

Siamo nel pieno della stagione turistica, in questi giorni si fa molto parlare dell'andamento dei flussi turistici interni ed esteri. Le cifre rimbalzano da un capo all'altro della penisola, mentre si attende il grande esodo di fine luglio. Pare che anche quest'anno l'azienda turistica nazionale tiri, anche se permangono bacini di crisi in alcune zone balneari, in modo particolare nel Mezzogiorno.

Gli operatori turistici cessano per due mesi di pensare ai propri guai — tra l'Enit che non funziona, le Regioni che tardano a legiferare, il governo che aumenta tutte le tariffe, Goria che insiste per nuove tasse — presi come sono nel vortice di un'attività che, di colpo, diviene frenetica e stressante. L'immagine che il turista si farà dell'Italia dipenderà molto da loro, un piccolo esercito composto da agenti di viaggio, albergatori, ristoratori, operatori balneari, guide, in tutto oltre 50.000 imprese alle quali si aggiungono 250 mila pubblici esercizi. Per molti anni l'organizzazione turistica nazionale ha poggiato sulle loro spalle e su quelle di oltre 800 mila addetti del turismo. Anche oggi ben poco è cambiato. Si accendono anzi alcuni segnali di crisi a fronte di una forte offensiva concorrenziale di alcuni paesi mediterranei.

Intanto a Roma si compie in questi giorni uno dei più importanti «riti collettivi» di questo settore, con il rinnovo del Ccnl del turismo.

Ma che ne pensano loro, gli operatori turistici? Abbiamo avvicinato Libero R. Scialpi, titolare dell'impresa di viaggi e turismo «Italvacanze» di Bari.

Scialpi non ha dubbi: «Posso dire per quanto mi riguarda, che la domanda di soggiorni in Italia cresce, anche se rimane purtroppo concentrata nei mesi di luglio e agosto. Devo però aggiungere che l'Italvacanze opera soprattutto nell'out going, vendiamo programmi agli italiani per l'Italia e per l'estero».

In genere nella fase «calda» della stagione turistica i problemi degli operatori e delle loro imprese vengono a colloquio in secondo piano, per dare spazio alle più svariate interpretazioni sull'andamento stagionale. Che cosa puoi dirci nel merito?

«Oggi le nuove leggi sul turismo, delegate alle Regioni, attribuiscono alle agenzie di viaggi importanti responsabilità, con l'obbligo dell'assicurazione in materia di responsabilità civile verso gli utenti, ciò comporta il pagamento di polizze e fidejussioni abbastanza onerose».

«Agli agenti di viaggio viene richiesta una sempre maggiore professionalità, e questo è giusto, ma a ciò quasi mai corrisponde un altrettanto forte impegno da parte degli enti regionali a garantire il piccolo esercente del «bus turistico» che sottrae quote consistenti di mercato alle nostre imprese, sfuggendo quasi sempre agli obblighi fiscali. Si profilano poi impegni nel campo del rinnovamento tecnologico. L'introduzione dell'informatica e della telematica nel settore turistico è uno degli argomenti più attuali».

«Mi riferisco in particolare a due iniziative: una sta muovendo i primi passi proprio in questi mesi, il progetto Elgetur (gestito da un consorzio di tour operator), l'altra è il progetto Sigma (Allitalia-F.F.S.S.-Tirrenia-Bnl-Gruppo Stet n.d.r.), che operano per il momento nel settore delle prenotazioni aeree. Mi auguro che quest'ultimo progetto faccia significativi passi avanti perché oggi corriamo il rischio che nei vuoti lasciati dal settore pubblico si inseriscano o si perpetuino situazioni di monopolio che danneggiano quelle



## Bianchi: abbiamo diritto di sederci a quel tavolo

Per ciò che riguarda il tavolo delle trattative. A questo punto — continua il rappresentante della Confesercenti, tramite il segretario generale aggiunto Marco Bianchi, rinnova la protesta per la sua arbitraria esclusione dal

