

Marche, aiuti regionali all'agricoltura

Valorizzare le aziende agricole per tutelare il tessuto economico, sociale, culturale e ambientale delle aree rurali, attraverso contributi finanziari. È questo l'obiettivo della legge regionale 37 del 1999. La norma prevede la concessione di contributi ad enti e organizzazioni regionali, alle associazioni di produttori, ai consorzi di tutela dei prodotti tipici, alle cooperative e alle associazioni degli allevatori.



Desenzano, 2 mln al primo nato del 2000

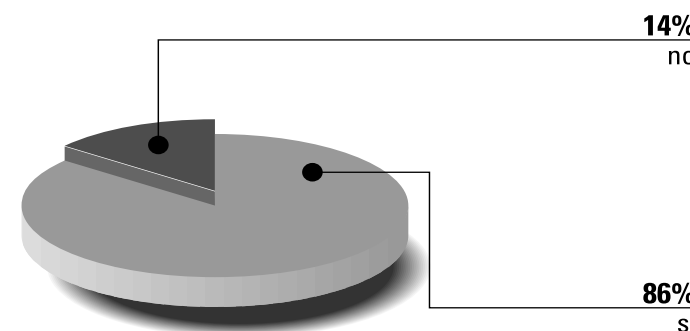
Ci sarà un dono speciale per il primo nato, o la prima nata, del 2000 all'ospedale Montecroce di Desenzano del Garda. L'Amministrazione comunale ha infatti deciso di offrire alla famiglia del primo bimbo che nascerà nel 2000 un buono acquisto di 2 milioni. Con il buono da 2 milioni, i genitori potranno acquistare prodotti per l'infanzia presso la farmacia comunale. Riceveranno inoltre una targa ricordo.

la ricerca

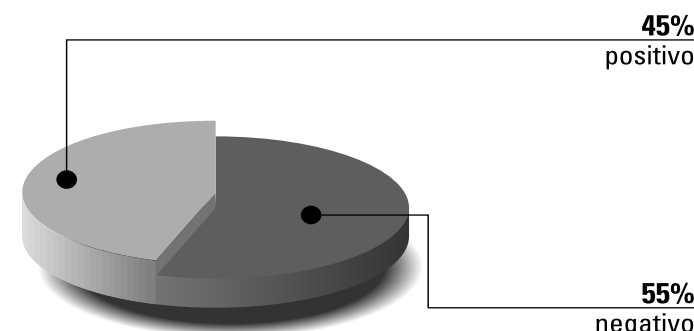
7

LA RISORSA TURISTICA NEI GIUDIZI DEGLI ITALIANI

Lei ritiene importante incentivare il turismo?



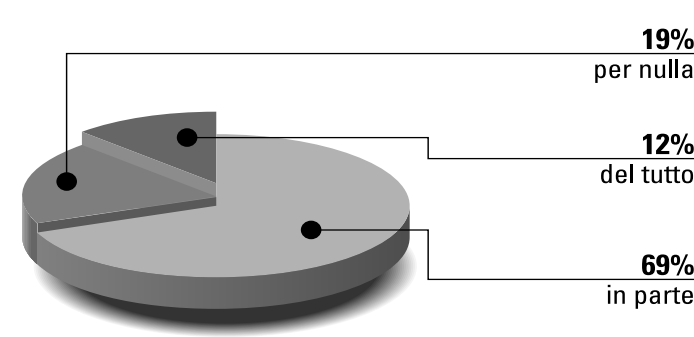
Qual è il suo giudizio su quanto l'amministrazione fa per incentivare il turismo?



Secondo Lei qual è l'immagine dell'Italia in...

	non sa	Positiva	Negativa
Germania	14%	20%	66%
Austria	27%	25%	48%
Francia	20%	39%	41%
Inghilterra	28%	27%	45%
Spagna	25%	58%	17%
Portogallo	33%	47%	20%
Olanda	36%	27%	37%
Belgio	35%	35%	30%
Grecia	33%	50%	17%
Danimarca	40%	30%	30%
Svezia	39%	31%	30%

L'immagine negativa è giustificata?



Schema

La spesa mondiale per il turismo, negli ultimi anni, è raddoppiata. L'Italia è al quarto posto come meta turistica mondiale dopo Francia, Stati Uniti e Spagna.

