

le Marche: l'Italia in una regione

speciale costa adriatica

la canzone dell'acqua

di Mario Mazza

SOTTO IL PONTE, L'ACQUA CHIARA
FA UNA CONCA, TUTTA CIELO;
VI SI SPECCHIANO, RIDENDO,
DUE CASSETTE E UN PINO NERO.
MA, CORRENDO, L'ACQUA CANTA
LE NOVELLE AI PESCIOLINI,
QUELLI VERDI E QUEI D'ARGENTO,
CHE S'INSEGUON PIÙ PICCINI:
NASCO SU, DA UNA SORGENTE
FRA DUE SASSI DI MONTAGNA;
SON RUSCELLO E POI TORRENTE,
SON CASCATA E POI FIUMANA;
MA DI CORRERE HO GRAN FRETTA,
PERCHÉ IL MAR, LAGGIÙ, M'ASPETTA.
IL GRAN MAR CON LE TEMPESTE,
LE BALENE E I PESCECANI
E LE NAVI CHE VAN LESTE
AI PAESI PIÙ LONTANI.

46

www.donnaimpresa.com



Itinerari
LE MARCHE



la spiaggia come
luogo di ritrovo
e di attesa.

IN OCCASIONE DI BURRASCHE
E TEMPESTE TUTTI I FAMILIARI
DEGLI "UOMINI DEL MARE"
ACCORREVANO IN SPIAGGIA;

LU MARENARE

Lu nustr'jè 'nu mestire tradetòre
'n'âtre ppiù 'nfame 'n ze po' trevài
Ma chi ce ha nate 'sogne che cce mòre.
Stènte, patisce e nne lu po' lassà!
Lu mare jè bberbò, jè 'ngannatòre,
'ngòrde, de tante 'n tante vò' magnà'.
Ma quanne je va bbòne te dà l'òre!
Che je vù di? 'Sogna lassallu fà.
Tu scillu mmaleditte, 'njuriate
quanne se 'ncagne e che te fa 'mmatti!
Vè' la bbunazze e te ne sci scurdate.
Còmme fusce 'na donna trista e bbèlle
che te turmente, che te fa suffri'
eppù te 'ncante 'nche 'na resatèlle

Beatrice Piacentini - Rinaldi

Itinerari
LE MARCHE

SAN BENEDETTO DEL TRONTO, RIVIERA
DELLE PALME





NEWS

Dal 10 al 13 luglio ad Hammamet in Tunisia è andato in onda uno spettacolare show del Cantiere sanbenedettese Metamarine che, grazie a due gare superbe si è aggiudicata la vittoria del Gran Premio di Tunisia con l'imbarcazione "Gibellato", magistralmente condotta da Marco Pennesi e Giampaolo Montavoci, giunta prima nella prova di esordio e terza nella prova finale. Il successo è stato completato dal secondo posto ottenuto nella seconda prova da "Italcraft", ancora uno scafo Metamarine, condotto da Adriano Panatta e Mauro Pallini. LA PROSSIMA GARA SI SVOLGERÀ A VIGO IN SPAGNA DAL 12 AL 14 SETTEMBRE

CAMPIONATO MONDIALE

POWERBOAT P1

IN UN SPLENDIDO WEEK-END DI SOLE SAN BENEDETTO DEL TRONTO SI E' RESA PROTAGONISTA DELL' EVENTO PIU' SPETTACOLARE DELL' ANNO

Due le categorie d'imbarcazioni in gara: Supersport (barche di produzione standard, non modificate in officina) e Evolution (come intuibile dal nome imbarcazioni che hanno subito delle evoluzioni meccaniche e tecniche per potenziarne le prestazioni). Il totale i bolidi in gara sono 22. L'Italia con oltre sette team è la nazione più rappresentata. Ci sono anche equipaggi americani ed inglesi. Rappresentata anche la Germania, il Portogallo e persino la Cina.

La capacità e l'impegno vengono sempre premiati; questa equazione è stata pienamente rispettata nei confronti della partecipazione dell'imbarcazione "GFN GIBELLATO" alla prima prova del Campionato Mondiale Powerboat P1, svoltasi a San Benedetto del Tronto dal 9 all'11 maggio. Iscritto nella Classe Evolution, il nuovo monocarena, interamente realizzato dal Cantiere Metamarine, ha esordito risultando primo nella Poole Position disputata il giorno 9, e primo nella seconda gara che si è svolta domenica 11. Il risultato vincente nella seconda gara è scaturito dalla squalifica comminata al concorrente Fountain Worldwide N° 99, risultato primo al traguardo ma riscontrato irregolare in seguito a verifica; pertanto GFN GIBELLATO, che lo ha seguito per tutta la gara, si è aggiudicata la vittoria. Nella prima gara disputata sabato, l'imbarcazione di San Benedetto è stata costretta al ritiro per noie ad un motore mentre duellava per il primo posto, cosicché ora occupa la seconda posizione in Classifica Generale con 100 punti, dietro a Lucas Oil N° 77 che ne somma 160. Alla guida di GFN GIBELLATO erano Marco Pennesi, progettista e costruttore dell'imbarcazione, e Giampaolo Montavoci, eclettico pilota motonautico e titolare della Veneta Marina, partner di Metamarine in questo già vivacissimo Campionato Mondiale.



Nella foto in alto: il nuovo scafo del team Metamarine "Gibellato" che è stato presentato ufficialmente a Venezia nell'ambito del Salone Nautico Internazionale ed esposto di fronte all'ingresso dell'Hotel Hilton quale icona della manifestazione "Passion - Yachts & Emotion" sponsorizzata dalla Campari.
Nella foto di sinistra: **Marco Pennesi** costruttore e pilota dell'imbarcazione Gibellato,
Nella foto a destra: il mitico **Adriano Panatta**, incontrastata icona del tennis italiano e mondiale con il sindaco della città di San Benedetto **Giovanni Gaspari**



nella foto da sinistra: Bruno Schiavi e Alfredo Gattafoni con i due aiutanti armatori del "Caiman" e i giovani rappresentanti della carta stampata in un momento di relax durante le fasi del campionato mondiale di "powerboat P1" 2008.

Il marina di San Benedetto del Tronto è inserito nel vecchio porto peschereccio-commerciale e ne occupa tutta la parte sud. Recentemente la Regione Marche ha provveduto ad eseguire i lavori di completamento della nuovo marina che successivamente è stato dato, a seguito gara di appalto, in concessione al Circolo Nautico Sambenedettese, costituito da oltre 600 soci e già titolare da oltre quarantanni della concessione sulla preesistente struttura. La nuova concessione porta la ricettività del marina sino a circa 600 barche con dimensioni fino a 20 metri. Data l'attuale consistenza il Circolo è in grado di ospitare ancora altre 200 ulteriori imbarcazioni in strutture di nuova costruzione. Al marina di San Benedetto anche quest'anno è stata assegnata la "bandiera blu" per porti turistici. Ne consegue che il marina è dotato di tutte le attrezzature e servizi di elevata qualità a disposizione delle imbarcazioni ospiti. I diportisti, sia stanziali che di passaggio, possono inoltre godere dell'ottima posizione logistica del porto, che è profondamente inserito nel contesto urbano essendo ubicato a pochi metri dal centro cittadino, per cui le attività commerciali, turistiche e del tempo libero sono accessibili direttamente a piedi. Le strutture del Circolo contengono un'ampia sala bar-ristorante ed una attrezzata terrazza all'aperto situate su un molo a diretto contatto con lo specchio acqueo, offrendo così la sensazione, specie nelle ore notturne, di trovarsi in un ambiente quanto mai poetico e suggestivo. Nella serate della stagione estiva vengono correntemente organizzate manifestazioni ed attrazioni di diverso tipo, inserite nella quiete derivante dal trovarsi in uno spazio pressoché completamente circondato da calme acque e luci soffuse che creano atmosfere incantevoli.