## A colloquio con due operatori del Sud

# Con polizze e calcolatore alla conquista del turismo

Ma non per tutti son rose e fiori  
Puglia e Sicilia ancora svantaggiate  
Ottocentomila al lavoro per le vacanze altrui  
Aspettando un contratto arenato fra piccole faide

trattative con noi si concretizzi in atti ufficiali. È anche l'unico modo, per noi, di evitare il non riconoscimento finale del contratto discusso in nostra assenza. La Fipec che organizza al nostro interno i pubblici esercizi, ma più ancora l'Assoturismo, che rappresenta gli operatori del ricettivo, sono i due sindacati che più genuinamente rappresentano la volontà di progresso nell'ambito dei piccoli e medi

operatori del settore. Qualcuno ci deve spiegare a chi e a che cosa giova la loro esclusione dal tavolo delle trattative. Peraltro vogliamo sottolineare come persino la Faia, l'organizzazione degli albergatori aderenti alla Confcommercio, ha pubblicamente affermato che non ha «ne pregiudizi, né preconcetti nei nostri confronti». Sulla stessa linea abbiamo ragione di credere che è anche la Fipec, l'organizzazione

dei pubblici esercizi aderenti all'Uncommercio. Questo nostro giudizio trova conforto anche dalle azioni unitarie più volte compiute ad esempio sul tema dei listini bar e il loro contenimento. Si può in questo quadro — conclude Bianchi — consentire alla sola Cisi e a qualche settore della Uil il non riconoscimento della Confesercenti come agente contrattuale a tutti gli effetti?

agenzie che già avrebbero condizioni per dotarsi di terminali elettronici, per la prenotazione di viaggi e la diffusione dell'informazione turistica».

«E sul rinnovo del contratto di lavoro cosa mi dici? Mi auguro che avvenga al più presto, con piena soddisfazione delle parti soprattutto con la partecipazione di tutti i contraenti, ivi compresa la Confesercenti. Ciò per evitare vuoti di rappresentatività dai quali i primi ad essere danneggiati sarebbero proprio gli agenti di viaggi».

«Il Meridione ha risentito più di ogni altra realtà dei contraccolpi della crisi di alcuni flussi turistici. In Puglia cosa è avvenuto?»

«Le strutture alberghiere pugliesi sono poche ed hanno prezzi scarsamente accessibili agli italiani, mentre i flussi stranieri sono stentati e cambiano di anno in anno. Siamo tagliati fuori dai flussi francesi, i tedeschi hanno un villaggio turistico per conto proprio, altri flussi preferiscono dirigersi verso i paesi limitrofi del Mediterraneo. Ogni iniziativa promozionale è frammentaria ed episodica. Mi auguro che con l'insediamento del nuovo assessore regionale al turismo la Regione Puglia riprenda i contatti con la categoria interessata e convochi una conferenza regionale del turismo per tentare di uscire dalle secche in cui si è cacciata».

Anche in Sicilia la stagione turistica mostra segni di sofferenza. Nicolò Genovese, titolare dell'Hotel «Conchiglia D'Oro» di Mondello, vicino a Palermo, una moderna struttura alberghiera con 60 camere e 120 posti letto, sostiene che questa è la linea di tendenza da alcuni anni a questa parte.

«C'è una diminuzione o una stasi delle correnti turistiche nazionali ed estere verso la Sicilia. Le cause sono da ricercarsi nell'alto costo del nostro «pacchetto turistico» rispetto a quello realizzato da altri paesi del bacino mediterraneo, come Malta, Tunisia, Grecia, Egitto, Jugoslavia».

«Quali sono i costi che maggiormente incidono sulla vacanza nell'isola? In primo luogo le tariffe dei trasporti che sono diventate insopportabili, si pensi alle tariffe aeree. Non esiste una seria politica di agevolazioni turistiche. Un'altra causa può essere l'immagine della Sicilia diffusa dal mass media nel mondo, come terra di mafia e di scippi. Inoltre permangono problemi strutturali».

«Ad esempio? I difficili collegamenti aerei e marittimi. Negli anni scorsi hanno pesato anche gli scioperi sindacali, che spesso venivano a cadere proprio nel mezzo della stagione turistica».

A proposito, cosa mi dici del rinnovo del Ccnl del turismo?

«Per il rilancio del nostro settore è determinante un rapporto positivo tra gli operatori turistici e i sindacati del lavoro in modo particolare nel Mezzogiorno, dove si allarga la piaga della disoccupazione. Qui i sindacati possono avere un ruolo fondamentale. Ma va detto che i problemi vanno affrontati e risolti con spirito unitario, pur avendo ciascuno di noi interessi diversi da tutelare. Mi riferisco in modo particolare alla pretesa di alcune centrali sindacali di escludere ancora una volta l'Assoturismo e la Confesercenti dal tavolo delle trattative. Ho letto con piacere sull'Unità la posizione espressa da Di Giocchino della Filcams-Cgil, questo è già un importante passo avanti. Noi operatori ci aspettiamo che altrettanto facciano nei prossimi giorni Cisi e Uil».

