

150
1867
2017

LA STAMPA



IL FUTURO DEL NORD OVEST

F

FULVIO
DAMELE

osse solo una questione di tenacia, la Riviera sa come rialzare la testa: 130 anni fa fu devastata da un terremoto che spazzò via interi paesi, come riportano le cronache della «Gazzetta Piemontese» che già allora era vicina a questo territorio. Il Ponente ripartì daccapo, vincendo le sfide di allora, tempi in cui la gente navigava, «sbatteva» le olive o emigrava. Fosse una questione di operosità, qui non è mai mancata. Per investire ci vogliono però risorse fresche e oggi non se ne vede l'ombra, nemmeno sotto i materassi. E se fosse una

questione di promozione, la Riviera non dimentica d'aver aperto il filone con il libro del patriota di Taggia Giovanni Ruffini: «Il dottor Antonio», pubblicato in inglese nel 1855 che spalancò le porte del mercato d'oltremare. Il punto è che il turismo e l'economia della Riviera oggi sono giunte a un bivio e stanno affrontando scelte cruciali, forse in attesa di una folata di coraggio, avvinghiate a qualche punto fermo e a un mare di domande. E aggrappata alla sua tradizione di terra con un clima da sogno e alla mai del tutto sfiorita bellezza, la strada maestra per la ripresa? E la provincia ha davvero ancora le carte giuste per il rilancio, o invece al turismo non rimangono che i fasti del passato o poco più? Sono interrogativi pesanti per una zona nella quale il turismo rappresenta un'identità prima ancora di essere il comparto trainante, ossia il settore che oggi, di fatto, si propone come sola prospettiva, nelle sue sfaccettate declinazioni che intrecciano in un'unica offerta incoming, settore balneare e commercio, ma anche outdoor ed enogastronomia. Interrogativi resi più che mai angoscianti da una crisi che va ben oltre i confini provinciali, ma che qui ha colpito davvero duro tutta la filiera dell'industria della vacanza. Anche perché in momenti come questi la prima cosa a cui si rinuncia è la puntata al mare.

IMPERIA - SANREMO

Il turismo in scena

LA FORMULA DELLE QUATTRO C

MARIO DEAGLIO

Nel settembre del 1764, lo scrittore scozzese Tobias Smollet, lascia Nizza diretto a Roma. Diretto, ma come? Le «corniches» francesi sarebbero state costruite oltre un secolo più tardi, della strada costiera romana restavano pochi brandelli. Fino a Genova, il mezzo di comunicazione di gran lunga più affidabile era la barca a remi, nel suo caso con quattro rematori oltre al capitano-proprietario. La sua prima tappa fu Sanremo, il cui unico albergo entra così, circa 250 anni fa, tramite i diari di Smollett, nella letteratura inglese (e mondiale).

Smollett dice bene di Sanremo, città ben costruita, inserita in un bel panorama, dotata di un porto per piccole imbarcazioni, che vengono costruite sulla spiaggia. Dice malissimo dell'«albergo», secondo lui una stamberga; naturalmente non riconoscerebbe più la struttura alberghiera della Sanremo di oggi.

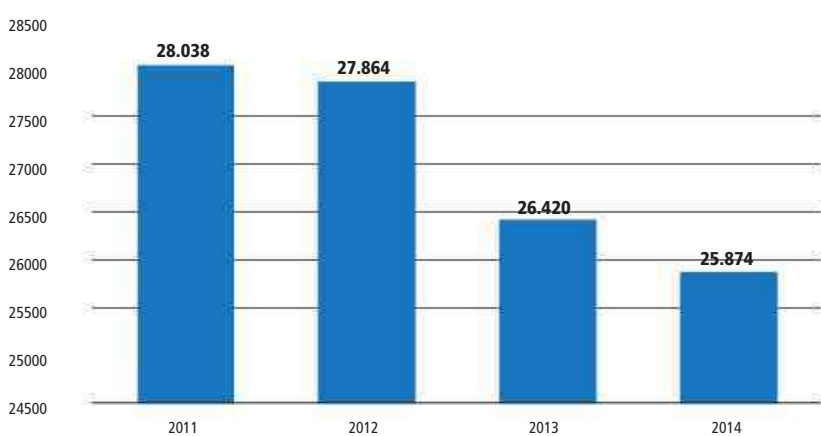
Il turismo, infatti, ha rappresentato la «scommessa per la crescita» non solo di Sanremo ma anche di Ventimiglia e Imperia.

Da oltre un secolo, e in parte sulla scia della vicina Costa Azzurra, la «vocazione turistica» ha rappresentato la base del benessere, il riconoscimento della costante necessità di adattarsi, con vario successo, al mutare dei costumi e delle esigenze. Volendo sintetizzare, si può dire che, a Sanremo e in tutta la provincia, il turismo comincia quasi sempre per C: Casinò, congressi, cultura e, più recentemente, ciclopiste.

C come Casinò: il Casinò, che sta compiendo 112 anni, fu subito concepito come qualcosa di ben più importante di una struttura per il gioco d'azzardo. Nacque come un centro integrato di svago e di cultura adatto per feste e ricevimenti, subito progettato con annesso un teatro.

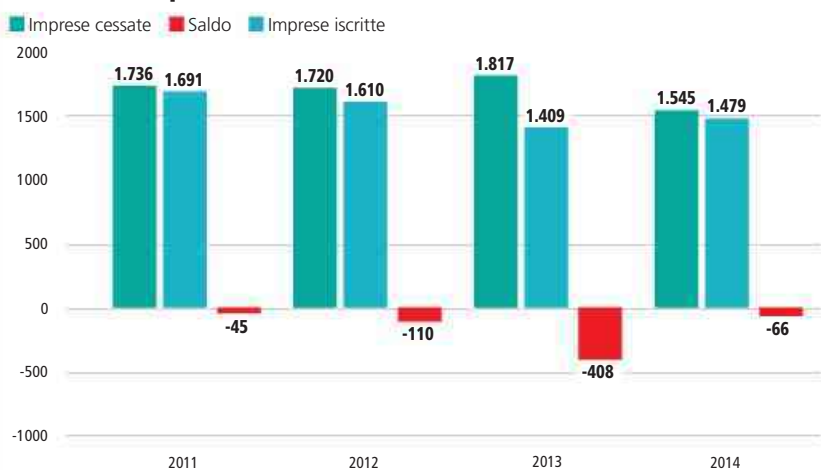
La provincia di Imperia in cifre

Totale imprese al 31 dicembre



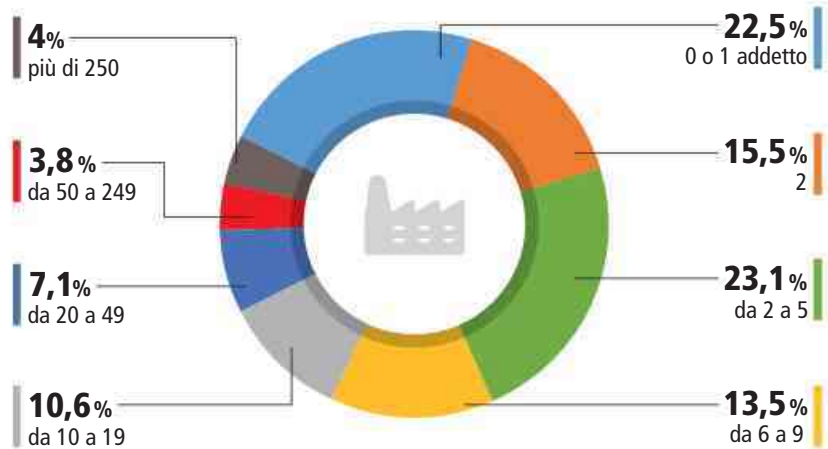
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria

