pure con Ver-

ona, in particolare con i grandi eventi come Vinitally, che porta un importante indotto riflesso anche sul lago, con una crescita di pernottamenti durante la rassegna», afferma l'albergatore gardesano, ex sindaco di Bardolino, che aggiunge: «Ciò dimostra che ragionando con il sistema fieristico locale sarebbe interessante creare nuove sinergie per sviluppare eventi o fiere, specialmente in periodi dell'anno di bassa stagione».

Per De Beni, quindi ci sono i presupposti per «uscire ad unire le forze e creare un nuovo progetto che dia ulteriore slancio al turismo gardesano e al territorio in genere. Per farlo è necessario sedersi attorno ad un tavolo e dialogare sui molteplici aspetti da tenere in considerazione nel redigere piani strategici di così ampio respiro. Il confronto porterebbe utili indicazioni sulle possibili modalità per realizzare un eventuale progetto, sulla sosteni-

bilità economica. Sserebbe per esempio creare delle simulazioni per vedere se sia o meno conveniente».

De Beni quindi lancia una proposta, prendendo spunto da un evento di successo creato sulla riviera romagnola. «A Rimini hanno puntato e investito molto su una fiera interamente dedicata al turismo (Ttg Travel Experience, in programma quest'anno dal 12 al 14 ottobre, ndr), per un periodo entrata in concorrenza anche con la Bit di Milano. Perché non esportiamo il modello riminese sul lago di Garda? Il Benaco, sebbene con 25 milioni di turisti totali sia la terza destinazione turistica nazionale, ha ancora ampi margini di crescita. Credo sia giunto il momento di pensare ad un proprio momento, un evento dedicato, che l'organizzazione di uno o più poli fieristici può garantire. Questo sistema potrebbe portare ulteriori benefici al territorio, sia a livello promozionale che di immagine. Al momento rimane un sogno, ma attraverso la concretizzazione delle sinergie di cui si parlava, potrebbe diventare anche realtà».

Nel frattempo De Beni commenta con soddisfazione l'andamento della stagione turistica in corso: «Siamo contenti. Se il trend si dovesse confermare fino al termine dell'annata, si potrebbero addirittura superare i numeri registrati nel 2019. Manca circa un mese e mezzo. L'incertezza regna ancora sovrana, ma il mercato è molto dinamico. Le prenotazioni continuano ad essere effettuate all'ultimo momento, last minute. Ma i presupposti per chiudere un'ottima stagione ci sono davvero tutti». ■ **EM.ZAN.**

Ivan De Beni, albergatore, ex sindaco di Bardolino, presidente di Federalberghi Garda Veneto, scommette sulle fiere e invita a nuove sinergie che fanno bene al turismo gardesano



momento per effettuare una riflessione al riguardo. Siamo di fronte a tre poli con caratteristiche e peculiarità differenti.

«Anche per questo in confronto potrebbe essere utile: dialogare su argomenti che possono creare nuove sinergie e un sistema integrato può sempre essere utile, è chiaro che prima servirebbe uno studio approfondito per capire se un'idea del genere possa davvero concretizzarsi», afferma Saccone, che precisa: «Trovare un sistema sinergico di sviluppo del sistema fieristico sul Garda potrebbe giovare a tutto il territorio, che a volte soffre di troppi campanilismi. È indubbio che il lago di Garda è anche un brand internazionale che potrebbe essere sfruttato di più e meglio. Un esempio concreto di sinergia potrebbe essere rap-

presentato per esempio dalla civiltà del Garda, che sta unendo le tre regioni di riferimento. Una volta ultimata l'opera, sono certo potrà fornire una spinta notevole al turismo e all'immagine del Benaco. In tal senso anche il sistema fieristico locale potrebbe dire la sua».

Sull'argomento una voce in capitolo dovranno averla anche gli «addetti ai lavori», tra cui gli operatori che gravitano attorno al turismo e quindi nell'accoglienza degli ospiti, i quali, per varie ragioni - lavorative o di svago - soggiornano lungo le tre sponde del Garda e nelle aree limitrofe.

TURISMI

| Arte | Cultura | Bellezza

Rinascita turistica della Valpolicella tra calici e vigneti

LA TENDENZA iniziata dopo la pandemia è esplosa in questi mesi, con wine lovers che prenotano visite, partecipano agli eventi promossi dalle cantine, acquistano negli shop

VALERIA ZANETTI
economia@larena.it

Per le cifre è ancora presto ma i sentiment sono concordi. Questa l'estate della grande rimonta dell'enoturismo in Valpolicella e forse la più felice che il segmento dell'accoglienza tra i vigneti e le botti della principale denominazione scialigera abbia mai vissuto. Turisti e wine lovers prenotano le visite in vigna, partecipano alle iniziative organizzate dalle cantine oppure semplicemente affollano i wine shop, tra una degustazione e un acquisto. «La tendenza era già in atto l'anno scorso», conferma il presidente del Consorzio Vini Valpolicella, Christian Marchesini, «ma in questi mesi è esplosa: la ricerca si concentra soprattutto sulle piccole aziende, da scoprire».