Il Presidente: ing. Paolo Tartaglini



Giovanni
Gaspari
Sindaco di San Benedetto del Tronto

UN NUOVO PRESENTE PER UNA CITTÀ DEL FUTURO

"La città di San Benedetto del Tronto vive anche nel 2008 una stagione turistica favorevole, costellata di interessanti appuntamenti nel corso di tutta l'estate. E se è già lungo l'elenco di lavori pubblici realizzati da questa Amministrazione comunale, dalla riapertura del Teatro Concordia al nuovo marciapiede sul lato est di viale De Gasperi, dal porfido in via Laberinto e vicolo della Posta ad asfalti che non venivano sostituiti da decenni, da impianti sportivi nuovi o profondamente riqualificati, come la palestra per

la ginnastica artistica o la rinnovata pista di pattinaggio, il prossimo autunno vedrà partire una serie altrettanto importante di lavori. Verranno riqualificate piazza Matteotti e via Montebello, il marciapiede dissestato di via Ugo Bassi e altre zone della città, dopo i lavori condotti d'estate nelle scuole dell'obbligo. Tutto questo mentre procede l'impegnativo iter per mettere in sicurezza e riqualificare il torrente Albula. Ma in fondo non è soltanto questo che cambia il volto di una città. L'ultima sfida, in ordine cronologico, è quella che stiamo tentando di condurre in porto grazie alla Fondazione Carisap e all'architetto franco-svizzero Bernard Tschumi, che proporrà nei prossimi mesi un importante progetto per l'area del Ballarin, che dovrà essere, come ha detto lo stesso architetto, "un generatore di cultura". Tra l'altro, si tratta di una opportunità che tentiamo di costruire in collaborazione con il territorio, a partire dal Comune di Grottammare, oltre che con i nostri residenti e le associazioni di categoria. È necessario avere una visione panoramica del futuro e delle sfide che è importante affrontare. Su questo versante la carta più importante sarà indubbiamente il nuovo Piano regolatore generale, in fase di elaborazione. Dobbiamo puntare su aree strategiche, per esempio quella del porto, che città profondamente legate al mare, come Genova e Lisbona, hanno già modificato rispetto alla sola destinazione mercantile o peschereccia. Il porto può diventare la zona più animata e vivace della città, quella più ricca di stimoli e attività diverse. Le Marche sono la regione con la più alta aspettativa di vita d'Italia e la provincia di Ascoli Piceno può vantare il dato più alto a livello regionale. Anche San Benedetto e il suo territorio, come l'intera regione, offrono un'elevatissima qualità della vita, un paesaggio e servizi a misura d'uomo. Una situazione che non viene fotografata soltanto dalla Bandiera Blu per la qualità delle acque del mare e dei servizi offerti ai turisti, o dalle Bandiere Arancioni e dall'ammissione tra i Borghi più belli d'Italia dell'ANCI, che sono altrettanti riconoscimenti ottenuti dal nostro territorio. La qualità della vita è una condizione offerta a tutte le fasce d'età, per l'attenzione ai servizi sociali e alla pratica sportiva, per le opportunità di studio e le occasioni di svago. Negli ultimi anni abbiamo aperto due ludoteche comunali, un centro diurno per malati di Alzheimer, il terzo asilo nido pubblico. Gli edifici scolastici vengono ampliati sistematicamente, con nuovi refettori o aule multimediali. Le associazioni cittadine hanno ricevuto una sede nel quartiere Agraria, che presto ospiterà un nuovo campo da rugby, atteso da anni. La città, in definitiva, reagisce con la vitalità che caratterizza la sua storia economica e sociale, allo stato di crisi che attraversa il Paese e il nostro stesso territorio. Ci siamo detti che occorre rilanciare e non ripiegare su noi stessi. È quello che stiamo tentando di fare in tutti i settori".

IL PRIMO RESORT DELLA RIVIERA DELLE PALME

SPAZIO,
LUMINOSITÀ, COLORI, ARCHITETTURA,
COMODITÀ E CONFORT IN UN CONTESTO
DI QUALITÀ...continua a pag. 72



Valentino
★★★★RESORT
www.valentinoresort.it



la spiaggia come
luogo di ritrovo
e di attesa.

LA STORIA DELLA FESTA DEL MARE

vuol ricordare un fatto accaduto il 7 Aprile 1795, in questo giorno decisero i pescatori di indire uno sciopero verso i "Padroni" delle barche che non intendevano aumentare la paga, anche esasperati dai continui aumenti dei prezzi del grano, della farina e del formentone, di non andare in mare fino a quando il Governatore della vicina Fermo, Caracciolo, non avesse deciso prezzi più bassi per detti generi alimentari, e i padroni non avessero aumentato il salario. I tre capi della protesta, preoccupati dalle conseguenze sui bilanci famigliari della cessata attività, proposero di unire le riserve alimentari di tutte le famiglie, e di consumarle insieme sulla spiaggia. A tale scopo venne ordinata la costruzione all'artigiano Tommaso Mostarda, di una enorme padella adatta per servire la moltitudine di paesani, dopo qualche tempo la situazione si risolse secondo le richieste dei pescatori, che immediatamente ripresero l'attività.

OGGI

festa del mare con la padella gigante dell' adriatico e' un appuntamento fisso oramai da 40 anni, nella terza settimana di luglio organizzare a porto san giorgio una festa che ha come protagonista il mare: dieci quintali di calamaretti e sarde della migliore qualità vengono fritti nella padella gigante dell'adriatico.

La celebre padella da guinness dei primati, il cui manico misura 8 metri, con un diametro è di 6 metri; all'interno vengono versati 1000 litri di olio, che viene portato ad una temperatura di 180° da 32 beccchi con 100 fuochi ognuno, sviluppando 360.000 kcal/h.

La padella ha viaggiato molto: è stata a in Germania, Austria, Svizzera, e in molte località italiane



Itinerari
LE MARCHE

PORTO SAN GIORGIO, UNA LUNGA STORIA
DI MARE, CON LA CONTEMPORANEA
VOCAZIONE ALLA BELLEZZA

55

PORTO SAN GIORGIO : SINTESI IDEALE DI TRADIZIONE E MODERNITÀ.

