

L'AMARCORD di Dorigo Vanzolini

[img align=left]http://www.lapiazza.rn.it/ottobre04/amarcord2_ott_2004.jpg[/img]

Gabicce Mare '55. Festa religiosa "Stella Maris". In primo piano il lancione "4 Cugini", costruito nel 1'52 dal maestro d'ascia Michele Ubalducci "Micalen", capitano Eugenio Pratelli. A bordo si riconoscono la figlia Renata Pratelli e al timone Eugenio Pratelli, detto "Coppi", perché come il campionissimo, era un fuoriclasse sardellero, sempre primo a partire per la pesca e il primo nella cattura della sarda.

Equipaggio: Amedeo Pratelli "Ottavio", Sesto Pratelli, Angelo Pratelli "Angiolilli".

(Archivio Fotografico Centro Culturale di Cattolica).

Amarcord di Dorigo Vanzolini

[img align=left]http://www.lapiazza.rn.it/ottobre04/amarcord_ott_2004.jpg[/img]

1948: foto ricordo di giovani marinai di Cattolica, durante una gita a San Marino organizzata dalla Cooperativa Casa del Pescatore. Da sinistra: Silvio Prioli ('Armando'), Mario Ercoles ('Mosca'), Agostino Tura, Luigi Girometti ('Bigin-Furel'), Giovanni Tomassini ('Tigamo'), Remo Ercoles. (Archivio fotografico Centro Culturale Polivalente di Cattolica)

La forza di vivere insieme agli altri

Migliaia di persone, compresi anziani e bambini, certamente non appartenenti alla categoria dei "ricchi" (i "ricchi" vanno poco in treno), sono stati bloccati ed obbligati ad aspettare per ore e ore... Non si sapeva che cosa dovessero aspettare, ne che cosa c'entrassero loro con la protesta in atto. O meglio, si sapeva benissimo che non c'entravano niente, ma questo non importava a nessuno.

Il fatto, di per sé gravissimo, ha comportato ovviamente un disagio incredibile ed ingiustificato per migliaia di persone e danni alle Ferrovie dello Stato per svariati milioni di euro.

Ecco il punto: "i nostri diritti". Sull'altare "dei nostri diritti" sacrificiamo "tutti i diritti di tutti gli altri".

I dimostranti, anzi gli occupanti, avevano certamente il "diritto" di protestare e di manifestare, ma NON AVEVANO IL DIRITTO DI IMPEDIRE CHE MIGLIAIA DI PERSONE, tornassero alle loro case, o raggiungessero il loro luogo di lavoro, o si recassero in ospedale per curarsi, o comunque esercitassero il "loro diritto" di utilizzare un servizio pubblico in modo corretto.

Di questi loro diritti "cosa ce ne frega"? Avrebbero detto una volta i fascisti, vi ricordate quando dicevano "noi ce ne fregiamo".

Questo, in una parola sola, si chiama AUTOREFERENZIALITA', altro che attenzione al bene comune!! Quello che stiamo facendo va bene a noi? Allora: ok!. Il resto non conta.

Pensando a questo comportamento mi sono venuti in menti due paralleli molto seri e molto gravi riguardanti: l'immunità parlamentare e l'autonomia della Magistratura.

Anche nel caso di questi due istituti, portatori di legittimi e giusti diritti e prerogative per parlamentari e magistrati, previsti dalla Costituzione, si è fatto e, nel caso del CSM, si sta ancora facendo un uso improprio e distorto. Anche qui, come potremo presto vedere, si è dimenticato il concetto di bene comune per sostituirlo (abusandone) con quello molto meno corretto e nobile di autoreferenzialità che è poi sfociato in corporativismo.

Vi ricordate quando, fino a "tangentopoli" inoltrata, per i parlamentari inquisiti, "l'autorizzazione a procedere" prevista dal vecchio art. 68 della Costituzione, non veniva concessa quasi mai? Questo, purtroppo, avveniva non solo quando il parlamentare era perseguito "per le opinioni espresse o i voti dati nell'esercizio delle loro mansioni", come prevedeva giustamente la Costituzione ma, troppo spesso, anche per reati comuni dove una simile protezione non avrebbe avuto senso.