Giuglietta Galletto

## Ascoroma, una singolarità che fa scuola

# Nell'azienda-Comune arriva il risk-manager

ROMA — Nel 1971 a seguito dell'obbligatorietà dell'assicurazione auto, il Comune di Roma e le aziende municipalizzate creano l'Ascoroma — Mutua assicuratrice comunale romana — che nel 1973 riceve dal ministero dell'Industria l'autorizzazione ad esercitare il ramo Rca.

La nascita della mutua Ascoroma risponde ad un obiettivo poco tradizionale: la creazione di una compagnia che sia in grado di offrire un servizio sia ai soci che all'utenza. Infatti gestendo direttamente il portafoglio assicurativo si evita, da una parte di far uscire dalle casse comunali denaro pubblico affidandolo a compagnie private, dall'altra si cerca un contatto con l'utenza e la collettività tutta per offrire direttamente un servizio senza speculazioni.

La mutua non persegue di per sé fini speculativi: tutto ricavato da una sana gestione tecnica può essere usato dalla società sia per rifinanziare il suo ulteriore sviluppo, ridistribuito fra i soci, per finanziare opere di pubblico interesse.

Nel dicembre dell'83 il ministero concede all'Ascoroma l'autorizzazione ad esercitare gli altri rami. Dopo una fase di assestamento, più che giustificata da tale ampliamento di sfera di azione, scatta nel 1985 quello che può essere chiamato per l'Ascoroma l'anno zero della sua attività manageriale.

Con la possibilità di poter assicurare un servizio completo all'Ente locale si vagliano tutte le soluzioni più atte ad impegnarsi invece in un ruolo che protegga e tuteli il capitale pubblico e l'utenza.

Patole d'ordine, quindi, per l'Ascoroma sono: operatività e tecnologie moderne che, tradotte in termini pratici ed attuali nel settore assicurativo moderno, vogliono dire «risk management».

In sintesi, quindi, cosa distingue il risk-manager dalla figura tipica dell'assicuratore?

L'assicuratore, anche il più attento e corretto, si limita a proporre al proprio assicurato al momento del

l'insorgere del bisogno, la polizza che ritiene più consona a coprire i suoi rischi. Il risk-manager, invece, si pone come osservatore e studioso dell'ambiente dell'azienda in cui opera, stabilisce relazioni fra l'azienda e l'ambiente circostante, valuta il possibile insorgere dei rischi per la vita aziendale e li identifica, ne valuta le possibili conseguenze, studia le possibilità di evitare o limitare l'insorgere di tali rischi.

Questa gestione, nata principalmente per soddisfare i bisogni assicurativi di grandi imprese industriali, ben si addice, con le opportune modifiche, all'amministrazione del Comune e delle aziende municipalizzate. Basti pensare alla numerosa serie di intralci che si creano fra le varie aziende dal punto di vista assicurativo, agli appesantimenti burocratici, agli interscambi ed alle possibili azioni di rivalsa fra enti, alla corretta assicurazione delle società appaltatrici, e così via.

Governando, attraverso l'esclusiva che l'Ascoroma vanta nei confronti dell'ente locale, tale situazione, anche con l'apporto di un sistema meccanizzato altamente operativo e di procedure contabili semplificate, che tengano conto dei tempi tecnici legati ai bisogni di delibera dei soci, l'Ascoroma si pone come vero e proprio risk-manager dell'ente locale nel modo più moderno e tecnico del termine, «sfrondando» le polizze di tutto ciò che le appesantisce inutilmente, favorendo un'opera di prevenzione, creando i presupposti di un «budget» di spesa assicurativa che il socio possa conoscere anticipatamente e che rientri in standard di economicità.

Paola Moreschi



Dalla nostra redazione NAPOLI — «L'innovazione noi l'intendiamo non solo in campo tecnologico, ma in senso globale. Innovare significa anche gestire in modo efficiente le aziende, e la pubblica amministrazione». Costantino Formica, 39 anni, un solido retroterra politico (è stato deputato del Pci dal 1976 al '79), espone i programmi e gli obiettivi della Leonardo spa, una società di servizi, consulenza e support-

tecnico-progettuale per aziende e uffici pubblici che intendono incamminarsi sulla strada — tanto propagandata ma non sempre sufficientemente esplorata — dell'innovazione.