Nel corso degli anni è riuscita a potenziare la sua offerta turistica conservando, al tempo stesso, quella qualità di vita che la rende, ancor oggi, il luogo ideale per una vacanza o un semplice soggiorno. Una città di mare, dove la modernità delle strutture ricettive si sposa magnificamente con la tradizione della gastronomia e con una ospitalità fatta di antiche consuetudini, dove il suono ed i colori di eventi artistici d'avanguardia si stemperano nelle calme acque marine, dove la storia si respira lungo i vecchi vicoli marinari e si assapora il presente tra le luci e gli odori dei negozi del centro, dei locali, delle trattorie...

DA VEDERE

- CHIESA DI SAN GIORGIO
- ROCCA TIEPOLO
- TEATRO COMUNALE
- VILLA BONAPARTE PELAGALLO
- CHIESA DEL SUFFRAGIO
- PALAZZO COMUNALE

La stagione culturale di Porto San Giorgio, da te diretta, da quest'anno si è incentrata sul tema della "Bellezza". Cosa intendi con questo concetto?

Intendo ciò che corrisponde al desiderio profondo del cuore dell'uomo, ciò che sentiamo riesce a "nutrire" la nostra anima. Sono profondamente convinto che l'esistenza umana non sia riducibile a un elemento biologico, o statistico, o economico. C'è un'ulteriorità, qualcosa che trascende incomprensibilmente i dati materiali. E questo qualcosa è proprio la Bellezza, cioè il mostrarsi di un Mistero che sta dentro la realtà. "Non si vede bene che con il cuore. L'essenziale è invisibile agli occhi", ha detto un grande scrittore francese. La Bellezza non è un concetto meramente estetico: non riguarda soltanto la percezione sensoriale, e non è neanche un dato squisitamente psicologico. E' invece qualcosa che in filosofia si definirebbe "ontologico": cioè qualcosa che ha a che fare con l'essere stesso, con l'essenza della realtà. La Bellezza di cui parlo non è la bellezza che piace ai dandy, agli esteti, una bellezza "naïve" astratta; come, dicevo, invece, è il riflesso, dentro la realtà, di qualcosa che va oltre la realtà. E siccome è a questo "oltre" che anela il cuore umano, ecco allora che la Bellezza è ciò che corrisponde al nostro desiderio più profondo. Per questo, a mio avviso, la letteratura e la filosofia costituiscono le esperienze umane più sublimi, più alte, più vive e più emozionanti dell'avventura esistenziale: perché in esse risplende la Bellezza. La stessa cosa vale per la musica, il teatro, il vero cinema, l'arte figurativa... insomma, per la cultura propriamente detta. Per questo motivo, credo che un "assessorato alla cultura" possa e debba essere un "assessorato alla Bellezza".

Ci sono autori che hanno espresso meglio di altri la "Bellezza" di cui parli, e ai quali ti ispiri?

Sicuramente queste idee sono al centro della grande riflessione filosofica del tardo Medioevo e del Rinascimento, quando l'umanità occidentale ha raggiunto secondo me il suo vertice culturale. Ma senz'altro il concetto di Bellezza di cui parlo nasce presso i Greci (come tutto): già Platone affermava che la Bellezza è il riflesso, nel tempo, dell'eternità, e poi è stato messo a tema dal genio della filosofia tedesca, in epoca moderna. Occorre dire che negli ultimi secoli, sono stati soprattutto i poeti e gli scrittori a incarnare questa concezione: il poeta inglese Keats scrisse: "La Bellezza è Verità, la Verità Bellezza. Questo è tutto quello che occorre sapere sulla terra", un verso che ricordo sempre. Grandi scrittori del Novecento che hanno mostrato la Bellezza, i primi che mi vengono in mente, sono ovviamente Virginia Woolf, Dylan Thomas, John Tolkien, Thomas S. Eliot... e molti altri. Sarebbe secondo molto utile se testi come questi fossero tenuti presenti dagli amministratori, e in genere dai politici italiani, per i quali la cultura è un po' come la criptonite per Super-Man... Il che possiede tristi conseguenze in termini di civiltà, che ogni giorno osserviamo. Non può esistere nessuna civiltà, se la cultura non viene messa al primo posto. Ma in Italia, la cultura non sta neanche al penultimo...

Quindi la Bellezza può anche essere un criterio per l'agire politico?

Certo: lo è, dovrebbe esserlo! Se pensiamo agli scempi architettonici che fanno a pezzi l'Italia, e che hanno devastato ad esempio Porto San Giorgio; se pensiamo a molte ingiustizie sociali; se pensiamo a una scuola ormai ridotta a un centro d'accoglienza; se

pensiamo alla inciviltà che pervade il paese – tutto ciò nasce da mancanza di progetti culturali: cioè da una mancanza di Bellezza. Solo ispirandosi alla Bellezza una civiltà può dirsi tale – ma in Italia ci si è basati e ci si basa quasi esclusivamente sul "potere": che è il contrario esatto della Bellezza. Quando dico Bellezza, non intendo solo l'arte e la letteratura, la musica, cose che magari non tutti possono o vogliono apprezzare. La Bellezza, in senso forte, può apparire ovunque: in un gesto di carità, in un principio morale, nello sport... Ad esempio, secondo me, Roberto Baggio, con il suo calcio, è uno dei più meravigliosi esempi di Bellezza. Poi soprattutto, com'è ovvio, la Bellezza è racchiusa nelle donne, che ne sono in un certo qual senso le custodi e le concretizzazioni più perfette.

In questo senso, allora, le donne assumono un ruolo decisivo all'interno della politica e della cultura. Come ti poni di fronte alla possibilità delle cosiddette "quote rosa"?

Non ci credo per niente. Sono secondo me solo il segno di una discriminazione inutile. Le donne devono essere in politica e nel mondo sociale non perché viene fatta loro una "concessione" in termini numerici da parte dei maschi. Devono starci proprio in quanto donne, incarnando tutto il prezioso portato di femminilità del loro essere. Si tratta di una prospettiva opposta al cosiddetto "femminismo": dove le donne pretendono di essere come i maschi, abbandonando la loro essenza. Io credo che la Bellezza che le donne custodiscono in maniera specialissima sia presente proprio nella loro femminilità. Ed è quella Bellezza che oggi manca all'Europa civile, e massimamente all'Italia, è quella

Bellezza che andrebbe riscoperta. Magari, guardando alle donne, rispettandole, valorizzandole e riconoscendone, appunto, la Bellezza.

Quindi possiamo concludere che la donna racchiuda più "Bellezza" dell'uomo?

Direi proprio di sì... in fondo, il Genesi parla chiaro: Dio fece prima l'uomo, poi la donna. Come dire: prima la brutta copia e poi... la bella. Facezie a parte, la Bellezza che si racchiude nell'arte e nella cultura è secondo me la stessa che le donne possono incarnare. A questa Bellezza credo che dovremmo guardare incessantemente, nel tentativo di essere felici e di poterci dire degnamente abitanti della nostra vita.