Abbiamo visto i risultati di un tale comportamento, vergognandosi dell'uso distorto di una legittima e opportuna prerogativa prevista dalla Costituzione, più o meno gli stessi parlamentari nel '94 sull'onda dello sdegno popolare l'hanno abolita. Purtroppo hanno sbagliato nuovamente in quanto l'errore non stava nella norma, che era anzi opportuna e ben scritta, ma nella sua APPLICAZIONE : DISTORTA, AUTOREFENZIALE E CORPORATIVA.

Il Consiglio Superiore della Magistratura (CSM) oggi rischia di ripetere lo stesso errore preoccupandosi troppo di difendere, anziché il bene comune, gli interessi corporativi della categoria..

Anche in questo caso i costituenti avevano visto e deliberato giustamente prevedendo all'art.104 "la Magistratura costituisce un ordine autonomo ed indipendente da ogni altro potere". E all'art.105, per consentire alla Magistratura di essere effettivamente autonoma e indipendente, avevano previsto che al CSM spettassero le: "assunzioni, le assegnazioni ed i trasferimenti, le promozioni ed i provvedimenti disciplinari nei riguardi dei magistrati".

Che cosa è successo? E che cosa sta succedendo?

La Giustizia fa acqua da tutte le parti, i processi non finiscono mai, le sentenze arrivano dopo anni quando ormai non servono più o quasi, l'arretrato è enorme, la Corte Europea ci sanziona continuamente, i detenuti in carcere in attesa di giudizio sono oltre 20.000; statisticamente circa il 50% dei detenuti in attesa di giudizio viene dichiarato innocente.

Che cosa ha fatto in questi anni e cosa sta facendo oggi il CSM?

Non vorrei sembrare esagerato, ma a me sembra che non faccia niente, mi sembra troppo preoccupato a tutelare la carriera automatica dei magistrati, la loro amovibilità, la loro onorabilità quando qualcuno critica aspramente sentenze che passano dall'ergastolo, o quasi, (in primo grado) all'assoluzione (nei gradi successivi), oppure i PM quando propongono appello contro sentenze di assoluzione dell'imputato per loro questioni di principio oppure solo per teoremi o convinzioni personali.

Gianfranco Vanzini

Turismo, l'anno del giusto lamento?

– “Lì ci trattavano da clienti, qui con amicizia”. Lo affermano un gruppo di appassionati della bicicletta di Zurigo, dell'austera e fredda Svizzera tedesca. E poi pensiamo che i tedeschi non siano attenti ai rapporti umani. Bancari dell'Ubs (Unione delle banche svizzere, uno tra i maggiori gruppi del mondo), dal prossimo 20 aprile alla fine di maggio, saranno ospiti di Misano; il titolare va anche in bicicletta ed esce insieme.

L'aneddoto deve far riflettere più di dotte analisi su come andare a ricominciare nel mercato del turismo in una stagione, complessivamente, di tenuta in uno scenario mondiale di notevoli difficoltà.

La stagione 2004 sta portando in superficie molti fermenti ed idee. Insomma, qui c'è voglia di continuare a fare turismo.

Giuseppe Chicchi, ex sindaco di Rimini, grande capo del turismo emiliano-romagnolo (è l'amministratore delegato dell'Apt, Azienda promozione turistica dell'Emilia Romagna), argomenta: "Le energie da investire nel futuro ci sono. Gli operatori hanno sia quelle economiche, sia quelle psicologiche; ne è la dimostrazione il tipo di atteggiamento delle associazioni di categoria. Dopo la crisi dell'89, quando ci fu un meno 20 per cento, il sistema seppe reagire bene, così è anche ora, dove si arriva da una crescita che dura da 10 anni. La reattività pubblica, nonostante il momento di scarsità delle risorse, ci sarà".

I numeri dell'estate non sono ancora ufficiali ma quelli sul tavolo possono dare un'idea. E' probabile che la flessione degli arrivi e delle presenze alberghiere possa assestarsi tra il 3 ed il 5 per cento rispetto all'anno scorso. Un altro dato negativo, che aiuta a capire, è quello della Cooperativa bagnini Adriatica di Riccione. Quest'anno il fatturato è sceso del 12 per cento sul 2003. Afferma Renato Santi, il presidente, un vero appassionato del mare (ottimo fotografo subacqueo che ai bagni ha anche fatto lezioni di flora e fauna marina): "Il numero si spiega col fatto che abbiamo avuto il brutto tempo nei fine settimana di giugno ed un po' per il calo dei turisti. Col bel tempo la flessione sarebbe stata inferiore. La crisi è del 2002, anno con 30 giorni di pioggia che riuscì a produrre gli stessi incassi del 2003".