Da anni la Valpolicella si sforza di diventare polo attrattore del turismo tra città e lago. «La sinergia con la città è naturale: il territorio di Verona è il più vitato della denominazione con 1.300 ettari di vigneto. A Parona ci sono già i filari. Per un amante delle nostre produzioni basta prendere un autobus in centro e in 15-20 minuti si trova in campagna, con il calice in mano», osserva. Gli ultimi due anni sono stati complicati anche per questo territorio, che la Camera di Commercio ha eletto a «marchio d'area» per promuovere in modo integrato il Veronese e analizzare i flussi turistici capillarmente. La zona definita dal perimetro dei Comuni di Dolcè, Fu-

mane, Marano, Negrar, Pescantina, San Pietro In Cariano, Sant'Ambrogio e Sant'Anna d'Alfaedo ha totalizzato, secondo lo studio «Le destinazioni turistiche e i marchi d'area veronesi: analisi dei flussi nel 2021», chiuso nel giugno scorso e redatto dal Servizio studi e ricerca dell'ente camerale, 216mila presenze nel 2021. Rispetto al 2019, quando la quota di italiani e stranieri era all'incirca equivalente, si è affermato il turismo domestico (pari al 64,4% del totale).

L'emergenza pandemica ha determinato comunque un calo di oltre 110mila giornate di presenza: quasi 26mila per gli italiani (-15,7%), circa 84mila per gli stranieri (-52,3%). Pur con questa flessione su base biennale, la Valpolicella ha evidenziato per la componente dei visitatori esteri valori in crescita per alcuni Paesi di provenienza: la Germania, al primo posto con una quota del 35,9% e oltre 27mila presenze (+10,9% rispetto al 2019), seguono i Paesi Bassi (+45,3%). Le flessioni più consistenti in termini percentuali si sono verificate per il Regno Unito (-88,6%) e per Israele (-86%). I valori mensili dei pernottamenti di italiani e stranieri sono stati costantemente inferiori al 2019, con l'eccezione di agosto. Per i connazionali, la tendenza vede il sorpasso delle performance del 2019 in luglio, agosto e ottobre,

con un allineamento in giugno, settembre e novembre. Il Covid ha quindi fatto riavvicinare gli italiani al turismo locale. Anche gli stranieri che tradizionalmente scelgono per le vacanze l'Italia, spostandosi in auto hanno incrementato la loro permanenza. In aggiunta, quest'anno sono ripresi i voli e sono tornati i turisti internazionali da Regno Unito, Usa e anche dall'Asia.

«Italiani e stranieri si fermano anche due o tre giorni in zona a caccia di aziende vitivinicole di dimensioni familiari e approfittano delle visite guidate che dall'estate 2020 abbiamo spostato il più possibile all'aperto, tra i vigneti. Vogliono camminare tra i filari, assaggiare i vini in corteo in terrazza, farsi raccontare, dal grappolo alla bottiglia, la storia delle

Si fermano più giorni a caccia di aziende vitivinicole meglio se familiari

nostre produzioni. Tra loro sempre più connazionali, giovani che apprezzano la qualità, sono curiosi e affascinati dal nostro mondo», racconta Piergiorgio Ferrarese, imprenditore del settore vitivinicolo, alla guida dei Giovani di Confagricoltura Verona.

«Nei wine shop delle nostre cantine in una giornata si incontra mezzo mondo: sono tornati gli statunitensi e gli inglesi, si confermano clienti affezionati i danesi, si affacciano polacchi e romeni, questo mese abbiamo accolto nella mia azienda (Villa Spinosa, ndr) una comitiva di indiani in vi-

Il Covid ha fatto riavvicinare gli italiani al turismo locale. Anche gli stranieri che tradizionalmente scelgono per le vacanze l'Italia, spostandosi in auto hanno incrementato la loro permanenza



sita in Veneto: da Venezia, a Vicenza, a Verona con tappa proprio in Valpolicella», racconta Ferrarese entusiasta. I giovani stanno imprimendo un'accelerazione ai cambiamenti nell'ospitalità. «Cerchiamo di fare rete, tra aziende vitivinicole, di ristorazione e ricettive: l'importante è che il turista resti sul territorio. Organizziamo proposte in pacchetti. Mettiamo a punto iniziative per catalizzare l'attenzione di un pubblico che attraverso il passaparola digitale delle recensioni fa crescere il nostro business», afferma. Tra le idee di maggior successo,

InVigna, progetto enoturistico alla terza edizione ideato da due veneti, Chezia Ambrosi e Chiara Lavarini, e patrocinato da Confagricoltura e Coldiretti Verona.