Bruno Baldassarri

- *1 AGOSTO LOST IN TRASLATION. MIGRAZIONI UMANE
- *2 AGOSTO NOTTE ROSA
- *11 AGOSTO CONCERTO BANDA MUNICIPALE
- *13 AGOSTO ROCCA AETERNA - INCONTRI DI MEDIOEVO E FANTASIA
- *19 AGOSTO RADICI DELLA MARCA CONCERTO DELLA BANDA MUNICIPALE

a tu per tu con...

Cesare Catà è nato il 3 agosto del 1981, a Fermo. Laureato in filosofia e scienze umane e diplomato in filosofia orientale, è dottore di ricerca in storia della filosofia. dal 2004 al 2007 è stato borsista presso l'università di Macerata. nel 2006, ha collaborato presso la University of Hawaii di Honolulu (USA) come visiting scholar. E' docente (precario) nei licei italiani e tiene seminari nelle scuole elementari e medie. Ha tenuto numerose conferenze in Italia e in USA, e ha composto e pubblicato vari studi sulla filosofia tra medioevo e rinascimento. e' inoltre autore di racconti e prose drammaturgiche, in cui si intrecciano gli stili fantasy e underground. Nel 2007, ha vinto il premio "Sillmaril" come miglior racconto fantasy italiano dell'anno. Da maggio 2008 è Assessore alla Cultura e alle Politiche Europee presso il comune di Porto San Giorgio, nella Marca di Fermo, la sua città.



le MARCHE in TAVOLA



I PRODOTTI

Un'irresistibile varietà di prelibatezze nate dalla sapiente combinazione di ingredienti semplici, dalle proprietà nutritive indiscutibili, costituiscono l'anima della produzione. La salsiccia stagionata dal gusto stuzzicante, la tradizionale porchetta dall'invitante profumo di finocchio selvatico, il saporito salame con lardelli e pepe in grani ottenuto con carni magre, lo speziato guanciale teso con il suo aroma leggermente fumé, il caratteristico ciabuscolo e ciabuscolone femano dalla pasta non troppo consistente e con una stagionatura media ideale per merende o per pasteggiare con un buon vino, nonché i tipici salami di fegato, quelli piccanti dal gusto deciso e il lonzino dalla carne tenera e dal gusto dolce. Per non parlare del capocollo, che leggermente affumicato e stagionato naturalmente, ha un retrogusto di erbe aromatiche, o del prosciutto dal profumo appetitoso che, prodotto solo con carni selezionate, conquista al primo assaggio. Questo è solo un piccolo esempio di ciò che può offrire l'esperienza messa a servizio della tradizione

L'AZIENDA

Il salumificio Mezzaluna dal 1960 fa rivivere il gusto unico ed inimitabile di alcune specialità tra le più caratteristiche della tradizione marchigiana, frutto di antiche ricette e di una selezione accurata di carni suine, allevate in modo sano e tradizionale. Il salumificio usufruisce inoltre, di sistemi di macellazione e di lavorazione della carne, moderni e certificati dai bolli CEE che nulla tolgono al carattere di piccolo laboratorio artigianale originario.



VIA SAN GIROLAMO NORD 3
FERMO - ITALY
INFO: TEL/FAX 0734.629128



«sapore unico della tradizione»



Itinerari
GASTRONOMICI



NELLA SOCIETÀ DEI GUSTI APPIATTITI NON SI PUO' RESISTERE AL FASCINO DELLA...

Ci sono cose nella vita a cui non si sa resistere. Non c'è niente da fare, ognuno di noi ha il suo punto debole. Io ne ho uno per lei. Da sempre. Non riesco a resistere. Qualcuno dice che devo cambiare, che mi devo accontentare di altro. Mai! Nessuno è come lei...La scena è sempre la stessa, replicata negli anni. Entro nel locale, mi siedo e ordino una birra per sciogliere la tensione. Poi chiedo di lei, con fare vago per non dare troppo nell'occhio. In realtà sono già in fibrillazione. Ma devo attendere un po'. Odio le attese, ma per lei sopporto anche questo. Sono cose che si possono perdonare ad una signora. Finalmente arriva. Fine, semplice e raffinata al tempo stesso. Decisamente straordinaria. Il suo aroma invade l'aria, facendo girare tutti i presenti. Ma lei è solo mia. La guardo con occhi incantati. Si adagia davanti a me ed io l'ammiro rapito. Così seducente ed invitante, impossibile resistere. Profilo attraente, forma a regola d'arte. Capolavoro di inimitabile bellezza. Chiudo gli occhi per inebriarmi del suo profumo inconfondibile. Con delicatezza la sfioro, ma di lì a poco la passione esploderà. Voglio divorarla. La guardo citando Alberto Sordi: "M'hai provocato? E io me te magno!". KARIBU...UN AMORE DI PIZZA!!!

> PIZZERIA KARIBU (forno a legna ed utilizzo di ingredienti di prima qualità)
C.DA ABBADETTA 30 _ FERMO (vicino l' uscita della A14) _ TEL. 0734/53823 _ MOBILE 339/5976420

Lungomare Gramsci 365_63017 Porto San Giorgio_Tel. 0734_675558 (3 linee r.a.)_Fax 0734_673477_E-mail:ilcaminetto@libero.it_www.hotelcaminetto.it

Hotel Ristorante Il Caminetto



La cucina,

curata direttamente dai proprietari, propone piatti tipici marchigiani, esaltando soprattutto le specialità marinare. L'Hotel Ristorante il Caminetto presenta un ambiente accogliente e familiare. Struttura a quattro stelle, dispone dei migliori confort e servizi.