La nascita della Leonardo (il cui nome, inutile dirlo, è stato ispirato dal grande genio innovatore dei Rinascimenti) è avvenuta all'inizio di quest'anno e immediatamente ha segnato una vera e propria novità nel panorama napoletano e meridionale. I primi dati sull'attività sono

più che incoraggianti: 100 milioni di fatturato nei primi cinque mesi con la previsione di arrivare a mezzo miliardo per la fine dell'85. Il capitale sociale di 200 milioni sarà raddoppiato entro l'anno. Un elemento niente affatto secondario è rappresentato dal fatto che la Leonardo rappresenta uno dei rari casi in cui risorse economiche e professionali sono prevalentemente locali. Formica ne è l'amministratore

# «Leonardo», il nuovo modo di promuovere l'innovazione

Tecnologia ed informazione, consulenza d'impresa e programmazione, insomma una visione d'insieme dei mutamenti necessari nell'organizzazione economica. La singolare convergenza di uomini nella nuova impresa napoletana

delegato mentre il presidente è Salvatore Fallotto, «numero uno» dell'Unione industriali di Napoli. Nel consiglio d'amministrazione sono presenti esponenti di un vasto arco di realtà e iniziative economiche locali: c'è il vicepresidente regionale della Lega cooperativa Vincenzo Beato e l'amministratore della Banca Popolare di Torre del Greco Edoardo Del Gado (recentemente eletto consigliere regionale dc), l'economista Mariano D'Antonio e due imprenditori, Franco Siddivo (informatico) e Enrico Di Pietro (edilizia).

Il campo di azione della Leonardo, nonostante la breve vita, è già abbastanza ampio. Costantino Formica ci tiene a soffermarsi su due commesse acquisite, una nel settore aziendale, l'altra in quello della pubblica amministrazione. La prima è giunta dal Cisl, il consorzio tra commercianti che sta realizzando il gigantesco centro all'ingrosso di Nola. Alla Leonardo è stato chiesto di strutturare e organizzare nel modo più razionale possibile la complessa gestione del centro: si pensi che ospiterà 160 imprese commerciali, avrà una presenza giornaliera di non meno di 10 mila persone, con banche, trasporti, depositi e tutta una serie di servizi in comune.

«Abbiamo studiato — racconta Formica — un organigramma (circa 2 mila dipendenti) puntando ad ottimizzare le risorse e ad eliminare gli sprechi. Si tratta infatti di fare nascere da zero quello che diventerà il più grosso mercato commerciale della Campania».

Il secondo esempio citato da Formica riguarda la campagna di comunicazioni sociali realizzata per conto del Comune di Casoria allo scopo di migliorare il servizio di nettezza urbana. Non si tratta del solito manifesto sulla

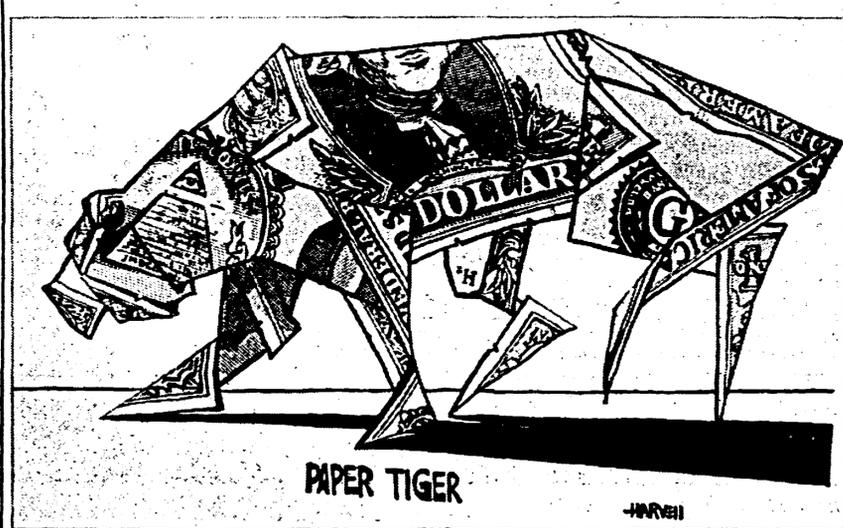
«città pulita», bensì di un «bombardamento» sull'opinione pubblica per convincerla a collaborare con l'amministrazione: in programma c'è anche, per esempio, un concorso nelle scuole.