Alle consolidate dieci date nei weekend, con picnic tra le vigne, si sono aggiunte quest'anno otto serate infrasettimanali in Valpolicella con aperitivi in location mozzafiato e street food: quattro venerdì alle Vigne di San Pietro e tre giovedì nella Tenuta Santa Maria di Villa Mosconi Bertani, che ospiterà anche il brunch di chiusura del tour domenica 25 set-

tembre. L'enoturismo targato Valpolicella inoltre potrà ricevere ulteriore impulso dall'apertura anche del «Masi Operations & Visitor Center», la cui inaugurazione rappresenterà il momento più importante delle celebrazioni per l'anniversario delle 250 vendemmie (1772 - 2022) della famiglia Boscaini al vigneto «Vaio dei Masi», da cui viene il nome dell'impresa, diventato marchio internazionale. L'edificio polifunzionale nell'ambito delle attività della Masi Wine Experience, sarà una sorta di entry-gate nelle terre dell'Amaronc.

LA COMPETIZIONE INTERNAZIONALE DELL'APP TIQETS

Torna il Remarkable Venue Awards, «Segnalate le bellezze veronesi e venete»

In passato sono stati premiati, tra gli altri, il Parco Giardino Sigurtà, oltre al Palazzo Ducale di Venezia e ai Musei Vaticani



Le nostre bellezze veronesi hanno tempo fino all'8 settembre per concorrere all'edizione 2022 di Remarkable Venue Awards, il premio organizzato da Tiqets per celebrare i musei e le attrazioni di Italia, Francia, Paesi Bassi, Regno Unito, Stati Uniti e Spagna che hanno fornito ai visitatori le migliori esperienze turistiche. La piattaforma mondiale di prenotazione online per musei e attrazioni, che di recente ricevette un finanziamento di 60 milioni di dol-

lari da Airbnb, in passato ha già riconosciuto, tra gli altri, il Parco Giardino Sigurtà, oltre al Palazzo Ducale di Venezia e ai Musei Vaticani.

Per la sesta edizione della competizione Tiqets ha aggiunto nuove categorie: ricerca musei e attrazioni con strategie di marketing creative, nuove tecnologie e attenzione alla sostenibilità per la categoria «Most innovative» e realtà uniche o di nicchia di richiamo eccezionale per la «Migliore gemma nascosta».

Il concorso prevede anche le sezioni «Most remarkable venue», «Best museum», «Best attraction», «Best landmarks» e «Best onsite experience». I vincitori delle categorie «Most Innovative» e «Miglior Gemma Nascosta» saranno selezionati da una giuria di esperti culturali e esperti regionali per ciascuno dei sei Paesi coinvolti, composta da professionisti del settore dei viaggi, organizzazioni educative, Dmo, giornalisti del mondo travel o influencer.

I vincitori saranno premiati alla cerimonia del Remarkable Venue Awards che si terrà al Tourism Innovation Summit a Siviglia il 2 novembre alle 19 e sarà trasmesso in streaming mondiale. «Invitiamo tutti gli operatori del settore dei viaggi a registrarsi gratuitamente online», dichiara Paolo Fatone, Regional Director Cen-

tral, Southern Europe e Gepo (Germany & Poland) di Tiqets.

Chi desidera partecipare al Remarkable Venue Awards 2022 di persona, riceverà anche un pass gratuito del valore di oltre 700 euro per assistere a tutti gli appuntamenti del Tourism Innovation Summit 2022, il vertice globale dell'innovazione e della tecnologia per il settore dei viaggi e del turismo che si terrà fino al 4 novembre.

(Per candidarsi: <https://www.tiqets.com/venues/remarkable-venue-awards/judges/#event-information> - alla voce "Apply for the Best Hidden Gem or Most Innovative Venue Award" - Per registrarsi e partecipare all'evento di persona o online: <https://www.tiqets.com/venues/remarkable-venue-awards/judges/#event-information>). ● MS.

SAPERI & TALENTI

Capitali umani | Competenze

Anche gli imprenditori vanno a scuola di strategie

FORMAZIONE Il programma della Business Academy di Cim & Form di Confindustria Verona con l'advisor Wepartner per aiutare chi amministra una società a sviluppare organizzazioni coerenti con il proprio modello di business

FRANCESCA SAGLIMBEN
economia@larena.it

Contribuire a rendere i processi decisionali più rapidi ed efficaci, attrarre e indirizzare manager esterni per incrementare la competitività aziendale, e facilitare il rapporto tra i soci, specie in momenti delicati quali i passaggi generazionali. Ma anche aiutare le imprese ad accreditarsi nei confronti degli stakeholder di riferimento. Questi e non solo i benefici di una governance ben strutturata, come quella che da anni l'advisor indipendente Wepartner contribuisce a creare attraverso la consulenza a imprenditori e ai membri dei consigli di amministrazione.