XV festival internazionale

Civitanova Danza

62

www.donnaimpresa.com

Itinerari
LE MARCHE



DA SCOPRIRE...
CIVITANOVA MARCHE: UNA CITTA' TUTTA

Foto: ufficio servizio turismo

L'edizione 2008 (la quindicesima) del festival internazionale Civitanova Danza – che si svolge a Civitanova Marche dal 9 luglio al 10 agosto – vuole confermare e approfondire le proprie caratteristiche d'intervento, come sono venute strutturandosi e consolidandosi nel corso della sua storia. "Civitanova danza tutto", slogan che accompagna da qualche anno la manifestazione, testimonia da un lato la tensione ad una onnicomprensività dello sguardo per le differenti tipologie di danza (dalla tradizione del balletto classico alle esperienze più contemporanee), ma anche indicare l'aspirazione a riunire in sé i rappresentanti del mondo, come accadrà quest'anno per Russia, Israele, Gran Bretagna, Francia, Stati Uniti e naturalmente Italia. L'inaugurazione del festival il 9 luglio (Teatro Rossini) è affidata ad un vero e proprio evento. Torna infatti nella "città della danza" il Balletto Kirov del Teatro Mariinskij di San Pietroburgo che presenta al pubblico del festival Serata Forsythe. Lo spettacolo, espressione dell'eccellenza della danza classica mondiale, è portato in scena da un corpo di ballo considerato da secoli la roccaforte della danse d'école e da circa un trentennio apertosi al secondo Novecento coreografico. Il corpo di ballo di uno dei maggiori enti lirici italiani – il Maggio Musicale Fiorentino – arriva al festival il 12 luglio sull'onda dei rinnovati successi ottenuti grazie alla direzione artistica di Vladimir Derevianko, danzatore russo tra i più amati degli ultimi decenni. In programma un capolavoro come La Sylphide - prototipo del balletto romantico che vede impegnati circa quaranta ballerini – che riempirà di meraviglie il palcoscenico del Teatro Rossini come gli occhi degli spettatori. La grande capacità e maturità interpretativa, il coraggio di mettere in gioco un patrimonio di esperienze – tra le quali quella maturata nell'ambito della compagnia di Virgilio Sieni - e un linguaggio autonomo di grande comunicatività hanno condotto Simona Bertozzi ad essere considerata una coreografa e danzatrice tra le più apprezzate della nuova scena italiana. Il festival accoglie una serata dal sapore esclusivo (16 luglio al Teatro Annibal Caro nell'ambito del progetto Civitanova Casa della Danza), in cui il suo intenso assolo Terrestre che scruta il rapporto tra azione e memoria si accompagna ad un inedito lavoro a due, che vede la luce al termine di una residenza presso le strutture della città alta (Foresteria Imperatrice Eugenia e Teatro Annibal Caro). Il 22 luglio il festival prosegue al Teatro Rossini con la Hofesh Shechter Dance Company. Israeliano di nascita, Hofesh Shechter vive e lavora in Inghilterra dove ha iniziato un proprio percorso artistico rivelandosi un coreografo di grandissimo talento il cui lavoro, estremamente originale, si distingue per la forza fisica che caratterizza la sua danza unita all'eleganza scenica. De-generation è il titolo della serata composta da Cult, lavoro virtuosistico che affronta in maniera ironica il tema del potere nella società contemporanea, Fragments – sua prima creazione – un duetto raffinato ed intenso che ha vinto il primo posto alla Serge Diaghilev Choreographic Competition nel 2004 e Uprising interpretato da sette danzatori uomini che emergono dall'ombra per aggredire il palcoscenico con una forza folgorante ed una potente musica che assale i sensi degli spettatori. Quattro eccellenze italiane (accompagnate da importanti partner) della scena mondiale per una serata esclusiva (27 luglio al Teatro Rossini) non a caso intitolata Italians dance it better. Stimati come ballerini di rara qualità all'estero, questi artisti si contraddistinguono per personalità, tecnica e temperamento unici e presentano a Civitanova Danza dei brani firmati da grandi maestri così come delle creazioni di giovani coreografi emergenti. Mara Galeazzi (principal del London's Royal Ballet), Silvia Azzoni (prima ballerina dell'Hamburg Ballet e neovictrice del Benois de la Danse), Valentina Scaglia (Nederlands Dans Theatre) e Alessio Carbone (primo ballerino all'Opéra de Paris) danzeranno con Sergei Polunin, Alexandre Ryabko, Lukas Timulak e Isabelle Ciaravola per una serata che si annuncia irripetibile. Un trittico di grande intensità dal titolo Triptyque masculin firmato da una delle figure di punta della danza contemporanea francese, Abou Lagraa, e danzato da otto energici ballerini della Compagnie La Baraka è in

civitanova
Danza

scena il 3 agosto al Teatro Rossini. Abou Lagraa, coreografo e danzatore con radici maghrebine ancora poco conosciuto nel nostro paese, ha realizzato negli ultimi anni spettacoli unici, caratterizzati da un linguaggio coreografico del tutto originale. Ad inaugurare la serata è Matrikis, coreografia in omaggio alla figura della donna e alle tante anime e sfaccettature che le appartengono. Come appartengono alla danza, quando è ancora capace di stupire. Civitanova Danza va in trasferta e lo fa il 5 e 6 agosto all'Arena Gigli di Porto Recanati con una delle compagnie più originali ed amate del mondo della danza, i Momix, che da venticinque anni portano sulla scena coreografie uniche in cui la loro abilità di danzatori si fonde con quella di illusionisti. A Porto Recanati – in collaborazione con l'amministrazione comunale locale – il gruppo statunitense presenta The best of Momix, omaggio che il coreografo Moses Pendleton dedica alla propria compagnia la cui storia è caratterizzata da indiscussi successi e trionfi mondiali. Al centro dello spettacolo pezzi di alcune delle loro performances più entusiasmanti come Opus Cactus, Passion, Sun flower Moon e Momix in orbit. A chiudere il festival – domenica 10 agosto in piazza XX settembre – è Taranta, una festa (ad ingresso gratuito) all'insegna di una delle più suggestive e coinvolgenti danze popolari, la "pizzica". Lo spettacolo si muove attorno al repertorio musicale della tradizione orale del Salento interpretata da Antonio Castrignanò e il suo ensemble. Melodie e ritmi arcaici, sonagli e membrane che riconducono a pietre e colori di questo fascinoso lembo di terra. Canti di lavoro che scandiscono da sempre i tempi e la fatica quotidiana della gente che gli appartiene, senza tralasciare l'espressione musicale più travolgente, ereditata dal rito del tarantismo conosciuto in tutto il mondo, la pizzica tarantata. Musica popolare, dunque, ma anche danza che impreziosisce e narra, attraverso un linguaggio del corpo istintivo o studiato, usanze e abitudini del Salento. La festa di chiusura è preceduta - sabato 9 agosto – da uno stage di Taranta aperto al pubblico in preparazione alla conclusione del festival.

Il festival internazionale Civitanova Danza 2008 è promosso da: Comune di Civitanova Marche, Teatri di Civitanova e Amat, è realizzato con il contributo di Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Regione Marche, Provincia di Macerata, Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata e Camera di Commercio di Macerata. **Partners del festival** sono Cesare Paciotti, Eurosuole spa e Banca di Credito Cooperativo di Civitanova Marche e Montecosaro.



GIUGNO 2008

CONCORSO DI ELEGANZA VILLA CONTI: LA SPOSA PIU' BELLA VESTE ROSSANA NICOLAI

SUGGESTIVI MOMENTI SI SONO VISSUTI CON LA PASSERELLA DELLE AUTO ABBINATE AD ABITI DA SPOSA DELLE BOUTIQUES ROSSANA NICOLAI, NELLA PIAZZA DI CIVITANOVA MARCHE IL VENERDI' SERA E CON IL COCKTAIL-PARTY DEL SABATO POMERIGGIO NELLO SPLENDIDO PARCO ANTISTANTE VILLA CONTI IN STILE LIBERTY.

CIVITANOVA MARCHE
ITALY



Itinerari culturali

Il Piemonte seduce la Russia

Tanti contatti e grande entusiasmo per il workshop "Russia Buy Piemonte". Nel 2007 la presenza di turisti russi è triplicata.

Ventotto tour operator provenienti da Mosca e da San Pietroburgo sono stati ospiti del "Workshop Russia Buy Piemonte 2008", oltre 60 invece gli operatori piemontesi, dai consorzi turistici e strutture ricettive ai tour operator specializzati nell'incoming. Al Workshop di apertura sono seguiti poi due giorni di educational tour: partenza dai laghi con le isole Borromee e meta finale Torino per scoprire Museo Egizio, Duomo, Quadrilatero Romano e tutte le seduzioni di un'engastronomia ormai celebre nel mondo. Con loro anche quattordici giornalisti moscoviti della stampa specializzata.