Valorizzare i servizi — sottolinea Formica — è un elemento non secondario dell'innovazione nella pubblica amministrazione.

La Leonardo inoltre è impegnata a rinnovare il look di alcune imprese dall'immagine un po' sbiadita, come il Consorzio del porto e il Consorzio Asi. Il catalogo completo dei «prodotti» forniti dalla Leonardo viene sintetizzato dall'amministratore delegato in quattro punti. 1) Consulenze aziendali: consulenza di salute dell'impresa (innovation management system, analisi dei punti critici), trasferimenti di tecnologia, servizi reali. 2) «Pacchetti» completi per la pubblica amministrazione: gestione di impianti tecnologici, sanità (campagne educative, analisi dei flussi organizzativi interni), seminari per amministratori pubblici. 3) Studi e indagini socio-economiche e di politica industriale (a questo proposito è in corso l'esame di una «zona critica» dell'area industriale napoletana). 4) Comunicazioni sociali: impiego dei media per rilanciare l'immagine aziendale.

«Ci serviamo di competenze e consulenze esterne», dice Formica — «Il nostro obiettivo è quello di garantire agli imprenditori napoletani e meridionali, in particolare ai più piccoli e medi, strumenti per competere con una concorrenza sempre più agguerrita. Sappiamo tutti che il futuro dell'impresa — al nord come al sud — si gioca sul terreno dell'innovazione. Noi, con modestia ma anche con convinzione, stiamo facendo la nostra parte».

Luigi Vicinanza



La tigre di carta — Con la vignetta di Newsweek rappresenta il dollaro, cane bastonato del mercato dei cambi. Una valuta che si apprezza e poi deprezza del 20% in sei mesi è uno strumento ancora valido per regolare i contratti interna-

zionali? Questo è l'interrogativo che gira di questi giorni nelle teste degli imprenditori. I quali capiscono sempre meno che le Autorità monetarie non riescono ad intendersi su monete più stabili, come l'ecu.

## Tecnologie

# Il computer nella strategia di Conserve Italia

Alla Conserve Italia, un consorzio cooperativo nato nel 1976 e che oggi riunisce 40.000 agricoltori, la gestione della produzione è un argomento che è stato attentamente valutato. Compiti fondamentali del consorzio sono infatti la programmazione delle linee di sviluppo per assicurare agli agricoltori una maggiore certezza circa il collocamento della produzione ed il collegamento con il mercato della produzione agricola destinata alla trasformazione industriale.

In seguito all'attenta valutazione e per meglio gestire il processo di crescita costante che ha conosciuto sin dalla sua costituzione, la Conserve Italia ha deciso di puntare sulle nuove tecnologie, facendo del suo sistema informativo il perno attorno al quale ruotano tutte le attività.

Basato completamente su elaboratori Data General, il sistema informativo della Conserve Italia si configura in una rete di calcolatori distribuiti presso le società componenti il consorzio. Il parco macchine comprende supermini computer MV4000, ed i mini computer C150, S140, S120, CS50, con periferiche costituite da una memoria di massa su supporto a disco, terminali e stampanti. Tutto il software d'uso specifico è stato realizzato da una house italiana, la Erredati di Faenza.

Attraverso la rete di calcolatori passano tutte le informazioni relative all'acquisizione di ordini, alla gestione delle spedizioni, alla fatturazione, alla produzione, alla disponibilità della merce. Inoltre, il sistema informativo, si occupa di tutta la gestione contabile-finanziaria dell'azienda e di tutte le associate del gruppo.

Anche la logistica prenderà vantaggio dalle nuove tecnologie. È infatti cominciata la costruzione di un magazzino completamente automatizzato per la distribuzione dei prodotti surgelati. Tale magazzino sarà governato da due calcolatori Data General DG 30 a cui saranno affidati i comandi degli apparati di trasporto pallets e la gestione del carico-scarico magazzino.

Sono inoltre allo studio applicazioni di personal computing rivolte ai ruoli intermedi dell'azienda, con l'obiettivo di uniformare i criteri di budget delle singole aziende, creando una migliore comunicazione interna di dati ed esperienze. Lo strumento scelto per questa applicazione è il personal computer Data General/One.

Questi sono solo i piani per l'immediato. Altri, presto, verranno aggiunti e contribuiranno al crescente successo che il consorzio va riscuotendo.

A cura di Rossetta Funghi