Con la breve massima di saggezza, la difficoltà aguzza l'ingegno, continua Santi: "Noi come Cooperativa abbiamo in agenda molti incontri per discutere quali investimenti effettuare per uscire dal tunnel".

E l'ingegno è stato affilato anche dagli albergatori di Cattolica, dove la flessione media degli ospiti dovrebbe

essere attorno al 5 per cento. L'associazione ha preparato un questionario da sottoporre agli associati per verificare come è andata, problemi, aspettative, cosa chiedere all'amministrazione. Ed in un'assemblea di fine settembre, al "Kursaal", c'era una bella presenza. Insomma, nella crisi ci si compatta. Maurizio Cecchini, il giovane presidente degli albergatori: "Così avremo dati certi e non le sensazioni personali. Credo che sia un lavoro che possa ben indirizzare le nostre risorse ed anche quelle pubbliche. Il momento non è assolutamente facile; col lavoro ben fatto e gli investimenti però ne possiamo uscire. La nostra riviera ha perso anche in qualità dell'ospite. E credo proprio che oltre alla quantità dobbiamo anche riflettere su chi ci sceglie. Negli ultimi anni la crisi ha anche intaccato strutture solide".

"Poi – continua Cecchini – c'è un altro elemento fondamentale. L'Enit, Ente nazionale del turismo, ha delle disponibilità economiche risibili (30 milioni di euro); con la Spagna a più del doppio e la Francia quasi 4 volte tanto".

Ma andiamo a vedere quale chiave di lettura ha uno dei grandi saggi del turismo riminese, Mario Tebaldi, ex assessore al Turismo a Cattolica ed albergatore di talentato di lungo corso. Argomenta schietto: "Di solito i lamenti ci sono sempre stati; quest'anno a ragione. Il turismo non è una pianta spontanea. Mio padre diceva che dietro un buon raccolto c'è la semina e ci vuole anche un pizzico di fortuna. In un contesto internazionale di crisi, il segno meno si spiega anche col cattivo tempo, le scuole che non chiudono mai, la tornata elettorale e dal fatto che abbiamo degli ottimi competitori. Non è consolante ma anche Ibiza ha avuto i nostri problemi. I tedeschi sono tanti ma vanno dove spendono meno. E noi abbiamo avuto anche una campagna informativa contro in Germania, dove si sottolineava i nostri prezzi alti ed il brutto tempo".

Tebaldi alza lo sguardo: "Il turismo mondiale dovrà crescere, ma noi abbiamo troppi lacci e laccioli; dobbiamo essere la regione sempre all'avanguardia che si deve distinguere. Poi abbiamo troppi figli benestanti che non sempre sono portati a servire. Infine, chi vuole stare sul mercato si deve

rimboccare le maniche e spingere sulle autorità per la promozione all'estero. E' l'estero che fa una buona o una cattiva stagione".

La riflessione si chiude con Giuseppe Chicchi, l'amministratore delegato dell'Apt (Azienda promozione turistica dell'Emilia Romagna): "In un anno di difficoltà, le nostre cittadine hanno mantenuto la capacità di attrazione; sul 2005 arrivano buoni segnali".

I tedeschi vogliono essere trattati da amici e non clienti: come andare a ricominciare.

Gabicce bussa alla Cina

In 150 milioni hanno la possibilità economica di viaggiare. Delegazione di Pesaro a Pechino

Sempre da Gabicce partirà la vacanza a rate. Silvio Zanni, presidente degli albergatori della provincia di Pesaro-Urbino: "Proporremo il pacchetto l'anno prossimo"

– "Centocinquanta milioni di cinesi hanno già le possibilità economiche di viaggiare. Di questi l'80 per cento ha l'Italia nella mente". Partendo da tale constatazione oggettiva l'associazione albergatori della provincia di Pesaro, tramite un broker (mediatore) è andata in Cina per instaurare dei contatti: per cercare di portare a Gabicce Mare gli occhi a mandorla.