"I contatti stanno andando molto bene e siamo veramente soddisfatti" - dichiara **Yulia Yuzvikova**, rappresentante di uno dei più grandi tour operator russi - pur conoscendo già il Piemonte come destinazione invernale stiamo scoprendo molte cose nuove, in particolare sull'estate, che inseriremo nelle nostre prossime programmazioni. Per noi siete un mercato interessante che registra un alto tasso di crescita e che non ha ancora raggiunto il suo massimo livello. Ci sono ancora molte potenzialità che speriamo di sfruttare".

"Gli elementi di attrazione più forti sono soprattutto la

montagna e gli sport invernali, le altre attività outdoor, l'arte e la cultura, ma cresce anche l'interesse per lo shopping e il benessere" - dichiara **Natalia Argonova**, responsabile ENIT mercato russo - in generale quello che i turisti russi cercano è la qualità: hotel 4-5 stelle, buoni servizi. Stiamo parlando di una fascia di alto livello, abituata a viaggiare, che sceglie il meglio e il Piemonte e l'Italia rispondono a queste aspettative: negli ultimi due anni abbiamo raddoppiato il numero nazionale di visti rilasciati e nei primi 4 mesi del 2008 siamo già a un ulteriore incremento del 50% sul 2007".

Una passione talmente forte quella che i turisti russi hanno scoperto per il Piemonte da spingerli, perfino, a "mettere su casa" nella nostra regione.

"Li aspettavamo per brevi vacanze - dichiara **Alberto Marforio**, presidente del Consorzio Operatori Turistici Lago Maggiore - e invece il mercato immobiliare ha avuto una forte spinta da parte di acquirenti russi che scelgono di investire qui per una seconda casa. Segno di un'attrazione per i laghi e il Piemonte che si sta consolidando in modo molto serio. La media di permanenza di un turista sul nostro territorio è, al

turismo: record di crescita

È la prima regione italiana per ritmo di crescita sulle presenze. Dal 2000 a oggi arrivi in aumento di oltre il 32%.

I dati dell'Assessorato al Turismo della Regione sono stati elaborati da Sviluppo Piemonte Turismo, l'organismo regionale preposto all'attività di ricerca e sviluppo nel settore turistico, sulla base delle informazioni raccolte attraverso le otto Province del territorio e dei dati ufficiali di ISTAT, ISNART, IRES, Politecnico e gruppo di ricerca Omero dell'Università di Torino. Un trend positivo che evidenzia la costante crescita negli anni del turismo piemontese. Crescita che prosegue anche nel 2008: le stime delle presenze nel primo trimestre sono pari a circa +3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

"Le numerose presenze di oggi - dichiara **Mercedes Bresso**, presidente della Regione - dimostrano come il turismo sia, ormai, uno degli elementi rilevanti per lo sviluppo economico della nostra regione. I dati riportati dall'Associazione delle Catene Alberghiere segnalano una ripresa positiva del mercato italiano che poco tempo fa aveva avuto una dura battuta d'arresto. In generale, però, le città d'arte sono in calo e le uniche eccezioni a questo trend sono Torino, Milano e Bologna. La Reggia di Venaria, i festeggiamenti per il 150 dell'Unità d'Italia e la prossima ostensione della Sindone non potranno che contribuire a un'ulteriore crescita. Così come il rilancio del sistema congressuale che ci vede a lavoro con il Comune per dotare Torino di un centro congressi da grandi numeri. La direzione intrapresa va verso l'allargamento dello spazio fieristico del Lingotto sull'Oval, in modo da creare un ambiente in grado di accogliere fino a 10.000 persone. Un altro jolly per eventi medio-grandi potrà essere il Palalozzaky, riadattato grazie alle sue strutture mobili. Infine stiamo lavorando per dotare anche il centro storico di un centro congressi di medie dimensioni, in modo da sfruttare al meglio le tante strutture ricettive di qualità presenti nel cuore di Torino."

"Il Piemonte - dichiara **Giuliana Manica**, Assessore Turismo della Regione - è riuscito a confermarsi, nel giro di pochi anni, come meta turistica di primissimo livello. I turisti sono cresciuti di oltre il 32% con un incremento anche dopo le Olimpiadi. I dati che vengono forniti oggi sono il risultato di un ottimo lavoro di collaborazione tra pubblico e privato: la nostra regione è stata capace di frenare la fisiologica caduta post-olimpica e, oggi, il numero di imprese turistiche, la maggior parte delle quali è gestita da donne, è molto rilevante. L'offerta ricettiva tradizionale è ora

momento, intorno ai 2,3 giorni. Contiamo di portarla oltre i 3 anche grazie ai numeri che arrivano dalla Russia".

Il workshop "Russia buy Piemonte" è stato promosso dall'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte e organizzato dal Centro Estero per l'Internazionalizzazione (Ceipiemonte), in collaborazione con l'Ente Nazionale Italiano del Turismo (Enit).

"La Russia è un mercato strategico di grande importanza - dichiara infine **Giuliana Manica**, assessore al Turismo della Regione - soltanto nel 2007 le presenze sono triplicate rispetto all'anno olimpico, passando da 59.000 a oltre 173.000, e anche gli arrivi hanno visto un raddoppio fino a superare la quota di 42.000. L'interesse manifestato in questa prima giornata di lavori ne è la conferma. Ricordo che tra le recenti operazioni che abbiamo avviato sul mercato russo, in collaborazione col Ceipiemonte, c'è stata una mirata campagna invernale in co-marketing con un grosso tour operator russo, la presenza al MITT di Mosca, la più importante fiera del settore turismo e l'avvio di un servizio di accoglienza, tramite personale di madrelingua russa, all'Aeroporto di Torino Sandro Pertini e di Milano Malpensa per i passeggeri provenienti da Mosca di cui hanno usufruito, da gennaio, 1.700 passeggeri".

FONTE:

Josè Urso ufficio Stampa Giunta Regionale
Assessorato Turismo, Sport e Pari Opportunità

Francesca Corsini Ufficio stampa - Centro Estero per l'Internazionalizzazione

accompagnata da nuove forme di accomodation come b&b o campeggi. La chiave unificante la nostra offerta è senz'altro l'eccellenza, accompagnata da accessibilità e sostenibilità. Temi su cui puntiamo molto e per i quali abbiamo intrapreso numerosi progetti come Turismabile, rivolto alle persone con esigenze speciali. Il nostro obiettivo è quello di incrementare questi dati già positivi, destagionalizzando ulteriormente i flussi e mantenendo al top la visibilità che le Olimpiadi ci hanno donato."