Variatione imprese



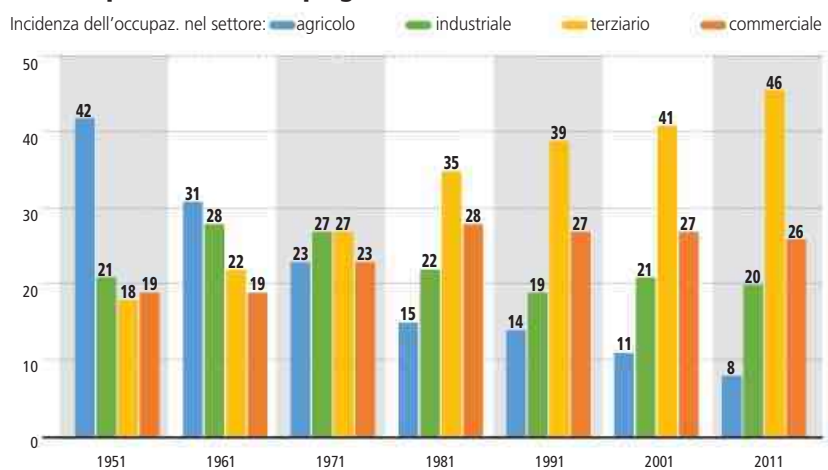
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria, dati 2014

Percentuale di imprese per numero di addetti



Fonte: Istat, dati 2011

Addetti per settore di impiego. Media dei valori dei comuni di Imperia



Fonte: Istat

L'immagine è più forte della crisi ma al nuovo turismo servono emozioni La carta dell'autenticità: dai borghi storici ai cetacei in mare

FULVIO DAMELE
SEGUE DA PAGINA 1

Eppure si fa fatica immaginarla in crisi questa terra, battuta palmo a palmo, da generazioni intere di turisti italiani e stranieri, e ancora nelle grazie delle regioni vicine che continuano a considerarla un po' la spiaggia di casa. Con negli occhi le immagini della Milano-Sanremo, la memoria corre al Festival, ma anche al Corso fiorito, per citare gli eventi più recenti finiti in tv. Fuor di dubbio Sanremo e la Riviera hanno un'immagine forte che vale oro sul piano promozionale. Dice Gianni Berrino assessore regionale al Turismo, che è di Sanremo: «Uno dei nostri punti di forza è la grande autenticità: borghi intatti e cucina della tradizione. Poi la varietà: al settore balneare possiamo affiancare un territorio ricco di storia ma che è anche una palestra a cielo aperto. E il "whale watching" è un elemento di forte suggestione». Archiviata l'epoca-Agnesi a Imperia, il comparto agroalimentare è ancorato all'olio, - eccezion fatta per la Carli - con aziende di medie o piccole dimensioni, molto attive. Quanto al vino - rossese e ormeasco, pigato e vermentino - come per l'olio, si tratta di una produzione di nicchia. Idem la floricoltura, dove bellezza e durata dei fiori non sono in discussione, ma i grandi numeri stanno all'estero. Allora resta il turismo, che nel 2016 ha registrato una ripresa con un + 4,1% negli arrivi, complici i timori legati al rischio-terrorismo. E funziona l'outdoor con sport e attività all'aperto e si fa sentire il richia-

mo dell'enogastronomia, ma la ricerca di una formula efficace di sviluppo e adatta ai tempi resta aperta. Osserva Emilio Cordoglio di Etlim Travel tour operator attivo da decenni: «La vera scommessa è recuperare una tenuta stagionale più larga. Un'opportunità per il Ponente è fare sistema con Genova, con il suo attrattivo centro storico. Poi l'altra strada è legare costa e paesini tipici. La prossima sfi-

da è il recupero dell'acclimata-mento, cioè trattenerne in Riviera gli ospiti almeno 15 giorni, sfruttando il clima». Il dato certo è che la formula «sole e mare» non basta più. E se le possibilità d'investimento sono limitate, si recupera l'esistente. La ferrovia libera il tracciato per spostarsi a monte? Allora via con la ciclopista sull'antico sedime, progetto che sta crescendo. Forse uno dei segreti per

imboccare la strada giusta, oltre a servizi adeguati e prezzi più competitivi, è offrire nel pacchetto, come accade da qualche tempo, un valore emozionale, un momento unico. Nessuno dimentica una gita in barca per avvistare i delfini, o i giardini Hanbury o Villa Nobel. Forse la Riviera oggi è percepita un po' troppo vicina - al netto dei collegamenti - per sembrare esotica come agli inglesi del

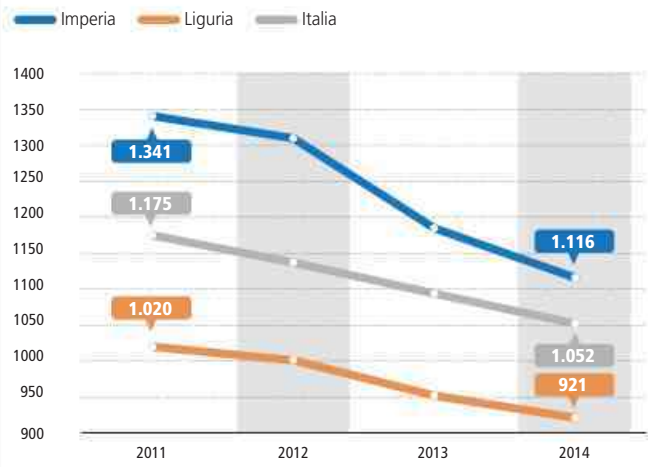
Grand Tour o negli anni del Boom. Però è dietro l'angolo, con le porte spalancate. In fondo la ricetta di Carlin Petrini, fondatore di Slow food e amico del Ponente, è sempre attuale, «Il turismo del futuro? Parte dai residenti, dalla loro qualità della vita, dalla capacità di essere felici, dalla loro cura verso la terra che abitano. I turisti arriveranno di conseguenza»

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



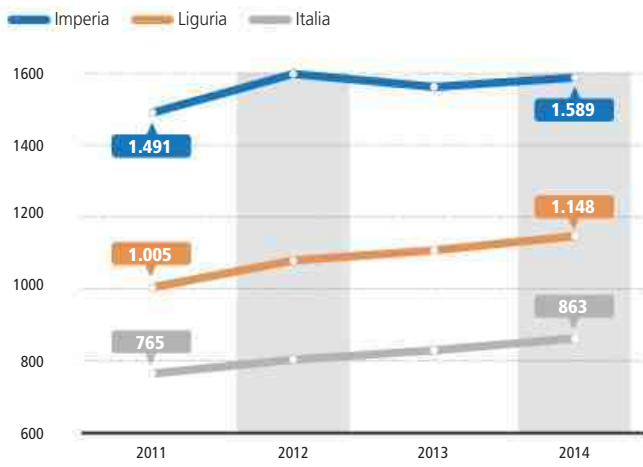
L'edificio in stile liberty del Casinò di Sanremo, progettato dall'architetto francese Eugène Ferret e inaugurato nel 1905

Imprese a conduzione giovanile per 100mila abitanti



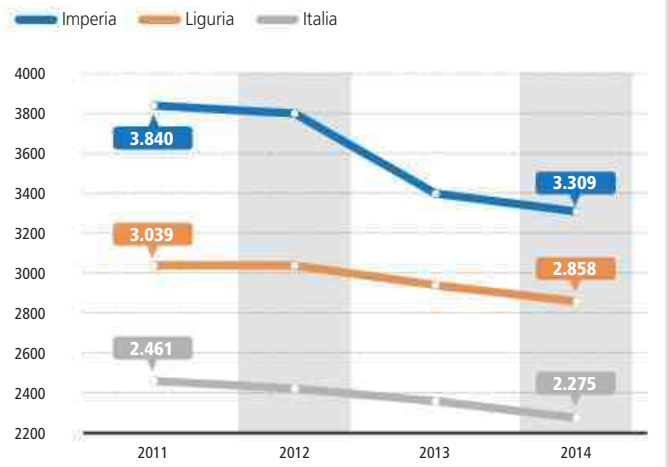
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria
Sono giovanili le imprese il cui imprenditore (o la maggioranza dei soci, in caso di società) abbia un'età inferiore a 35 anni