Silvio Zanni, presidente dell'Associazione albergatori della provincia di Pesaro: "Stiamo studiando dei pacchetti tutto incluso da proporre ai cinesi. Attraverso questi pacchetti è possibile visitare le città d'arte italiane, ed europee, che molto appeal hanno sui cinesi. Tra l'altro dal primo settembre di quest'anno l'Italia ha liberalizzato i visti d'ingresso".

Oltre a catturare il ricco mercato orientale, a Gabicce Mare e nel Pesarese stanno pensando alla vacanza da pagare a rate, come un qualsiasi altro prodotto. Zanni: "Nel progetto vacanza a rate stiamo coinvolgendo anche le banche, per le quali questo andrebbe a diventare un grosso business. Credo che la

proporremo dal prossimo anno”.

di Francesco Toti

Competizione: Italia, quarta

– Nel '70 l'Italia era al primo posto al mondo come meta turistica. Va ricordato che la metà del patrimonio mondiale tutelato dall'Unesco si trova nel Belpaese. Oggi, dopo 34 anni, l'Italia è scesa alla piazza numero quattro, dopo Francia, Stati Uniti e Spagna.

Ma come spiegare tale prestazione negativa? Argomenta Giuseppe Chicchi, ex sindaco di Rimini, amministratore delegato Apt regione Emilia Romagna, una delle menti più belle del Riminese e non solo: “Le politiche nazionali sono ancora quelle dei primi anni Settanta, anzi peggiorate, quando la domanda superava l'offerta e non c'erano le necessità di promozione per andare a catturare il cliente. In Italia pesano le città d'arte, Firenze, Roma, Venezia, poiché uniche, godono di una rendita di posizione. In questi ultimi anni il balneare ha trovato formidabili competitori. Con la politica nazionale che è stata incapace di fronteggiarli. Per poter stare sui mercati avremmo bisogno di una politica aggressiva; invece la marca Italia all'estero non esiste o quasi”.

Gabicce bussa alla Cina

– “Centocinquanta milioni di cinesi hanno già le possibilità economiche di viaggiare. Di questi l'80 per cento ha l'Italia

nella mente". Partendo da tale constatazione oggettiva l'associazione albergatori della provincia di Pesaro, tramite un broker (mediatore) è andata in Cina per instaurare dei contatti: per cercare di portare a Gabicce Mare gli occhi a mandorla.

Silvio Zanni, presidente dell'Associazione albergatori della provincia di Pesaro: "Stiamo studiando dei pacchetti tutto incluso da proporre ai cinesi. Attraverso questi pacchetti è possibile visitare le città d'arte italiane, ed europee, che molto appeal hanno sui cinesi. Tra l'altro dal primo settembre di quest'anno l'Italia ha liberalizzato i visti d'ingresso".

Oltre a catturare il ricco mercato orientale, a Gabicce Mare e nel Pesarese stanno pensando alla vacanza da pagare a rate, come un qualsiasi altro prodotto. Zanni: "Nel progetto vacanza a rate stiamo coinvolgendo anche le banche, per le quali questo andrebbe a diventare un grosso business. Credo che la proporremo dal prossimo anno".

Carim, semestre positivo

– Se la Fiat va bene, l'Italia va bene: forse era vero un tempo. Se la Cassa di Risparmio di Rimini va bene, l'economia della provincia di Rimini va? E' molto probabile; l'istituto bancario vale circa un terzo della raccolta ed altrettanto degli impieghi.

Il presidente Fernando Pelliccioni ha presentato i primi 6 mesi dell'anno con il vento a favore: cresce la raccolta globale (da 3.781 a 4.257 milioni di euro): più 12,5 per cento rispetto all'anno precedente; crescono gli impieghi alla clientela (da 1.922 a 2.213 milioni). Salgono anche gli utili (da 5,21 a 5,52 milioni): più 5,95 per cento. Un dato calante è rappresentato dal numero dei dipendenti, passati da 713 a 709, nonostante l'apertura di alcune filiali.