I Bed & Breakfast in Italia: quando l'accoglienza di qualità è donna

Omogeneità nelle leggi regionali, norme fiscali più chiare, riconoscimento dello status di "prodotto turistico" e non più solo di servizio ricettivo, semplificazione delle modalità di esercizio, caccia al sommerso, qualificazione degli operatori. Sono stati questi i principali temi trattati nel corso di un recente convegno sul "Bed & Breakfast" organizzato dall'Associazione GenovaFa e dal Comune di Genova, nello splendido salone di Palazzo Tursi. Il settore nel nostro paese si è sviluppato ed è diventato adulto in pochissimi anni: secondo l'Istat dal 2000 al 2007 le strutture sono passate da 2.457 a 12.565 (+411,4%) e i posti letto da 10.147 a 64.212 (+532,8%). Tuttavia soffre ancora di non poche contraddizioni: in venti regioni ci sono altrettante legislazioni diverse, gli operatori non sempre offrono una qualità soddisfacente, le Regioni non operano con una logica unitaria di valorizzazione del territorio e di sinergia con i vari soggetti che possono creare valore aggiunto. Per questo associazioni di categoria e operatori sono pronti a creare una sorta di rete e ad alzare il livello dell'offerta, alla ricerca della qualità, di una maggiore omogeneità delle norme regionali (pur mantenendo le necessarie differenze per la valorizzazione del territorio), di norme fiscali più chiare e coerenti, di una qualificazione che porti a una decisa professionalità in un settore che pure professionale non è per definizione. Per evidenziare le differenze fra le varie norme regionali che regolano l'attività, si riporta un'apposita tabella riassuntiva delle leggi in vigore

Tabella sulle norme regionali essenziali sui Bed & Breakfast

Regione - Legge	N. Camere	Periodi di apertura	Confezione 1 ^a Colazione
Abruzzo - L.78/2000	4	Non specificato	Cibi non manipolati, bevande riscaldate
Basilicata - L.37/2001	3	Minimo 3 mesi all'anno	Prodotti tipici locali non manipolati
Bolzano P.A. - No legge			
Calabria - L.2/2003	4	Non spec. (sogg. di max 60 gg.)	Prodotti calabresi
Campania - L.5/2001	3	Non specificato	Cibi e bevande confezionati
E. Romagna - L.16/2004	4	Max 120 gg. O 500 pernottam./anno	Nessuna indicazione
Friuli V. G. - L.2/2002	3	Saltuari	Cibi e bevande confezionati
Lazio - L.18/1997	3	Saltuari/Stagionali	Cibi e bevande non manipolati
Liguria - L.2/2008	3	210 gg. all'anno anche saltuari	Nessuna indicazione
Lombardia - L.6/2001	3	Non specificato	Garantire sicurezza alimenti
Marche - L.9/2006	3	Non spec. (sogg. max 30gg.)	70% prodotti tipici marchigiani
Molise - L.13/2002	3	Non spec. (sogg. max 30gg.)	Se manipolati indicare ingredienti
Piemonte - L.20/2000	3	Max 270 gg., minimo 30/45 gg.	Garantire sicurezza alimentare
Puglia - L.17/2001	6	Non specificato	Non sono indicate restrizioni
Sardegna - L.27/1998	3	Saltuari/Stagionali	Cibi e bevande non manipolati
Sicilia - L.32/2000 e seg.	3	P.IVA se attività continuativa	Nessuna indicazione
Toscana - No legge			
Trento P.A. - L.7/2002	3	Non specificato	Cibi e bevande confezionati
Umbria - L.18/2006	3	Non specificato	Nessuna indicazione
Val d'Aosta - L.23/2000	3	Non specificato	Cibi e bevande non manipolati
Veneto - L.33/2002	3	Non specificato	Cibi e bevande non manipolati

Fonte: elaborazione di Gavino Maresu da leggi regionali

Itinerari
culturali



MERITI, LIMITI, VINCOLI E OPPORTUNITÀ DELL'ATTIVITÀ DI B&B IN ITALIA.

Diversi sono gli aspetti "virtuosi" dell'attività di B&B, secondo Stefano Calandra, presidente di ANBBA, l'Associazione Nazionale Bed & Breakfast e Affittacamere, primo fra tutti quello di costituire un buon reddito integrativo al bilancio familiare. Inoltre impiega soprattutto donne di mezza età, pensionati e studenti, persone cioè di solito escluse dal mercato del lavoro. Positivo è anche l'impatto generato a favore del territorio, perché valorizza e riqualifica i centri storici grazie alla permanenza dei residenti, favorita dalla possibilità del reddito, diffondendo anche la conoscenza di usi e abitudini locali al turista che dorme in casa. Diversi però sono i limiti attuali del B&B in Italia, e in particolare: l'inadeguatezza della formazione turistica degli operatori, la scarsa informazione sulle leggi e sui regolamenti che ne disciplinano l'attività, l'inadeguato sostegno pubblico in termini sia finanziari sia di immagine coordinata. Di conseguenza i gestori di B&B sentono la necessità di essere non solo formati ma anche informati, sentono il bisogno di far parte di un circuito con un'identità precisa, una qualità garantita e che consenta l'individuazione di un prodotto B&B italiano con un'immagine forte soprattutto all'estero, che lo faccia emergere dal mare magnum dell'offerta ricettiva tradizionale, mediante efficaci azioni di promozione.

GLI ASPETTI FISCALI DELL'ATTIVITÀ

Uno dei nodi più complessi nella gestione di un Bed & Breakfast è costituito dalla fiscalità, un argomento questo affrontato nel corso del convegno di Genova dal fiscalista Marcello Pollio, che ha esordito dicendo che non esiste una disciplina tributaria ad hoc, per cui se l'attività ha carattere familiare, non professionale e priva di abitualità, essa non comporta particolari obblighi fiscali, ma solo adempimenti minimi ai fini IRPEF. Occorre però verificare il singolo caso concreto e rifarsi sempre alle singole regolamentazioni regionali. In linea di massima quindi i proventi da attività di B&B sono esclusi dall'IVA sempre che l'attività non sia svolta in modo sistematico e con carattere di stabilità e di professionalità, perché il presupposto soggettivo dell'IVA consiste "nell'esercizio di impresa o di arti e professioni", come recitano gli articoli 1 e 4 del DPR 633/1972, per cui se l'attività viene esercitata nel pieno rispetto della disciplina amministrativa stabilita dalle singole leggi regionali, non sussistono obblighi né di IVA né di IRAP in quanto attività non abituale se non nell'ambito della normale conduzione familiare. In quanto all'IRPEF, non essendo i proventi derivati dall'attività di B&B redditi prodotti dall'esercizio d'impresa, questi vengono trattati come "redditi diversi" inseriti sotto questa voce nella dichiarazione annuale dei redditi (Unico PF - Mod. 730). Gli adempimenti fiscali per l'esercizio di B&B consistono quindi nel rilascio

di ricevute fiscali ai clienti, nell'assolvimento dell'imposta di bollo (€ 1,81) sulle ricevute di importo superiore a 77,47 euro, nella conservazione dei giustificativi delle spese relative ai costi inerenti l'attività, nella predisposizione della dichiarazione annuale dei redditi.

IL B&B: PRODOTTO TURISTICO ESPERIENZIALE.