Temi che tra qualche mese interesseranno anche molte imprese veronesi, aderenti al programma di formazione della Business Academy su «La governance d'impresa e il ruolo dei cda - Training executive per consiglieri di amministrazione e imprenditori», organizzato con la Cim&Form di Confindustria Verona (www.cim-form.it). Chiarezza dei ruoli. Il ruolo marginale svolto in molti casi dal cda, spiega infatti Andrea Toluoso, partner di Wepartner, «può dipendere da diversi fattori, tra cui l'assetto proprietario, la dimensione dell'impresa e la composizione stessa degli organi di governo». Nelle aziende di minori dimensioni e di natura familiare che compongono gran parte del tessuto imprenditoriale nazionale (60%), «spesso i ruoli del socio, dell'amministratore e del manager, si sovrappongono. La mancanza di chiarezza nella ripar-

Nelle aziende familiari i ruoli di socio, manager e amministratore si sovrappongono

un membro del consiglio di amministrazione significa, inoltre, contribuire alla formulazione delle strategie aziendali, valutare l'adeguatezza dell'assetto organizzati-



Imprenditori si nasce e si diventa? Sempre più importante la formazione anche per chi fonda un'impresa o fa parte dell'azienda di famiglia

tizzazione delle responsabilità, soprattutto nelle imprese di seconda o terza generazione e con una compagine sociale articolata, può

costituire un grande problema». Essenziale, dunque, «che si impari a distinguere i ruoli e che ciascuno si comporti in modo coerente, a seconda del "cappello" di volta in volta indossato». Essere

vo dell'impresa, individuare e governare i rischi dell'impresa. Per far funzionare bene un cda è quindi fondamentale che gli amministratori possiedano le competenze e le professionalità adeguate, e nello specifico conoscano il business dell'impresa, e sviluppino le competenze interdisciplinari necessarie a comprendere e valutare un piano industriale, l'assetto organizzativo aziendale, i principali meccanismi operativi dell'azienda. «Ma proprio per questo, è necessario non fare confusione tra ruoli proprietari e di governo ("sono socio per cui mi spetta un posto in consiglio")», ribadisce il professionista di Wepartner, guidata da un team di 50 profili di

eccellenza, provenienti sia dal mondo accademico, che da imprese e servizi finanziari, con consolidata esperienza in cda, collegi sindacali e Organismi di valutazione di società quotate e non quotate.

Quanto alla struttura e al funzionamento di un cda, i codici di autoregolamentazione danno indicazioni e suggerimenti precisi. «Nello specifico, anche il cda di un'azienda non quotata, di minori dimensioni, dovrebbe aprirsi ad am-

ministratori esterni e/o indipendenti. Una scelta spesso non facile, soprattutto per le aziende familiari di prima e seconda generazione, «che tuttavia avrebbe molti vantaggi, tra cui evitare una eccessiva autoreferenzialità e rendere più facile l'organizzazione e il funzionamento del consiglio». Per garantire la continuità dell'impresa, inoltre, assume una sua specifica rilevanza anche «l'informazione ai soci di minoranza non direttamente coinvolti nella gestione e nel governo dell'impresa», attraverso la quale il cda può assicu-

rare nel tempo la coesione proprietaria. Guardando alla crescita e allo sviluppo invece, «il consiglio di amministrazione può svolgere un ruolo essenziale nel processo di managerializzazione dell'impresa e nella selezione del team più adatto a realizzare le strategie identificate». Ecco allora che la formazione diventa uno strumento chiave, per riportare i cda sul binario della loro reale vocazione, che è quella di aiutare l'impresa a sviluppare una visione strategica del futuro chiara e coerente con il proprio modello di business, definendo obiettivi di medio e lungo termine oltre l'orizzonte temporale della quotidianità.

Necessario non confondere la proprietà con chi governa le imprese

L'INTERVISTA A TIZIANA RECCHIA

«Imparare a gestire le difficoltà e i cambiamenti»

●● Sono trascorsi ormai trent'anni da quando Tiziana Recchia ha fondato Cassiopea, società veronese di formazione e consulenza, specializzata in coaching, affiancamento aziendale, acquisizione della capacità di parlare in pubblico.

Aumentano i manager, gli imprenditori, i professionisti che sono consapevoli dell'importanza della formazione. Quali sono le loro richieste?

Negli ultimi anni si è fatta avanti, accelerata anche dalla pandemia, una maggiore consapevolezza dell'importanza delle soft skills, le competenze trasversali, quelle non puramente tecniche, che rappresentano il 50 per cento delle abilità necessarie a un manager e a un imprenditore. Molte richieste riguardano anche l'accompagnamento nel passaggio generazionale delle aziende: l'obiettivo è preservare l'azienda salvaguardando i rapporti familiari. E poi abbiamo avviato molti percorsi per diventare brand ambassador: è sempre maggiore la consapevolezza dell'importanza della comu-



Tiziana Recchia ha fondato 30 anni fa Cassiopea, società veronese di formazione e consulenza aziendale

nicazione non solo del prodotto ma anche dei valori e della filosofia aziendale, aspetti sui quali le persone sono sempre più attente.