A chi gli chiede se attraverso l'andamento della banca si possa illuminare il momento economico della provincia, risponde Pelliccioni: "Credo che non siamo più un indicatore sufficientemente valido; anche le filiali collocate nelle zone turistiche hanno visto aumentare i flussi dal 31 agosto al 15 settembre del 3,92 sullo stesso periodo del 2003. Possiamo però dire, attraverso le nostre antenne, che gli imprenditori in questo momento non sono più ottimisti ma meno pessimisti. Inoltre, c'è voglia di lavorare, con tanti che hanno fiducia nel futuro".

Una percentuale interessante, che può far riflettere sullo stato economico del territorio, è il monte impieghi, il denaro prestato alla clientela: il 60 per cento se ne va in mutui immobiliari. Non solo questo significa che il comparto mattone tira, ma che si va a premiare la rendita fondiaria; insomma si bruciano risorse e non si crea il benessere sul medio e lungo periodo. Per invertire la rotta, dovrebbe intervenire la politica. Ne ha la forza?

Di par suo la Carim, con 100 filiali, distribuite da Bologna fino a Roma, oramai senza soluzione di continuità territoriale, entro il 2006 dovrebbe aprire altre 20 filiali. Curiosità: la Cassa si colloca al 787° posto nel mondo e 31.a in Italia. Sull'ultimo numero della rivista internazionale di finanza "Lombard", bilancio del 2003, Banca Carim è al settimo posto.

Fiera di Rimini, sempre più aggressiva

– Sempre più dinamica, sempre più aggressiva e vincente, la politica economica della Fiera di Rimini, una delle aziende più potenti della provincia, con un bilancio proprio di 51,5

milioni di euro nel 2004, ma capace di generare ricchezza nella sola provincia per circa 500 milioni di euro. Con il presidente Lorenzo Cagnoni, punta di diamante dei Ds papabile come sindaco di Rimini, che la guida con accortezza non meno che forza.

Dopo aver consolidato le attività che si svolgono nel nuovo quartiere fieristico, sta puntando ai mercati "esteri", dove per esteri si intendono gli interessi fuori del Riminese, sia in Italia, sia in altre nazioni. Questa è forse la chiave di lettura più importante dall'incontro con la stampa avvenuto lo scorso 7 settembre per presentare i fatturati relativi al primo semestre: meno 3 per cento rispetto al budget preventivato.

Fiera di Rimini ha sul proprio tavolo di lavoro l'organizzazione di 4 nuovi eventi: uno a Rimini e tre fuori. In casa, si terrà nella prossima primavera il "Bike Show Rimini".

Le manifestazioni esterne. A Roma, nell'ottobre del 2005, si presenterà l'edizione autunnale di Enada.

Nel gennaio del 2006, questa volta a Bologna, insieme ad Assosport (l'associazione di categoria), si mette in piedi "Supersport", una manifestazione sull'abbigliamento sportivo.

Sempre nel 2006, ma questa volta in primavera, e sempre a Roma, è previsto un nuovo momento sul turismo.

L'altro progetto importante sarà esportare in giro per il mondo Festival internazionale del fitness. Le tappe: Monaco di Baviera, San Paolo, Pechino e Mosca.

A questo va aggiunto che Fiera Rimini si pone come il gestore più autorevole per andare a governare il nuovo Palacongressi di Roma ed ovviamente quello di Rimini.

Dunque, sempre più, Fiera di Rimini va a competere e ad esportare il Made in Rimini all'"estero", un bel segnale in un momento di crisi delle imprese nostrane.

Oggi, Rimini, in termini di fatturato, si pone al terzo posto in Italia, dietro Milano e Bologna.

Corea del Sud, 18 Caffè Pascucci

A fine ottobre ne dovrebbe aprire un altro a Barletta su 400 metri quadrati. Sicuramente il fiore all'occhiello sono i 18 Caffè Pascucci a Seoul; i più grandi si sviluppano su 4 piani. Il primo aperto due anni e mezzo fa, il contatto con la grande azienda coreana nacque grazie al Caffè di Rimini durante una fiera.