Per illustrare il concetto di prodotto, il pubblicitario Gianni Cottardo in un suo libro ha usato la seguente metafora: "È chiaro che i produttori di candele non vendevano candele ma illuminazione. Se lo avessero capito avrebbero forse finanziato loro stessi l'invenzione della lampadina". Se adattassimo tale concetto a ciò che avviene nel settore del turismo, ci accorgeremmo che i turisti non viaggiano alla ricerca di alberghi dove dormire o ripararsi, o di ristoranti dove mangiare: questi bisogni "primari" infatti li possono tranquillamente soddisfare in casa propria senza andare in capo al mondo. Essi viaggiano alla ricerca di sogni, emozioni, esperienze, autenticità, persone, luoghi, cose, stili di vita nuovi e comunque diversi dalla quotidianità che connota la loro vita nella località di residenza. Il cuore dell'attività di B&B è l'accoglienza dell'ospite in casa propria che il viaggiatore (per lo meno quello più intelligente e colto), più che come servizio ricettivo, concepisce come un vero e proprio stile di vacanza, spinto soprattutto dal desiderio di entrare in contatto con le realtà, i modi di vita, le tradizioni, le abitudini alimentari dei residenti, per penetrare nell'anima e nello spirito della terra che sta visitando. In qualche modo l'ospite di un B&B, più che una camera con un letto dove dormire, cerca una casa con la sua atmosfera, la sua vita, le persone che la abitano. Il B&B quindi, pur essendo formalmente un servizio turistico-ricettivo, tuttavia viene percepito dal turista come un vero e proprio prodotto turistico esperienziale: l'ospite cioè vive l'esperienza dell'accoglienza in una casa diversa dalla sua perché, secondo l'antropologo Marc Augé, viaggiare significa andare altrove per costruire se stessi. Il turista che sceglie un B&B è una persona che in primis è alla ricerca di esperienze e di verifiche su come altri popoli, altre comunità abbiano "costruito se stessi", la propria identità, la propria cultura soprattutto immateriale e su come conservano e tramandano questi valori attraverso la cellula fondamentale della società che è la famiglia. In concreto: il "prodotto Bed & Breakfast" è la sintesi fra componenti tangibili, costituite dalle prestazioni di servizi di alloggio e prima colazione, ed elementi immateriali di carattere umano, relazionale e quindi "culturale" nel senso più ampio del termine, che può riassumersi nella parola "accoglienza", che significa far partecipare l'ospite dell'amore che si porta ai propri valori identitari.

IL B&B È... DONNA!

E l'accoglienza in casa, non a caso, la fanno quasi esclusivamente le donne perché più degli uomini sono gelose e intelligenti custodi delle tradizioni della propria comunità e della propria terra. Esse più degli uomini sono in grado di accogliere l'ospite con quella innata "cultura dell'accoglienza", che va ben oltre il generico senso dell'ospitalità. L'accoglienza infatti consiste nel far sentire l'ospite come se fosse in casa propria: questa sottile sensazione la può trasmettere soltanto una "padrona di casa", sia perché più attenta di un uomo alle sfumature, ai particolari, ai risvolti psicologici dei rapporti che si instaurano con l'ospite, sia perché lei ha verso la propria casa un rapporto di amore molto più intenso, oserei dire più struggente. Purtroppo l'asetticità delle leggi di troppe regioni impedisce alle signore di liberare il loro estro creativo in cucina anche se limitatamente alla prima colazione, che invece in genere deve essere allestita con prodotti, preconfezionati e non manipolati, al contrario di quanto avviene all'estero. Fanno eccezione solo

poche Regioni (vedere al riguardo la tabella di sintesi sulle leggi regionali), che invece consentono l'uso di prodotti tipici locali. Una prima colazione confezionata secondo la tradizione familiare locale, proposta e anche "raccontata" dalla padrona di casa, potrebbe invece costituire uno dei plus competitivi della "via" italiana al Bed & Breakfast, rispetto all'offerta concorrente degli altri paesi.

IL B&B E IL TURISMO

Il "Bed & Breakfast", perché divenga anche da noi modo e stile di vacanza, dovrebbe comunque partire dalla formazione delle persone che intendono dedicarsi a questa attività, formazione che però non si deve limitare ad affrontare gli aspetti tecnico-gestionali relativi alle componenti tangibili del servizio, ma deve comprendere discipline come le relazioni sociali, la comunicazione, la psicologia, la sociologia, le tradizioni locali, il patrimonio culturale materiale e immateriale della propria regione. Non bisogna infatti mai dimenticare che sono le persone non i musei o i monumenti a conservare, rendere vive e tramandare la cultura, le tradizioni, l'identità di una comunità: la cultura e quindi la qualità dell'accoglienza si acquisiscono soprattutto se si ha un'adeguata "cultura del territorio". Queste caratteristiche sono alla base del successo della formula "Bed & Breakfast" soprattutto in Irlanda, Inghilterra, Francia ma anche negli altri paesi europei i cui abitanti, è inutile sottolinearlo, più degli italiani hanno un forte senso di appartenenza, di amore e di orgoglio per la loro terra, che sono valori importanti quanto quello dell'ospitalità. Secondo Kevin Roberts, A.D. di Saatchi&Saatchi, l'Italia tuttavia "è un fenomeno lovemark, almeno potenzialmente. È un'esperienza che può essere indimenticabile e insostituibile. Il lovemark è la sintesi che comunica unicità, intimità, sensualità e mistero". Se accanto al lovemark che caratterizzerebbe il nostro paese, gli italiani acquisissero anche una maggiore cultura dell'accoglienza nei confronti dei turisti, più amore per la propria terra, più orgoglio per le proprie radici e la propria identità, più amore e rispetto per l'arte, la natura e la bellezza delle loro città e dei luoghi della propria memoria, il nostro turismo non avrebbe rivali al mondo. Basandosi sulla propria identità condivisa, la comunità deve quindi individuare un obiettivo talmente ambizioso e coinvolgente da sembrare quasi un'utopia e per la cui realizzazione valga la pena impiegare tutto il tempo e le risorse finanziarie e intellettuali di cui si dispone. Bisogna essere capaci di "costruire uno spazio di vita" dove i residenti, attuali e futuri, "vivano bene" e dove i turisti "devono" recarsi, perché solo lì trovano qualcosa di unico, di "autentico", di irripetibile: ossia un luogo che nessuno può fare a meno di visitare. Bisogna cioè avere una vision, un'utopia, un sogno da realizzare. Perché il turismo vende sogni.

Gavino Maresu

Docente di Gestione delle imprese e degli eventi turistici all'Università di Genova e Direttore del Dipartimento Turismo dell'Eurispes.

F.lli **MARONI** srl
PRODOTTI ITTICI import export

anni'60

anni'80

anni'90.

oggi

un'occasione per dimostrare l'eccellenza

F.LLI MARONI
IMPORT EXPORT SRL
VIA ROSSINI 41/43
PEDASO (AP/FM)
ITALY
TEL.0734.932055_932056
FAX 937001
INFO@MARONISRL.IT
WWW.MARONISRL.IT

LO STABILIMENTO MARONI È SITUATO A CIRCA 300 Mt. DALL' USCITA DEL CASELLO AUTOSTRADALE DI PEDASO (AP/FM) SULLA A14