Come si spiega questa accresciuta sensibilità e attenzione verso la formazione?

Un fattore importante è stato l'apporto dato dai figli degli imprenditori, con la loro visione di leadership molto diversa da quella delle passate generazioni. C'è stata poi una evoluzione stessa dei manager e dei professionisti: si sono accorti che le richieste del mercato portano a un cambio di mentalità.

E con l'emergenza pandemica, cos'è cambiato?

Nel post pandemia è aumentato il bisogno di supporto per situazioni di stress e anche di maggio-

re fragilità. Il Covid ha influito sulle persone molto più di quanto sembri: la privazione, il disorientamento, la paura hanno ridotto la resilienza. Col risultato che ora, alla prima difficoltà, si rischia di gettare la spugna. È molto richiesto anche il rafforzamento dell'autostima, la focalizzazione sugli obiettivi aziendali e la capacità di essere flessibili.

Ogni percorso è creato su misura e spesso coinvolge non solo l'imprenditore ma anche i suoi collaboratori. Per quale motivo?

Per raggiungere risultati concreti è fondamentale creare un clima aziendale sereno. Si parte da lì per realizzare un progetto che riguarda il leader ma anche i suoi collaboratori. C'è infatti un principio da considerare sempre: la centralità della persona. ● F.L.

MONDI&MERCATI | Traiettorie | Globali

INIZIATIVA Nasce a Verona «Profit 4 Cooperation», la prima realtà italiana che collega impresa e solidarietà

Aziende e no profit si alleano per esportare la solidarietà

FRANCESCA SAGLIMBENI
economia@larena.it

Anche le aziende profit fanno cooperazione e ce ne sono sempre di più anche a Verona con legami economici e culturali di carattere internazionale. Anche questa è Verona. Ma spesso tra i due mondi, quello delle aziende e quello dell'impegno umanitario e sociale c'è un gap. «Per parlare con imprese profit che fanno cooperazione, a chi devo rivolgermi?». Quanti già se lo fossero chiesti senza trovare risposta e quanti - presto o tardi - se lo chiederanno, devono venire a Verona. Qui nel pieno della stagione estiva si è costituita la prima associazione nazionale, «Profit 4 Cooperation», volta ad aggregare tutte le realtà del privato profit attive nella cooperazione internazionale allo sviluppo, e a rafforzare il ruolo, vuoi attraverso la condivisione di modelli ed esperienze maturate nei comparti industriali o aree geografiche di interesse/operatività comune, vuoi favorendo la creazione di partnership con gli attori pubblici e istituzionali, gli investitori, i media, tradizionalmente presenti in questo mercato. Uno spazio di confronto, che funga anche da acceleratore per la nascita di nuove iniziative private nel sistema italiano della cooperazione allo sviluppo. Uno spazio «da noi non ancora sviluppato in modo compiuto, talvolta per una mancata conoscenza delle opportunità realmente esistenti sul territorio (prima tra tutte il Bando nazionale dell'Agenzia italiana per la Cooperazione allo Sviluppo), altre volte per la carenza di una formazione ad hoc», spiega la veronese Lucia Dal Negro, ideatrice del progetto in riva all'Adige, già fondatrice,



La culla ecologica e anti-malaria è un brevetto del centro di progettazione veronese De-Lab fondato da Lucia Dal Negro. Queste culle sono state prodotte e adottate in Uganda...per ora

nel 2013, del centro di progettazione De-Lab (dal 2018 società Benefit), e da sempre specializzata nel coinvolgimento del privato profit in iniziative di cooperazione secondo il modello del Business Inclusive. Il più recente dei quali, «Kokono», finalizzato alla tutela della salute materno infantile in Uganda, dove partendo da un bisogno primario della popolazione autoctona, De-Lab ha attivato un indotto produttivo interamente locale dedicato alla realizzazione di culle antimalariche ed ecosostenibili dalla medesima progettata, impattando virtuosamente

L'idea è di Lucia Dal Negro già fondatrice di De-Lab, centro di progettazione

anche sull'economia delle comunità coinvolte. «Lo spunto per la creazione di Profit 4 Cooperation mi è giunto dalla famosa domanda che Henry Kissinger, segretario di Stato Usa, sollevava

provocatoriamente negli anni '70: «Se voglio parlare con l'Europa, chi devo chiamare?», evoca Dal Negro. E quindi da un bisogno, ancora una volta, del territorio, in questo caso italiano. «Il bisogno di avere un'occasione di incontro e confronto tra imprenditori del settore, o comunque sensibili al tema, con cui potersi scambiare know-how e buone pratiche, così

facilitando e promuovendo i processi e le proposte ai tavoli dei maggiori enti pubblici che già si occupano di cooperazione allo sviluppo. E in buona sostanza aumentare la qualità delle iniziative future e il loro impatto, anche con la definizione di nuovi strumenti finanziari». I 7 cofondatori della nuova Aps (Lucia Dal Negro, presidente; Vera Madella, vicepresidente; Lorenzo Di Ciaccio, consigliere; Francesca De Gottardo; Liuba Soncini; Lucio Vespentini, segretario; e Giampietro Costanza) sono tutti imprenditori vincitori del Bando Aics-Agenzia Italiana per la