Imprese a conduzione straniera per 100mila abitanti



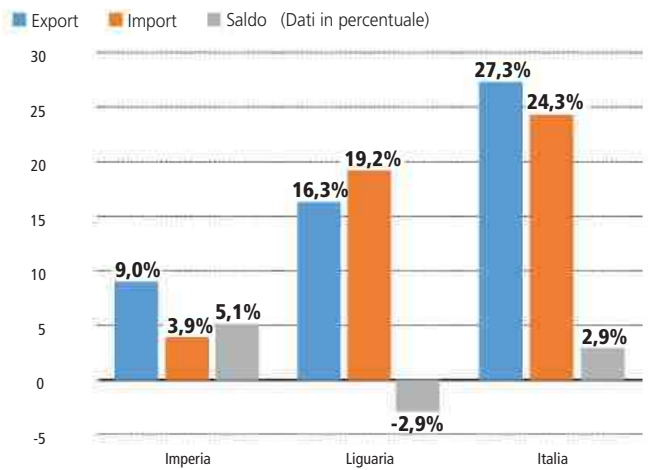
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria

Imprese artigiane per 100mila abitanti



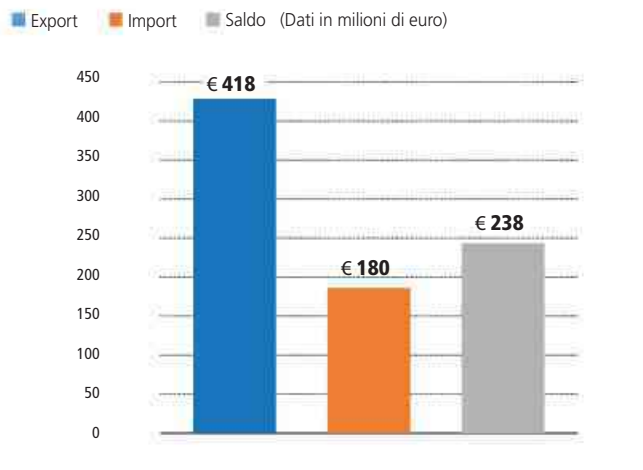
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria

Commercio estero, percentuali del valore aggiunto



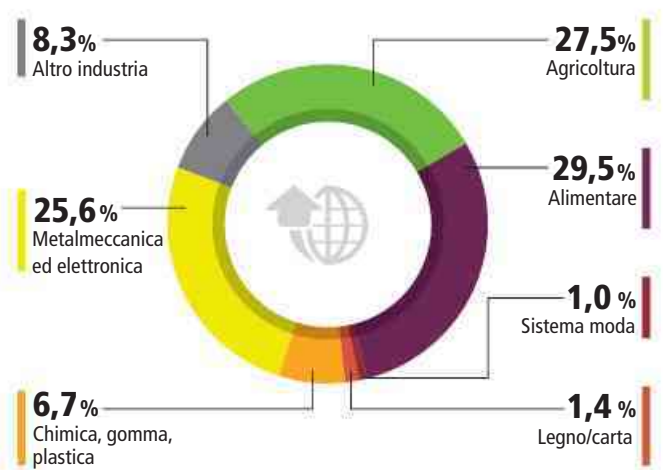
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria, dati 2014

Commercio estero, euro, Imperia



Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria, dati 2014

Export per settore



Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria, dati 2014

Casinò, congressi, cultura, ciclopiste

La formula che porta al futuro

Da oltre un secolo il turismo è la "scommessa per la crescita" della zona. Ma il punto dolente è l'età media della popolazione, tra le più vecchie d'Italia

MARIO DEAGLIO
SEGUE DA PAGINA 1

Quel teatro divenne il primo Stabile d'Italia, con Luigi Pirandello direttore artistico; per non parlare dell'orchestra, nota al grande pubblico perché diffuse le melodie del Festival di Sanremo, nata contemporaneamente al Casinò e al Teatro a dimostrare il disegno di base di largo respiro del turismo sanremese.

Come congressi. Lo sforzo di adeguarsi a una domanda che muta rapidamente, e a una concorrenza che non perdona, ha spinto la provincia a costruire e progettare strutture attrezzate per congressi grandi e piccoli e per eventi divenuti notissimi: come la Milano-Sanremo che si è appena corsa.

L'intera provincia dispone complessivamente di oltre trecento alberghi con circa 16 mila posti letto, senza contare i campeggi, i villaggi, le camere in affitto. Per ogni cento residenti si contano circa 1400 presenze turistiche registrate all'anno, un totale altissimo pur in un Paese turistico come l'Italia. E potremmo aggiungere, anche se non registrati come tali nelle statistiche, i «turisti stanziali» che svernano in provincia di Imperia nelle proprie seconde case e che qui hanno trasferito la propria residenza grazie anche all'ottimo clima del Ponente ligure.

Come cultura. L'opera di interpretazione e diffusione della civiltà ligure partì all'inizio circa sessant'anni fa grazie a

Le prime 20 aziende della provincia per fatturato

FRATELLI CARLI Spa	Coltivazione di frutti oleosi	143.024.811	AMAIE Spa	Raccolta, trattamento e fornitura di acqua	23.749.675
ARIMONDO Srl	Minimercati ed altri esercizi di alimentari vari	75.134.145	AUTO 3 Spa	Commercio all'ingrosso e al dettaglio autoveicoli e autoveicoli leggeri	23.107.169
F.LLI MERANO Spa	Produzione di olio di oliva	45.077.226	PROGESCO GROUP Srl	Supermercati	22.080.035
FIN.COM SRL	Commercio all'ingrosso di prodotti petroliferi, lubrificanti e combustibili	43.497.809	2 L Srl	Commercio all'ingrosso di carne fresca, congelata e surgelata	20.899.645
CASINO SPA SOCIO UNICO	Attività connesse con le lotterie e le scommesse	42.692.242	RIVIERA TRASPORTI Spa	Trasporto terrestre di passeggeri in aree urbane e suburbane	20.033.654
LAB. FARMACEUTICO C.T. Srl	Fabbricazione di medicinali ed altri preparati farmaceutici	41.072.012	FLORCOOP SANREMO	Coltivazione di fiori in colture protette	18.847.901
EMEA Srl	Affitto di aziende	38.858.415	MARCHESE ITALIA Spa	Commercio all'ingrosso di carne fresca, congelata e surgelata	17.517.406
MUNTERS ITALY Spa	Installazione di macchine ed apparecchiature industriali	38.401.061	EURODRINK Spa	Commercio al dettaglio di bevande	16.350.580
CLAS Spa	Industrie alimentari	31.857.551	BOREA Spa	Commercio al dettaglio ferramenta, vernici, vetro e materiali da costruzione	16.150.109
GEST S.D.B. Srl	Supermercati	24.312.870	CIPRIANI Srl	Produzione di preparati omogeneizzati e di alimenti dietetici	14.910.409

Fonte: Reportaziende.it, dati 2014



Mario Deaglio
Già professore di Politica economica all'Università di Torino ed editorialista de La Stampa

un imperiese, Nino Lamboglia - fondatore a Bordighera dell'Istituto Internazionale di Studi Liguri - e sta raggiungendo ora un pubblico diverso sia da quello della mondanità sia da quello di una quieta vecchiaia. Si moltiplicano le visite guidate a monumenti del passato e anche le ciclopiste e i sentieri. Come quelli dell'Alta Via delle Alpi Liguri, con i loro paesaggi mozzafiato.