Gli italiani quanto ritengono importante incentivare il turismo? Come giudicano l'impegno degli Enti locali in questo settore? Qual è l'immagine dell'Italia? Considerano giustificata la rappresentazione negativa che si fa qualche volta dell'Italia? Vediamo, per punti, quali sono stati i principali risultati.

1. Incentivare il turismo: c'è una diffusa consapevolezza dell'importanza del turismo. La grande maggioranza degli intervistati (86%) lo considera un tema su cui è necessario e strategico investire risorse. L'abbandono e la mancanza di cura dei luoghi turistici, la carenza d'informazioni e d'itinerari, la poca fruibilità dei musei e dei luoghi storici si sono dimostrati i punti deboli dell'offerta del nostro Paese. A questi si sommano i problemi tradizionali: inefficienza della sanità, inadeguato sistema di trasporti pubblici, carenza di servizi, criminalità diffusa. Di contro l'Italia ha da offrire un patrimonio storico, artistico ed ambientale unico al mondo di cui c'è piena considerazione. La qualità della gastronomia è un altro punto di forza insieme alla moda.

2. L'impegno degli Enti locali: c'è più attenzione, rispetto al passato, all'offerta turistica anche se molto è ancora da fare. Il 45% degli intervistati esprime un giudizio positivo sull'impegno attuale delle amministrazioni locali. L'immagine dell'Italia all'estero ha risentito della poca considerazione che ha avuto il turismo nel governo del territorio. È mancata, comunque, anche una politica nazionale d'indirizzo in grado di sollecitare l'impegno degli Enti locali. Un ritardo difficile da colmare ma su cui si stanno concentrando molti sforzi. Il 55% giudica, invece, negativamente l'impegno degli Enti locali perché inadeguato (rispetto a quanto il nostro Paese può esprimere ed alla ricchezza del patrimonio artistico) o privo d'efficacia.

3. L'immagine dell'Italia all'estero: abbiamo chiesto qual è l'immagine (secondo gli italiani) che hanno, del nostro Paese, i cittadini di 11 stati europei (vedi tabella). I tedeschi, gli austriaci, gli inglesi, i francesi, gli olandesi sono considerati i potenziali turisti che dell'Italia hanno l'immagine più negativa. I tedeschi ed austriaci sono risultati in testa in questa speciale

graduatoria. L'Italia piace a spagnoli, greci, portoghesi. In Belgio sono di più quanti hanno un'immagine positiva dell'Italia (35%) di quanti l'hanno negativa (30%). L'immagine dell'Italia nei Paesi nord-europei ha fatto registrare il più alto numero d'incerti tra i nostri intervistati (39% Svezia - 40% Danimarca). La percentuale d'intervistati che hanno dichiarato che in Svezia e Danimarca l'immagine dell'Italia è positiva è la stessa di quanti hanno dichiarato che l'immagine dell'Italia è negativa. È interessante notare che Germania, Austria, Francia ed Inghilterra sono Paesi, nella percezione degli italiani, con un livello generale di qualità della vita (a torto od a ragione)

migliore del nostro; considerati più evoluti e moderni. L'Italia è meglio di Spagna, Portogallo e Grecia in quanto a tenore di vita. La Francia è, tra i Paesi considerati della fascia alta, quello più simile all'Italia. Pur prevalendo l'immagine negativa (41%), i giudizi positivi sono comunque alti (39%). Un elemento da tenere in considerazione che si è rilevato dall'ascolto delle interviste è che Francia, Spagna, Portogallo, Grecia ed Italia sono considerati di cultura mediterranea. Questa matrice comune rende più immediata l'identificazione culturale e simbolica.

4. I motivi dell'immagine negativa dell'Italia: a quanti hanno di-

chiarato che l'immagine dell'Italia è negativa è stato chiesto se tale giudizio è giustificato e, nel caso, di darne motivo. Il 12% ha dichiarato che il giudizio negativo sul nostro Paese è giustificato, il 69% che lo è in parte, il 19% che non lo è per nulla. I motivi dell'immagine negativa sono determinati dai problemi che abbiamo già visto: la scarsa valorizzazione del patrimonio, la carenza, dal punto di vista qualitativo, dell'offerta turistica e delle strutture d'accoglienza. Ancor di più determinano l'immagine del nostro Paese all'estero i fattori d'incidenza della qualità della vita: sanità, trasporti, sicurezza, livelli di modernizzazione. Non a caso i termini di confronto

sono dati da alcuni tipici indicatori di qualità della vita. Gli standard europei sono quelli della Germania, dell'Inghilterra, della Francia: nell'immaginario comune (e nella realtà?) questi standard sono più alti di quelli dell'Italia. Il patrimonio storico ed artistico è questo elemento, evidentemente, non basta.