Cooperazione allo Sviluppo, provenienti dai settori artigianale, tessile, delle rinnovabili, ma non solo, che collaborano con il settore pubblico nello sviluppo di questi modelli. «L'associazione, aperta all'adesione di nuovi soci, darà dunque loro l'opportunità di lavorare assieme in modo da riposizionare il settore privato profit in un ruolo di supporto ulteriore al lavoro già svolto da istituzioni e organizzazioni della società civile». Quanto ai Paesi interessati dalla cooperazione, la distribuzione degli interventi segue linee

principalmente politiche e il nostro Paese nello specifico tiene una lista di cosiddetti «Paesi Prioritari» (Africa sub-sahariana: Burkina Faso, Senegal, Niger, Somalia, ecc.; Mediterraneo: Egitto, Tunisia; Medio Oriente: Libano, Palestina; Balcani: Albania, Bosnia; America Latina/Caraibi: Cuba, El Salvador; Asia: Afghanistan, Myanmar, Pakistan). L'operazione viene poi diretta laddove vi è un'emergenza umanitaria in corso o dove vige una più solida tradizione di interazioni. Con l'arrivo del privato profit nella cooperazione, si è aggiunto anche il criterio della sostenibilità economica delle iniziative, al fine di consentire il mantenimento nel tempo senza dover dipendere da aiuti esterni.

AFRICA E POLITICA ENERGETICA NAZIONALE

Gas, tre commesse di Saipem in Angola e l'Italia aumenta l'autonomia dalla Russia

PAOLO VERDURA

Gas ai massimi storici sulle piazze europee, l'inflazione corre e la competitività dell'economia. Ue perde colpi nei confronti dei cugini statunitensi. Ma intanto Saipem cerca di aumentare l'autonomia italiana dai gasdotti russi e si è aggiudicata 3 nuove commesse in Angola per 900 milioni di dolla-

ri (871 milioni di euro circa) per un giacimento di gas naturale. Si allarga così il portafoglio ordini del gruppo, che a fine giugno era di 22,98 miliardi di euro. Il tutto mentre il gas si conferma sempre più una risorsa strategica con prezzi record ad Amsterdam. Una corsa dovuta agli stoccaggi in corso in tutta Europa per far fronte all'atteso taglio delle forniture dalla Russia in vista dell'inverno. Con le nuove commesse di Saipem l'Africa si consolida come area alternativa alla Russia per le

La sede centrale della Saipem a Milano: le tre commesse vinte sul gas in Angola valgono 900 milioni di dollari



forniture all'Europa di gas naturale. In prima linea c'è l'Algeria, che nel 2021 ha prodotto circa 85 miliardi di metri cubi, esportandone circa 40. Da mesi il Paese è il primo importatore per l'Italia di metano. Segue l'Egitto con 60 miliardi di prodotti, ma consumati interamente in casa, mentre la Nigeria ha prodotto poco meno di 50 miliardi di metri cubi, consumandone 15 ed esportando i rimanenti 35 alle esportazioni. Commitment dei nuovi contratti di Saipem è New Gas Consortium costituito da due società controllate al 100% da Azule Energy, Sonangol P&P, Chevron e TotalEnergies, volte allo sviluppo del giacimento di Quiluma & Maboqueiro al largo della costa nord-occidentale dell'Angola. Compito di Saipem è sviluppare l'ingegneria e la costruzione, il «procurement» e la costru-

zione, inclusa l'assistenza alle attività di allacciamento e avviamento della piattaforma di Quiluma, nonché del relativo impianto terrestre di trattamento del gas naturale. Per il Gruppo italiano si tratta del primo progetto in Angola relativo ad un giacimento solo di gas naturale. La partecipazione allo sviluppo di tali giacimenti nel «Lower Congo Basin», spiega Saipem, porterà ad un incremento del volume di gas estratto dall'impianto di Angola Lng destinato al mercato estero e domestico. In questo modo il Gruppo, che ha concluso un aumento di capitale da 2 miliardi di euro lo scorso 15 luglio per un rosso di 2,4 miliardi nel 2021, può «consolidare il proprio posizionamento strategico in West Africa ed in particolare in Angola, paese in cui l'azienda opera da oltre 40 anni».