Il mondo del turismo è integrato da un'agricoltura fiorentissima - che comprende il settore

«specializzato» della floricoltura - e da aziende alimentari soprattutto legate all'olio: dall'agricoltura e dall'industria alimentare proviene quasi il sessanta per cento delle esportazioni della provincia. La realtà agroalimentare si inserisce in questo contesto complesso: qui singole fattorie e grandi marchi dell'industria olearia, noti a livello italiano e internazionale, producono oli tra i più buoni del mondo. Nella diffusa produzione florovivaistica si osserva sia il consolidamento

della tradizione nell'ibridazione vegetale, con la creazione di nuove varietà, sia uno sforzo di integrazione, non sempre facile, tra i liguri e immigrati, in particolare calabresi. E un difficile confronto di etnie vede in particolare impegnata Ventimiglia per la sua posizione luogo di passaggio per i migranti che vogliono recarsi in Francia. Il discorso delle migrazioni sposta l'attenzione sul vero punto dolente di questa bella provincia, seriamente impegnata a costruire un futuro di

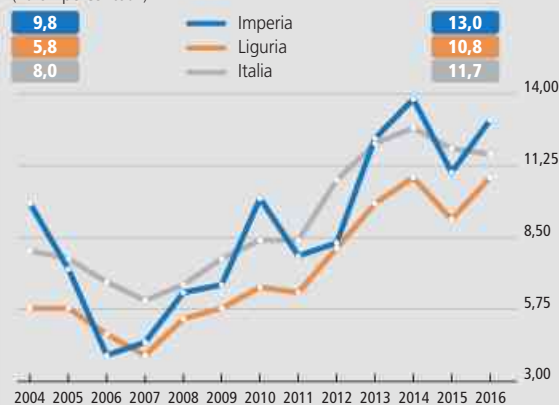
benessere in continuità con il passato: si tratta di una delle aree più vecchie d'Italia. Già nel diciannovesimo secolo, la provincia «esportava» giovani (sono oltre 18 mila gli imperiesi residenti all'estero) e cominciava a «importare» anziani desiderosi di sfuggire agli inverni freddi della Pianura Padana. Questo processo non può continuare all'infinito, è necessario integrare una popolazione che invecchia sempre più rapidamente.

Non solo fiori: dall'agricoltura la metà delle esportazioni

La provincia di Imperia in cifre

Tasso di disoccupazione 15 anni e più

(Valori percentuali)



Fonte: Istat

Tasso di disoccupazione 15-24 anni

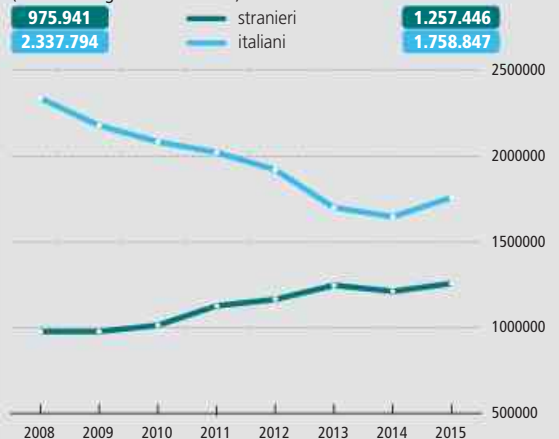
(Valori percentuali)



Fonte: Istat

Presenze, stranieri e italiani

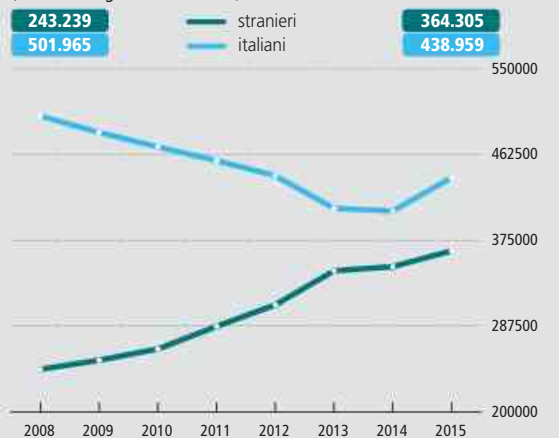
(nel totale degli esercizi ricettivi)



Il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari)

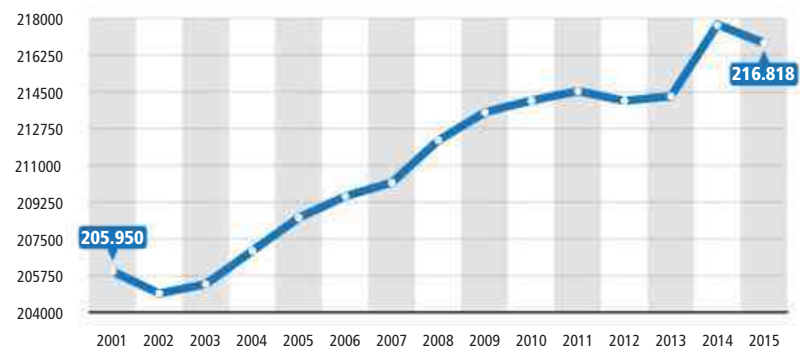
Arrivi, stranieri e italiani

(nel totale degli esercizi ricettivi)



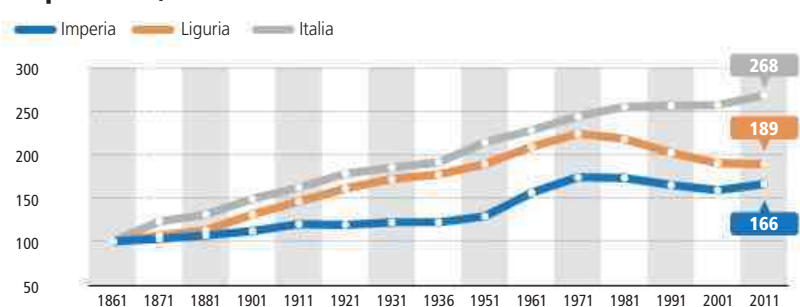
Il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari)

Popolazione residente 2001-2015



Fonte: Istat

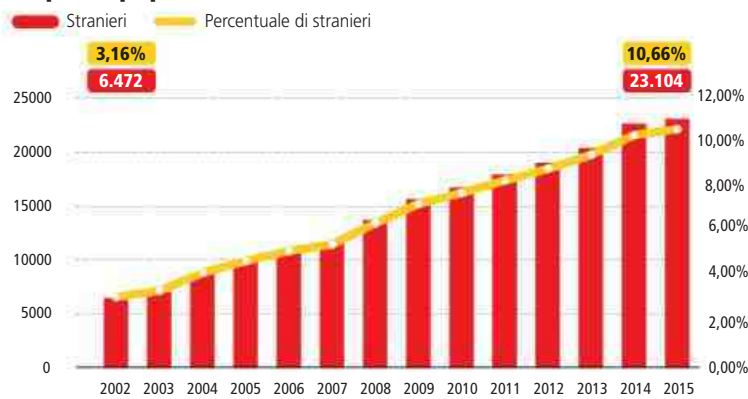
Popolazione, numeri indice 1861=100



	1861	1921	1971	2011
Imperia	129.408	154.306	225.127	214.502
Liguria	829.138	1.337.979	1.853.578	1.570.694
Italia	22.176.477	39.396.757	54.136.547	59.433.744

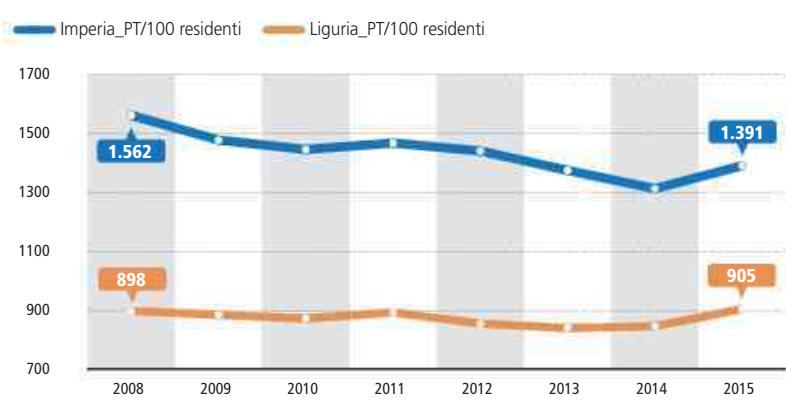
Fonte: Istat

Imperia, popolazione straniera



Fonte: Istat

Presenze turistiche x 100 residenti



GIUSEPPE RUSSO

Chi in Italia regala un fiore, spesso dona un prodotto della riviera di Imperia, che ha destinato più di 1800 ettari di terreno a questa coltura ad alto valore aggiunto. Del resto, sono qui, a Ventimiglia, i giardini botanici Hanbury, i più famosi d'Italia. All'origine di ciò sta la posizione geografica della pro-

vincia, disposta ad anfiteatro volto a Sud, con le Alpi Marittime e l'Appennino ligure abbastanza vicini da proteggerne i luoghi dai venti settentrionali e dalle perturbazioni invernali. Grazie a questa disposizione, Imperia ha potuto sviluppare le sue due principali vocazioni economiche: la vocazione turistica e la vocazione agricola.