Pascucci, il rivoluzionario del caffè

– Pascucci è un rivoluzionario. Ha innovato e fatto da battistrada al modo di consumare e degustare il caffè, una delle bevande più antiche dell'umanità. E lo ha fatto con un'innovazione piantata su roccaforti storiche inscalfibili. Tutto quello che poteva sembrare un limite alla sua espansione industriale è stato trasformato in valore aggiunto, in un più. L'ultima rivoluzione è una bustina di caffè freddo (può essere anche riscaldato sul testo della piada) tascabile: sempre pronto all'uso. Si acquista al bar e con praticità la si infila nel taschino e si consuma quando la fantasia chiama. Come la filosofia Pascucci impone, oltre alla bontà del contenuto, la bustina strizza l'occhio al consumatore: bella grafica e bei colori.

Unica al mondo, la tecnologia della bustina è figlia del

riminese Davide Poggi. Cinque anni fa, piena notte, bar e locali chiusi, Poggi ha voglia di caffè. Non sa come fare. Gli si accende la fatidica lampadina. Si confronta con i tecnici per il formato, i materiali, i costi. Costruisce una macchina imbuistratrice. Presenta il progetto a numerosi torrefattori italiani e tutti gli rispondono picche. Va a Monte Cerignone, a casa Pascucci. Nasce il connubio. Il caffè è prodotto con le migliori miscele: quelle utilizzate nei bar.

Attorno al caffè tascabile, presentato lo scorso agosto, c'è molto entusiasmo. E' un'idea che dovrebbe cambiare il modo di consumare. Oltre che nei bar e negli uffici, ora la bevanda te la porti in tasca: sempre pronta e di qualità eccellente: al bando i liofilizzati o le dose trattate.

Caffè Pascucci rappresenta una delle aziende più dinamiche ed esaltanti del territorio. Sede a Monte Cerignone, è leader nel Centr'Italia (Emilia Romagna, Marche, Umbria e Toscana) e non disdegna le altre regioni ed il resto dell'Europa. Soprattutto ha portato novità e freschezza in un settore statico da decenni. Il suo caffè ha rotto gli schemi. E' dolce, amabile, dal gusto inconfondibile. E viene servito con degli stuzzichini ed una creatività che ne hanno fatto un fenomeno di costume, capace di accattivarsi le simpatie e rompere gli schemi; viene servito con croccantini, creme.

Ma un'altra intuizione commerciale forte che forse ha fatto la differenza è stata la costituzione della catena dei Pascucci Caffè. Afferma Mario Pascucci, il figlio di Alberto, il fondatore: "L'espresso rappresenta l'Italia nel mondo, solo che non ci sono delle catene italiane dove consumarlo". Partendo da questo principio nel mondo ci sono una trentina di locali con i colori dell'azienda di Monte Cerignone: la maggioranza all'estero.

Fenomeno di prodotto e fenomeno commerciale. Nonostante che il mercato del caffè è statitico nei consumi, Pascucci negli ultimi 15 anni è cresciuto con numeri a cosiddetta doppia cifra. E lo stabilimento ubicato in una vecchia casa padronale di Monte Cerignone verrà trasferito in un grande, moderno stabilimento distante poche centinaia di metri dal vecchio. Il

paese del Montefeltro, da un punto di vista geografico, potrebbe sembrare fuori mano, lontano dai centri, dalle vie di comunicazione, invece, la famiglia Pascucci ne ha confezionato un "più": l'aria asciutta di quei luoghi si trasferisce nell'aroma. E forse l'ubicazione significa anche che non è un caso se l'azienda è forte in tre regioni: Marche, Emilia Romagna e Umbria.

I ricavi nel 2003 hanno fatto segnare un più 16 per cento rispetto all'anno precedente. Mentre nel 2002, sul 2001, il fatturato era balzato del 25 per cento. Nel primo trimestre di quest'anno il balzo in avanti si attesta attorno al 20 per cento. Ogni anno vengono bevuti quasi 110 milioni di caffè: più di 300.000 al giorno. L'azienda impiega una cinquantina di addetti ed esporta il 30 per cento della produzione: Croazia e Germania i mercati maggiori.

Quali sono le ragioni di questa crescita lunga 15 anni? Mario Pascucci: "Si parte dagli elementi base: la qualità del prodotto, il servizio alla clientela (l'estrema disponibilità), l'etica del lavoro ed il forte legame al territorio. Il tutto realizzato da persone che hanno passione e capacità di vedere le cose".