CAPITALI&CONSUMI | Beni | Bisogni | Servizi

A Verona banche più digitali e 11 Comuni senza una filiale

STATISTICA Il Covid ha accelerato la riorganizzazione degli istituti: 15.240 abitanti in provincia hanno perso lo sportello. Nei piccoli centri molti gli anziani e il web funziona poco. Allarme dei sindacati. Bankitalia: trovare soluzioni

VALERIA ZANETTI
economia@larena.it

La banca diventa sempre più digitale e sparisce dai centri urbani, soprattutto piccoli. Nei quartieri e piccoli centri di provincia negli ultimi anni gli sportelli sono stati decimati, vittime di accorpamenti, acquisizioni, razionalizzazioni e soprattutto dell'avvento del web. A lanciare l'ultimo allarme è stata Fabi, la Federazione autonoma dei bancari italiani, rilevando che sul territorio nazionale quasi quattro Comuni su dieci non hanno nemmeno un'agenzia aperta. La situazione si aggrava al Sud, ma anche in Veneto sono oramai diversi i paesi privi di questi servizi.

A raccontare come la geografia degli sportelli sia cambiata sono i dati statistici di Banca d'Italia, che fotografano la situazione al 31 dicembre scorso. Nel Veronese, gli accessi fisici ogni 100mila abitanti sono passati dai 54 del 2020 ai 49 del 2021. Una presenza comunque superiore rispetto alla media veneta, ferma a 45 sportelli (sempre ogni 100mila abitanti, ndr) nel 2021 e in linea con quella nordestina, che risente della diffusione capillare di agenzie in Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia.

In pratica - come rileva Banca d'Italia (bollettino statistico «Banche e istituzioni finanziarie: articolazione territoriale») - a fine 2021 nel Veronese erano 87 i Comuni serviti da banche, due in meno rispetto all'anno precedente; i 502 sportelli del 2020 si sono ridimensionati a quota 455 (-47). I tagli li fanno soprattutto le banche Spa (società per azioni): 335 le agenzie rispetto alle 375 dell'anno della pandemia (-40). Seguono gli istituti di credito cooperati-



vo che presidiano la provincia con 105 sportelli contro i 111 dei 12 mesi precedenti. La riduzione ha anche risvolti occupazionali: in Veneto in un anno si sono persi poco meno di un migliaio di posti di lavoro (da 26.144 addetti a 25.262). Verona è in testa per personale assunto dalle banche: 10.266 operatori nel 2021, in calo rispetto ai 10.765 dell'anno precedente.

«Secondo le nostre informazioni sono attualmente senza sportello undici comuni, Mezzana di Sotto, che ha 2.463 abitanti, Rivoli Spa (società per azioni): 335 le agenzie rispetto alle 375 dell'anno della pandemia (-40). Seguono gli istituti di credito cooperati-

San Mauro di Saline (553), Ferrara di Monte Baldo (221). Questi centri erano per lo più presidiati dalle banche maggiori, che hanno accorpato i servizi», ragiona Marco Muratore, segretario provinciale di Fabi. «A chi abita questi territori è richiesto di raggiungere sedi distanti 5 o 6 chilometri. Il problema è che chi in genere riesce a spostarsi è per lo più anche in grado di svolgere le operazioni online. Gli anziani o la popolazione più fragile non ha più accesso allo sportello fisico e non è capace di usare il digitale», aggiunge. «Per il futuro ci si può attendere qualche apertura da parte delle banche di credito cooperativo, la cui forza risiede nella presenza sul territorio. Mentre le banche

che vengono da fuori provincia o regione, in genere si insediano in città», rileva. «La riduzione delle filiali sta creando e creerà non pochi problemi al Paese e alla clientela bancaria - concorda il segretario generale della stessa sigla, Lando Maria Sileoni - in particolare agli anziani e a chi vive in aree dove esiste un problema di accesso a internet. E poi c'è una questione di carattere generale: con una presenza sempre più limitata sul territorio le banche potranno svolgere sempre meno quel ruolo sociale, a fianco di famiglie e impre-

se, che è determinante per lo sviluppo e la crescita economica».

Della situazione è consapevole Banca d'Italia, che nella relazione sugli esposti ricevuti dai clienti nel 2021 e pubblicata il 18 luglio scorso, evidenzia: «Le numerose segnalazioni da parte di cittadini, associazioni e rappresentanti delle istituzioni locali e del territorio, relative ai disagi della clientela derivanti dalla chiusura di sportelli bancari».