L'agricoltura ha sviluppato non solo la coltura dei fiori, bensì anche quella dell'ulivo e, recentemente, altre col-

ture collinari. Ancora oggi, gli oleifici sono tra le industrie alimentari più note e consolidate, mentre a guardare il commercio estero, oltre il 50 per cento delle esportazioni dell'economia provinciale si devono proprio al settore agroalimentare. Le tendenze più recenti del mercato vedono agricoltura, turismo, cultura e benessere unirsi per offrire prodotti turistici complessi, e in questo la provincia sta probabilmente ancora esercitandosi.

La mitezza del clima, i panorami collinari e il mare, insieme alla prossimità con Torino e Milano, hanno fatto di Sanremo (prima città della provincia, con 57 mila abitanti) una delle capitali del turismo italiano, se non per flussi, certamente per prestigio del nome. In termini di flussi, infatti, si hanno poco meno di 1400 presenze ogni 100 abitanti. Sono abbastanza per qualificare come «turistica» l'economia imperiese, ma a ben vedere sono meno di quante ve ne fossero

Il turismo è in gran parte collegato alle seconde case (a Sanremo sono una ogni quattro residenti), ma il loro utilizzo effettivo è piuttosto limitato: in media 26 giorni all'anno



Da Festival al web La storia e le sfide della casa da gioco Il fascino del casinò di Sanremo tra cifre e strategie di crescita

GIANNI MICALETTO

Rien ne va plus, les jeux sont faits». Le roulette sono sempre lì, a perpetuare l'infinita sfida alla fortuna, ma i giocatori non sono più quelli dei tempi d'oro del casinò, quando Vittorio De Sica interpretava se stesso ai tavoli verdi, posseduto dal «demone» dell'azzardo, industriali protagonisti del boom economico del Dopoguerra puntavano somme da capogiro e re Faruk d'Egitto era un cliente abituale (durante l'esilio), tanto da far sbocciare molti aneddoti. Uno su tutti: giocando a poker dichiarò di avere in mano quattro re, ma ne aveva soltanto tre. Il quarto era lui. E nessuno osò contraddirlo. La casa da gioco era il centro della mondanità, fra teste coronate e grandi personaggi attratti da eventi, serate di gala e iniziative: re Leopoldo del Belgio, Ranieri di Monaco e Grace Kelly, re Gustavo di Svezia, l'Aga Khan, Josephine Baker, perfino Stan Laurel e Oliver Hardy. Immagini in bianco e nero nell'ultrasecolare storia del casinò dei fiori, aperto nel 1905 con la «firma» dell'architetto francese Eugene Fèrret (ma allora si chiamava Kursaal), nella Sanremo della Belle Epoque, agli albori dell'economia turistica, e inaugurato di fatto il 21 gennaio 1928, dopo la «regolarizzazione» ottenuta con regio decreto dall'allora podestà Pietro Agosti, grazie anche all'intervento di Mussolini. Casinò faceva rima con eleganza: nelle sale si doveva accedere con giacca e cravatta. Oggi tutto (o quasi) è cambiato. Il mondo è cambiato. Basti pensare che dal 2013 si può puntare sui classici 36 numeri stando a casa o dove si vuole (con tablet e smartphone): la «Live roulette» è il piatto forte del segmento on line, in continua crescita. Una vera roulette, con croupier e altri giocatori. E il poker non è più quello a cui giocava re Faruk, ma la versione Texas Hold'em che ha generato tornei e contagiato la tv, con il suo bizzarro e variopinto popolo.

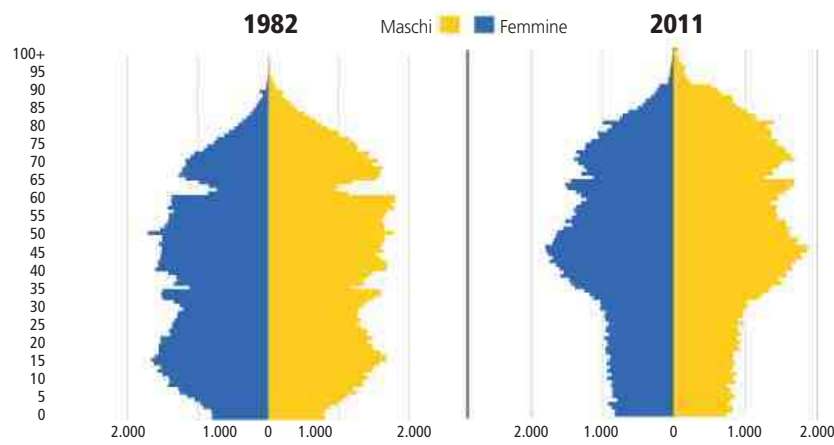
Nell'ex Salone delle feste (e prima ancora Giardino d'inverno), dove nel '51 è nato il Festival della canzone italiana, oggi si

può ascoltare soltanto il suono delle slot, vero motore dell'azienda: garantiscono due terzi degli incassi. Si comprende perché negli Anni 80 questo storico spazio venne sacrificato sull'altare dei giochi elettromeccanici. Dei 44,9 milioni introitati nel 2016 (dieci anni fa erano il doppio!), ben 34,3 sono arrivati dalle slot. I giochi tradizionali restano elemento distintivo basilare (a febbraio gli introiti sono lievitati del 14%), rispetto ai mini-casinò nati come funghi e ai videopoker nei bar, ma a far quadrare i conti sono le fameliche macchinette (6 milioni nei primi due mesi del 2017). Da qui gli sforzi per rinnovare l'offerta, senza però perdere d'occhio le sale al primo piano (Privata e Privatissima sono fresche di lavori), dove i gesti dei croupier resistono immutabili nel tempo. Ma non sempre alle tentazioni del dio denaro - male comune nel mondo dell'azzardo - come denunciano le cronache. Senza dimenticare gli scandali che, nella seconda metà del secolo scorso, hanno travolto anche amministratori della città. Acqua passata. Il presente è Casinò Spa, ora controllata in toto dal Comune, che per reggere alla crisi e alla saturazione del mercato ha dovuto ricorrere a una robusta cura dimagrante, con prepensionamenti (l'organico è sceso sotto i 300) e contratti di solidarietà, oltre a trattenere gran parte degli incassi. Così la casa da gioco non è più il bancomat di Palazzo Bellevue.

È stata recuperata la tradizione teatrale (con una mini-stagione), che affonda le radici negli anni '30 quando i protagonisti erano Pirandello, Petrolini, Eduardo De Filippo. La musica continua a trovare spazio con la Sinfonica e i cantanti che si succedono al Roof Garden (ora utilizzabile tutto l'anno) e al Teatro dell'opera, dove un tempo si è esibita anche la Callas. Quanto alla cultura, i Martedì letterari, figli dei «Lunedì» degli anni '30 curati da Francesco Pastonchi, sono ormai un «must». E il futuro? Fidelizzazione dei clienti, ampliamento dell'offerta, completamento del restyling delle sale al primo piano assieme a novità per le slot on line e l'ambizioso progetto per l'accesso diretto da via Matteotti.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