La contrazione del numero delle

Gli istituti di credito stanno riorganizzando le filiali puntando molto sui servizi digitali: meno filiali, meno personale e meno costi anche per i clienti. Ma in certe aree geografiche - per alcune fasce di popolazione può diventare un problema

agenzie bancarie è legata all'adozione di nuovi modelli di business, oltre che al perseguimento di obiettivi di contenimento dei costi. Però il problema c'è e va affrontato. «La Banca d'Italia - si legge - ha manifestato la propria disponibilità, nel rispetto delle scelte imprenditoriali degli intermediari, a valutare possibili proposte finalizzate ad attenuare i disagi per i clienti e a preservare la possibilità di accedere ai servizi bancari e finanziari essenziali». La scelta di non recarsi allo sportello, utilizzando casse automatiche e servizi online, spesso è obbliga-

Una spinta fenomenale è venuta proprio dalla pandemia: secondo l'Osservatorio Hybrid Lifestyle di Nomisma in collaborazione con Crif, nel 2021 il 45% degli italiani che ha un conto bancario ha diminuito o cessato del tutto le visite di persona alla propria filiale (pur avendola). Trovare una soluzione non è semplice: gli sportelli bancari sono ormai considerati un costo e non c'è piano industriale di istituto di credito che non preveda la chiusura di «punti vendita». Secondo i sindacati del settore, la banca dovrebbe continuare ad essere un servizio anche se non sempre presidiare il territorio con lo sportello fisico comporta un utile. Inoltre, per contrastare il calo occupazionale è possibile puntare a garantire un buon servizio, che passa dalla presenza fisica degli operatori sul territorio, piuttosto che dai call center, e che si può ottenere cercando di integrare con nuove assunzioni la mole dei pensionamenti. Anche per questo motivo Fabi, First Cisl, Fisas-Cgil e Uliva Verona stanno collaborando con il dipartimento di Scienze Umane dell'Università di Verona alla realizzazione di una ricerca sul rapporto tra territorio e banche, con durata biennale.

Nel 2021 sono stati chiusi 47 sportelli nel Veronese: da 502 si è passati a 455

LA BUSSOLA

Conti bancari online e non Le regole per risparmiare



DAVIDE
CECCHINATO

Come risparmiare sul conto corrente Secondo la Banca d'Italia nel 2020 la spesa di gestione di un conto corrente bancario è stata pari a 90,9 euro, 0,2 euro in più

rispetto al 2019. Si tratta del quinto aumento consecutivo della spesa, sebbene di importo molto contenuto. La normativa di trasparenza prevede che il consumatore, prima di sottoscrivere il contratto, sia informato del costo ipotetico complessivo per l'utilizzo del conto prescelto attraverso un indicatore sintetico di costo (Icc). Inoltre, in occasione delle comunicazioni periodiche, il consumatore deve potere confrontare le spese

effettivamente sostenute con l'Icc, per verificare la congruenza del profilo tariffario rispetto alle proprie esigenze. Nel 2020 la spesa di gestione di un conto online è stata pari a 21,4 euro, 1,2 euro in meno rispetto all'anno precedente. Un conto corrente online permette quindi di risparmiare oltre 50 euro all'anno rispetto a un conto tradizionale. Se poi si ha un rapporto di conto corrente inefficiente, che non rispecchia le nostre esigenze, possiamo arrivare ad un risparmio di oltre i 100 euro all'anno. Banca d'Italia ha individuato 7 modi «standard» di utilizzare un conto. Sono i cosiddetti «profilo tipo di utilizzo» che si differenziano per numero e tipo di operazioni svolte annualmente allo sportello o on

line. I sei profili di operatività individuati dalla Banca d'Italia per i conti c.d. «a pacchetto» sono: Giovani (164 operazioni all'anno); Famiglie con bassa operatività (201 operazioni all'anno); Famiglie con media operatività (228 operazioni all'anno); Famiglie con elevata operatività (253 operazioni all'anno); Pensionati con bassa operatività (124 operazioni all'anno); Pensionati con media operatività (189 operazioni all'anno). Per il conto corrente c.d. «a consumo», invece, è previsto un solo profilo caratterizzato da una ipotesi di utilizzo molto contenuta. Ridurre i costi del conto corrente si può, basta osservare alcune semplici regole:

- non utilizziamo il conto

corrente come di gestione del risparmio ma per quello che è, uno strumento per gestire le entrate e le spese correnti.

- I documenti che la banca invia sono importanti, debbono essere letti e non gettati ma conservati con cura.
- Se non avete un conto corrente on line, l'invio dell'estratto conto ha un costo, optate per una periodicità almeno trimestrale e, se volete controllare le operazioni utilizzate i servizi bancomat o quelli telefonici della banca.
- Le operazioni on line sono sempre più convenienti rispetto all'operatività dello sportello, oltre a risultare più comode perché slegate dagli orari.
- La domiciliazione delle bollette è gratuita, la singola operazione di pagamento costa in media un

euro. Pensate a quante bollette si pagano in un anno

- Attenzione ai conti che prevedono un numero di operazioni incluse nel costo (cd. a forfait) perché se si supera il limite si paga salato.
- La carta di credito del proprio conto corrente potrebbe essere anche conveniente ma attenzione a vincoli e costi.
- Prelevare al bancomat di un altro istituto potrebbe comportare l'addebito di commissioni.
- Fate attenzione a non andare in rosso, potrebbe costare caro. Le banche offrono conti per giovani, pensionati e altre tipologie di clienti. Se rientrate in una di queste categorie confrontate i costi con quelli del vostro conto e se sono migliori non esitate a cambiare.