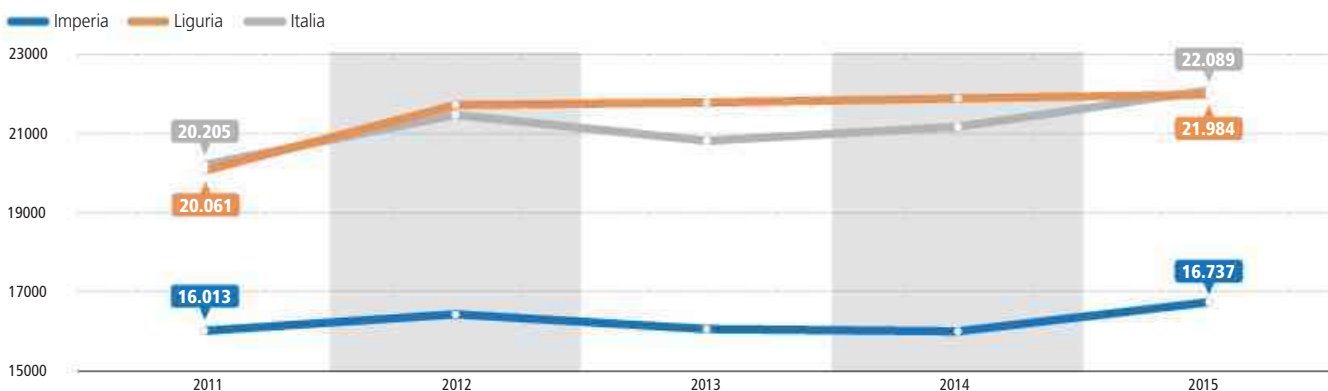
Piramide dell'età



La piramide demografica rappresenta la distribuzione della popolazione della provincia di Imperia secondo il genere (uomini a sinistra e donne a destra della figura) e secondo l'età. In questo grafico, in particolare, le classi di età sono unitarie. L'altezza delle colonne misura pertanto il numero assoluto degli abitanti di ciascuna età. Si può osservare come la base della piramide sia diventata nel tempo più sottile in basso, a segno delle scarse nascite, e più ampia in alto, per l'aumento della durata della vita delle persone.

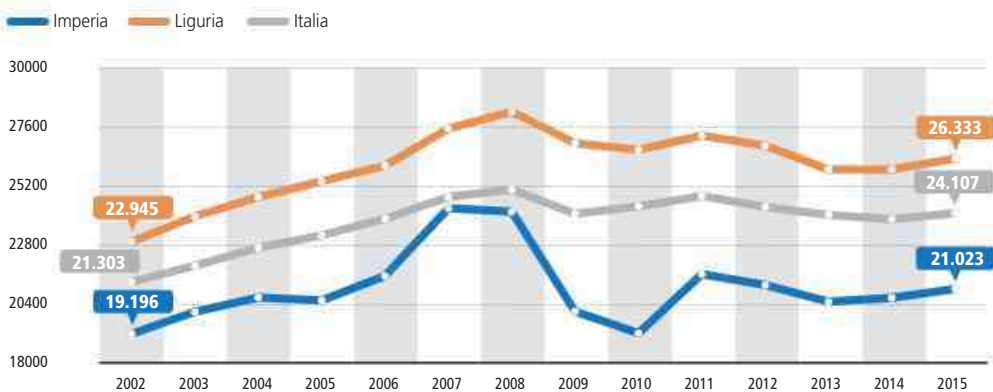
Fonte: Istat

Depositi bancari e postali per abitante



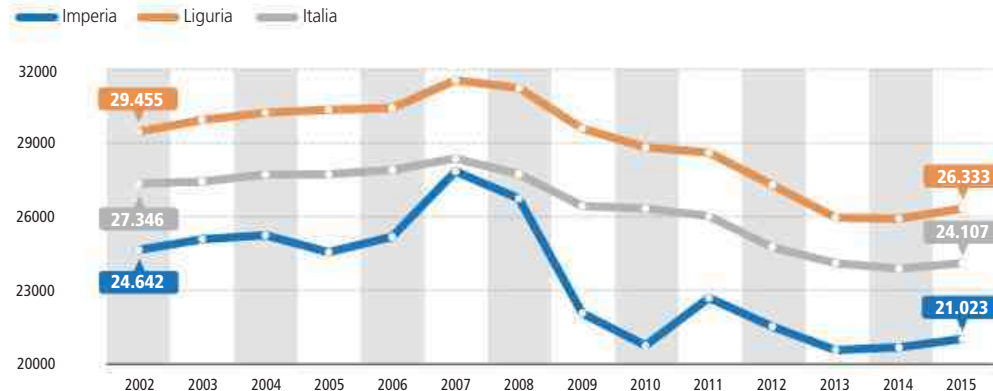
Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria

Valore aggiunto nominale per abitante



Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria

Valore aggiunto reale per abitante



Fonte: Camera di Commercio Riviere di Liguria

centimetri - LA STAMPA

prima della crisi del 2007 e sono meno dei flussi che sono accolti dalle province litorali della Toscana.

Buona parte del turismo imperiese è infatti collegato alle «secondo case», che a Sanremo sarebbero ben 12.500, ossia una casa ogni quattro abitanti residenti. Il turismo delle seconde case è fonte di picchi di utilizzo in alcuni periodi dell'anno, ma i giorni di utilizzo, stimati statisticamente, sembrano essere in media 26 all'anno. Troppo pochi, per

dare all'economia un vero spin turistico, anche se è osservabile un certo fenomeno di coppie di anziani che decidono di trasferirsi in Liguria per trascorrere gli anni della terza età.

La dinamica naturale della popolazione è negativa a causa di un tasso di natalità di appena il 6,6 per mille, pari alla metà della mortalità (13,6 per mille). La piramide della vita evidenzia un invecchiamento progressivo della popolazione notevole, con 2,4 anziani (oltre i 65 anni) per ogni giovane (di

età inferiore ai 14 anni). È normale, quindi, che si abbia una presenza di immigrazione straniera maggiore della media (11 per cento degli abitanti), ma anche considerando questi numeri le prospettive di medio termine della popolazione non sono buone. Le generazioni di circa 1700 nati per anno si succedono una dopo l'altra ormai da quasi trenta anni, e puntano a una popolazione nata sul posto che a tendere non sarà maggiore di 150 mila persone.

L'economia è basata sulle piccole e sulle micro imprese: l'80 per cento degli occupati lavora in aziende con meno di venti dipendenti, prevalentemente nel settore dei servizi (46 per cento) e del commercio (26 per cento). L'agricoltura, che pure è un settore importante, occupa l'8 per cento degli addetti.

Il reddito per abitante (21.023 euro) è inferiore di 3 mila euro alla media nazionale; è sceso di circa 3 mila euro a causa della crisi e non ha recuperato che una piccola parte

del calo. Proprio il profilo basso dell'economia è causa di una disoccupazione generale ancora a due cifre (13 per cento) e di una disoccupazione giovanile del 40 per cento, nonostante l'esiguità delle forze lavoro giovani.

È probabile che la crisi del 2007 si sia chiuso un lungo ciclo, favorevole per il turismo ligure e imperiese, basato sullo sfruttamento dei bacini offerti dalle città più ricche e popolate della pianura padana. D'ora in avanti occorrerà

guardare oltre questi mercati sicuri, per attrarre da più lontano. Ciò comporta ridefinire i prodotti turistici, investire sulle infrastrutture e pensare a un'offerta diversa, capace di attrarre non solo chi cerca 48 ore di relax, ma chi vuole vivere le decine di esperienze diverse che un territorio paesaggisticamente ricco e con buone dotazioni culturali dovrebbe essere in grado di offrire.

russo@centroeinaudi.it
direttore Centro Einaudi

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Una rete virtuosa tra le giovani imprese informatiche

Confindustria: sede comune per diventare più competitivi

STEFANO DELFINO

Ql quadro non è del tutto sconsolante, ma il vero dramma di questa provincia è la difficoltà a produrre lavoro, soprattutto per i giovani, molti dei quali sono costretti ad andarsene». Non ha dubbi Alberto Alberti, il presidente di Confindustria Imperia (250 imprese associate), nel fare il punto della situazione di un territorio, dove nel 2016 il tasso di disoccupazione è salito al 13 per cento: «È tragico quando non c'è futuro per le nuove generazioni. Proprio per questo la nostra associazione sta tentando di creare stimoli perché possano sorgere attività giovanili altamente specializzate».

In che modo? «Tra gli iscritti abbiamo una mezza dozzina di aziende informatiche, che complessivamente occupano un centinaio di persone e che vorrebbero espandersi. Ci siamo impegnati a trovare una location comune, dove - non essendo in concorrenza tra di loro - potrebbero trarre vantaggi dalla contiguità. E, a tale scopo, abbiamo individuato la vecchia sede della Camera di commercio di Imperia, un polo che sarebbe in posizione baricentrica tra l'Itt di Genova e Sophia Antipolis di Nizza. Ne stiamo parlando con i vertici

della Camera di commercio Riviere di Liguria».

L'uscita dal tunnel della crisi, però, sembra lontana: «Il fenomeno è globale, le imprese devono imparare a convivere con un clima che non è più da vacche grasse. Bisogna rendersi conto che le condizioni sono cambiate con grande rapidità: è necessario adeguarsi, se si vuole andare avanti». D'altra parte, chiusura dell'Agnesi a parte, prosegue Alberti, «l'agroalimentare dà incoraggianti segnali con le piccole e medie aziende olearie che, nonostante l'annata di raccolta non buona, continuano a tirare e ad esportare in tutto il mondo: chi ha saputo rinnovarsi si difende bene».

Spiragli di ottimismo anche dal turismo: «Le disgrazie altrui ci hanno agevolato: in questo territorio, almeno sinora, c'è più sicurezza che altrove e ciò ha contribuito a riportare qui flussi turistici, anche attraverso il richiamo dell'enogastronomia e dell'outdoor. Nota dolente invece è quella della portualità: se tutto fosse andato per il verso giusto, avremmo potuto avere risultati eccezionali. Nella cantieristica da diporto, ad esempio, le aziende devono lottare contro la burocrazia per riuscire ad ampliarsi. Come l'edilizia, in panne per la difficoltà persino a eseguire lavori già appaltati», conclude Alberti.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Alberto Alberti (Confindustria)



Il professor Andrea Zanini

Il turismo di domani non si improvvisa

Si studia all'Università

Un corso di laurea triennale dall'economia all'archeologia

ANDREA POMATI

Ql futuro è legato allo sviluppo del turismo. E fondamentale sarà la formazione di figure professionali adeguate. Per questo dal 2014 l'Università di Genova ha avviato nel Polo universitario di Imperia un corso di laurea triennale intitolato «Scienze del turismo: impresa, cultura e territorio». A dirigerlo è il professor Andrea Zanini.

Spiega Zanini: «Il nostro corso è nato a seguito di una valutazione dei fabbisogni formativi espressi dal territorio, individuati mediante un processo di consultazione dei principali interlocutori operanti in ambito turistico, quali imprese, Associazioni di categoria ed Enti pubblici. Il corso di laurea in Scienze del turismo si prefigge di preparare figure professionali provviste di conoscenze teoriche e competenze operative fondamentali nel settore del turismo e delle attività culturali, nella promozione dei territori e nelle attività organizzative e imprenditoriali connesse. Il piano di studi prevede una solida preparazione multidisciplinare di base in ambito economico, aziendale, giuridico e socio-psico-antropologico, oltre allo studio di due lingue straniere, inglese e francese. A ciò si aggiungono specifiche

competenze culturali, storiche, artistiche, archeologiche, letterarie, musicali e di antropologia teatrale e conoscenze di base nel settore delle Ict (Information and Communication Technologies) applicate alla multimedialità in ambito turistico».

Il corso è organizzato in due curricula: «Economia e management turistico» e «Valorizzazione e promozione delle risorse storiche, artistiche e ambientali». Il primo è orientato a formare figure professionali che si occupano della gestione operativa e commerciale di strutture ricettive e di pubblici esercizi, agenzie e operatori turistici, aziende di servizi operanti nel settore turistico. Il secondo fornisce competenze legate alla progettazione, organizzazione e promozione di prodotti e servizi turistici, compresi eventi culturali, mostre, convegni ed esposizioni, e prepara anche a ricoprire funzioni connesse alla promozione turistica. Conclude il professor Zanini: «Il corso di Scienze del Turismo mantiene rapporti stabili e strutturati con le principali organizzazioni rappresentative del mondo del lavoro, che hanno manifestato in più occasioni interesse e disponibilità sia per testimonianze, seminari e visite guidate nell'ambito delle attività didattiche del corso di laurea, sia per l'attivazione di convenzioni per tirocini e stage».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

IL FUTURO DEL NORD OVEST

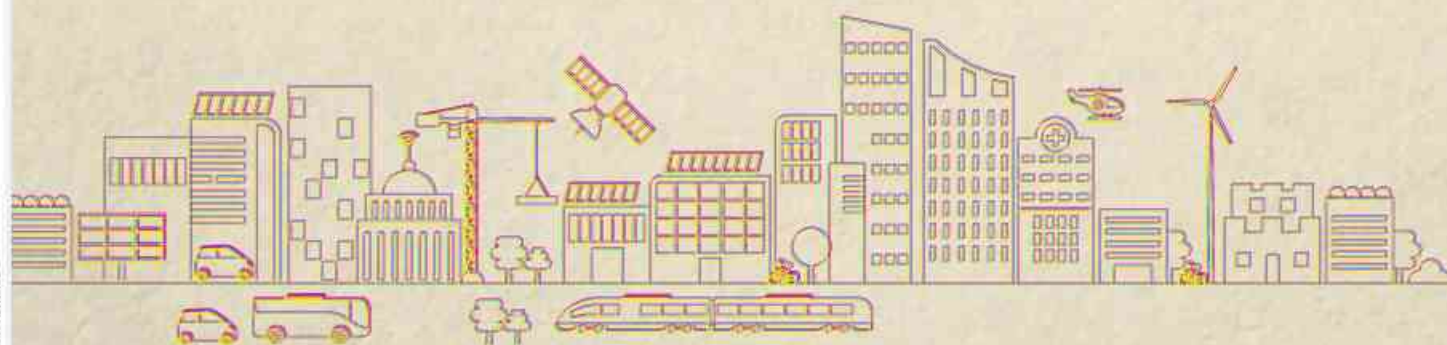
Scoprite con noi speranze e opportunità di un territorio che cambia

In occasione dei suoi 150 anni di vita, La Stampa realizza un'inchiesta per raccontare quali sono le migliori energie del Nord Ovest d'Italia. Insieme con il lavoro dei nostri giornalisti, presenteremo per ogni area un'analisi economica di Mario Deaglio, i dati raccolti dal Centro Luigi Einaudi e - per la prima volta - un'indagine su che cosa pensano gli abitanti delle diverse province.

I prossimi appuntamenti:

- SAVONA 22 marzo
- AOSTA 28 marzo
- TORINO 12 aprile

Scoprite di più su ogni appuntamento e approfondite i temi su: www.lastampa.it/ilfuturodelnordovest



150
1867
2017
LA STAMPA



Francesco Gabbani sul palco dell'Ariston nell'esibizione della finale vittoriosa



Fuochi artificiali per la partenza della Giraglia Rolex Cup da Sanremo

“A Sanremo con la musica e la bicicletta”

DANIELA BORGHI

Quanti numeri sono da capogiro e in vertiginosa crescita: 66 milioni di visualizzazioni del video di «Occidental's Karma» (come se ogni italiano avesse cliccato almeno una volta), brano primo in classifica nelle radio, 250 mila follower su Instagram, due dischi di platino e due vittorie consecutive del Festival (un record), prima nei Giovani e poi nei

Big. Sono solo la punta dell'iceberg di un successo granitico e senza precedenti. Francesco Gabbani è pronto per conquistare anche l'Europa, e dalla sala di registrazione di Gallarate, dove sta completando il suo attesissimo album (in uscita 28 aprile), ricorda l'esperienza sanremese. Un mese dopo la conquista del primo posto, davanti a Fiorella Mannoia, la primadonna della canzone italiana e la più amata dai cantautori, l'artista toscano fa un primo bilancio della sua svolta artistica. Del suo sogno finalmente realizzato, che gli ha fatto conquistare i cuori di tanti fans con una canzone che è un inno alla serenità.

Risponde con la sua solita calma, come se dovesse parlare con un bambino, confermando l'immagine di simpatia e umiltà che ha dato al grande pubblico nei suoi interventi post Festival e, soprattutto, sui social, dove condivide con i suoi sempre più numerosi fans ogni step del suo percorso di successo.

Come fai a mantenere i piedi per terra?

«Semplicemente siamo talmente impegnati sulla chiusura del disco che non mi rendo conto tanto. Sono realista, molto tranquillo. Poi mi aiuta il fatto che il successo sia arrivato in età non giovanissima».

Sanremo che significato ha per te?

«Inevitabilmente è particolare. Rappresenta il giro di boa del mio percorso musicale e artistico. Tutte le volte che sono venuto ho avvertito un contesto piacevole nello stile di vita, non distante da quello della mia città natale, Carrara, che rispecchia».

All'inizio della settimana del Fe-

stival hai fatto una tappa in tenuta da ciclista davanti al teatro Ariston. Non hai abbandonato lo sport neanche a Sanremo.

«Ho portato la bici per potermi godere un po' la vostra pista sulla costa. Il giorno della mia prima esibizione alle 8 ero già sulla pista, in bicicletta. Invidio la vostra ciclabile, è molto godibile. Sarebbe meraviglioso averla anche sul mare di casa mia. Ho apprezzato anche una specialità gastronomica: una sorta di pizza con pomodoro e acciughe. Molto appetitosa». (La sardenaira n.d.r.)

L'Europa ti aspetta a braccia aperte. I cinque milioni di visualizzazioni del video pubblicato per l'Eurovision Song Contest (la finale in programma il 13 maggio a Kiev, in Ucraina) registra consensi da tutti i Paesi, che danno «Occidental's Karma» come favorita. I commenti sono entusiastici: un tripudio di apprezzamenti a un brano che conquista, nonostante molti non ne conoscano la traduzione (a parte «singing in the rain»). E già si parla della possibile location per la prossima edizione (l'evento si svolge nel Paese del vincitore): il Lingotto di Torino o il Forum di Assago.

«Per assurdo, mi preparo non preparandomi. Alla fine il mio approccio mentale è vivere una bella esperienza, come ho fatto a Sanremo. Con molta spontaneità. Non ho ricette per la mia performance, che non stravolgerà quella del Festival. Purtroppo abbiamo dovuto sacrificare la seconda strofa, per portare il brano a tre minuti, come da regolamento».

Il tour, dal 19 giugno, non prevede tappe in Liguria. Non ti piacerebbe tornare al teatro Ariston?

«Sarebbe bellissimo. Le date sono provvisorie, e all'Ariston potrei tornare per una tranne teatrale, magari in autunno-inverno. In questo luogo ho vissuto momenti di intensità emotiva particolari, è una dimensione unica. Non però sono mai venuto «extra-Festival». La prima volta che ci ho messo piede è stato l'anno scorso, prima della finale di «Sanremo giovani», che si era svolta a Villa Ormond. Ho visto il film drammatico con Paola Cortellesi e Alessandro Gassman, «Gli ultimi saranno gli ultimi»».

Dal cinema a due Festival, il passo è stato breve. Ma Gabbani è stato in entrambi i casi il primo.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



“Le nostre vele sul podio dell'Olimpiade”

GIULIO GAVINO

Quasi 150 anni vedo una Sanremo sempre più proiettata sulle onde».

Beppe Zaoli, da 12 anni presidente dello Yacht Club Sanremo, imprenditore «velaio» o «sailmaker» (costruttore di vele ndr) conosciuto in tutto il mondo, artefice determinante della medaglia d'oro olimpica alla Croazia a Rio 2016, ha una visione che lega in modo indissolubile la città al mare.

Vela, sport, eventi, turismo, ma è ancora un tritico vincente?

«Lo Yacht Club Sanremo promuove venti manifestazioni all'anno, è proiettato sempre più a livello internazionale e ha la Giraglia Rolex Cup come appuntamento di punta. Solo nel 2016 le regate hanno portato 25 mila presenze. Credo siano numeri importanti per la città e l'indotto».

Già, ma intorno alla vela le cose si muovono, ma sempre a «distanza di diffidenza» con la città, con il mondo delle imprese e l'economia. Un peccato.

«Su questo stiamo lavorando da tempo. Si pensa che la vela sia uno sport d'élite, per pochi. Ma non è così. Tutt'altro. Investiamo moltissimo nella scuola vela (lo Ycs ha vinto di recente campionato del mondo ed europeo ndr) e, soprattutto guardando al domani. Per quest'anno abbiamo promosso un tavolo di lavoro con Confcommercio che opererà proprio per trovare sbocchi economici reali per i giovani. Si va dal whale watching alle crociere, al diving. Il turismo e la passione per il mare sono un binomio in cui credo».

Ma perché a Sanremo?

«A livello internazionale siamo riusciti a far passare un messaggio. Qui da noi si regata tutto l'anno e il vento non manca mai dal 1° gennaio al 31 dicembre. Ora lavoreremo sulle sinergie, sul fare sistema con gli altri porti tra Riviera e Costa

Azzurra. Questa è una realtà dalle grandi potenzialità. L'importante è coglierle».

Il porto è quello che è però...

«Dobbiamo pensare in modo nuovo, il porto è nato intorno all'anno mille per il commercio, per portare fuori dalla città le risorse. Oggi il porto si è trasformato invece un «importatore di opportunità», un volano per l'economia. Si deve lavorare con l'amministrazione e con le imprese per dare una nuova visione alla città, proiettata sul mare».

Come si diventa velai?

«Ho iniziato a 12 anni ad andare a vela e non mi sono fermato più. I miei studi mi hanno portato verso la professione che è diventata quella di famiglia. Un lavoro artigiano da una parte ma legato alla ricerca e all'innovazione dall'altra, con un'attenzione particolare ai nuovi materiali. Un lavoro di squadra».

Ele vostre vele, fatte a Sanremo, hanno vinto l'oro olimpico.

«E' stata una grande soddisfazione e un impegno. Sanremo a livello internazionale sta dando commissari tecnici a tante nazionali e velisti a imbarcazioni di punta».

Concretezza e fascino?

«Il mare è anche quello, passione, suggestione, atmosfera. La Giraglia è l'unica regata che parte a mezzanotte e dopo uno spettacolo di fuochi artificiali. Non è facile avere 150 imbarcazioni al buio che si allineano in mare per la partenza. Ma ce l'abbiamo fatta e continueremo a farlo. Arrivano da tutto il mondo per provare quell'emozione. Che si vive solo qui».

Cosa si può fare di più?

«Credo rispettare il mare e considerarlo una risorsa del territorio, una potenzialità per la comunità. E poi lavorare insieme per arrivare alla nascita di attività economiche che riescano ad operare in sinergia con il mare».

Da vecchi lupi di mare a giovani lupi di mare?

«Le opportunità possono e devono essere costruite insieme. Saranno le nuove generazioni a vivere e capire come lavorare meglio per fare in modo che questo angolo di Riviera sia un punto di riferimento. Loro saranno in regata, noi a guardarli dal molo di porto vecchio».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Francesco Gabbani
Toscano di Carrara, sta spopolando con la canzone «Occidental's Karma»



LAPRESSE

Sanremo ha per me un significato particolare. Rappresenta il giro di boa del mio percorso musicale e artistico

Il giorno della mia prima esibizione al festival alle 8 stavo già pedalando. Invidio la vostra ciclabile

Francesco Gabbani
vincitore del Festival



Beppe Zaoli
Presidente Yacht Club Sanremo

Tra 150 anni vedo una Sanremo sempre più proiettata sulle onde. Le potenzialità di vela, whale watching e diving sono enormi

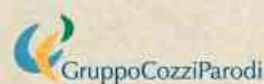
Solo nel 2016 le regate hanno portato 25 mila presenze. Credo siano numeri importanti per la città

Grazie.

Un grazie speciale a chi ha reso possibile realizzare a Sanremo - insieme a La Stampa - la tappa del tour "Il futuro del Nord Ovest": l'indagine economica, sociale e culturale realizzata per ragionare insieme sulle prospettive di sviluppo del Nord Ovest d'Italia. Provincia per provincia.

IL FUTURO DEL NORD OVEST

in collaborazione con



con il sostegno di

FERRERO



Continuate a seguirci su www.lastampa.it/ilfuturodelnordovest e ogni giorno in edicola.

150
1867
2017
LA STAMPA