D'altronde il turista moderno ha un approccio esigente e poco incline ad accontentarsi. L'immagine dell'Italia risente anche di stereotipi e pregiudizi. Il 69% dichiara che i giudizi negativi sono solo in parte giustificabili: in questi anni sono stati fatti importanti passi in avanti in tutti i campi, compresa l'offerta turistica che si è avvicina-

ta agli standard europei. Per il 19%, invece, i giudizi negativi sono del tutto ingiustificati: sono solo stereotipi e pregiudizi quelli che incidono sull'immagine negativa dell'Italia. Per gli intervistati, l'immagine dell'Italia all'estero è ancora quella del dopoguerra. Oggi, il nostro, è un Paese profondamente diverso.

Alcune brevi considerazioni a margine: è evidente la consapevolezza di giocare un ruolo importante nel mercato del turismo mondiale. Questa consapevolezza è il segno di una accresciuta considerazione nelle possibilità dell'Italia ed è il principale successo delle politiche per il turismo adottate in questi anni dagli Enti locali.

Il sondaggio

Turismo per caso

Il 55%: impegno inadeguato

CARLO BUTTARONI - Sociologo ricercatore

INFO

Indagine Unicab

Il sondaggio è stato effettuato tra il 25 e il 26 ottobre scorso su un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, articolato per sesso, età, area geografica. Ampiezza del campione: 1.003 casi. Metodo di rilevazione: telefonico con sistema C.a.t.i. (Computer assisted telephone interview).

ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

GAZZETTA UFFICIALE N. 302 27 gennaio 1999 DECRETI PRESIDENZIALI

- Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 3 settembre 1999. Atto di indirizzo e coordinamento che modifica ed integra il precedente atto di indirizzo e coordinamento per l'attuazione dell'art. 40, comma 1, della legge 22 febbraio 1994, n. 146, concernente disposizioni in materia di valutazione dell'impatto ambientale. Decreto 11 novembre 1999.

- Impegno della somma complessiva di L. 220.000.000.000 - Fondo sanitario nazionale in conto capitale, a favore delle Regioni a statuto ordinario, ai sensi della legge 23 dicembre 1978, n. 833, articolo 50 e 51, primo e secondo comma. Decreto 11 novembre 1999.

- Impegno della somma complessiva di L. 5.000.000.000 - Fondo sanitario nazionale in conto capitale, a favore delle regioni a statuto ordinario, ai sensi della legge 23 dicembre 1978, n. 833, articolo 50 e 51, primo e secondo comma. Ministero delle finanze

- Decreto 3 dicembre 1999. Accertamento del periodo di mancato funzionamento dell'ufficio del territorio di Lodi.

RETTIFICHE Errata-Corrige

- Comunicato relativo alla deliberazione 9 giugno 1999 del Comitato interministeriale per la programmazione economica recante: "Ammissione a finanziamento di alcuni progetti compresi nel programma specifico per l'utilizzo delle risorse cui alla legge 27 dicembre 1997, n. 450. Opere prioritarie (Deliberazione n. 96/99)". (Deliberazione pubblicata nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 254 del 28 ottobre 1999).

GAZZETTA N. 301 del 24 dicembre 1999 DECRETI, DELIBERE E ORDINANZE MINISTERIALI

Presidenza del Consiglio dei ministri - Dipartimento della protezione civile.

- Ordinanza 18-12-99. Interventi urgenti di protezione civile diretti a fronteggiare i danni conseguenti ad eventi alluvionali e dissesti idrogeologici verificatisi nei mesi da giugno a dicembre dell'anno 1999 nelle regioni Emilia-Romagna, Piemonte, Liguria, Basilicata, Veneto, Toscana, Lombardia, Molise, Marche, Lazio, Umbria e Abruzzo. (Ordinanza n. 3027).

- Ordinanza 18-12-99. Misure urgenti nei territori delle regioni Marche ed Umbria, delle province di Arezzo e Rieti e delle province di Potenza, Cosenza e Salerno colpiti rispettivamente dalla crisi sismica del 26 settembre 1997 e del 9-9-98 ed altri interventi di protezione civile. (Ordinanza n. 3028).

l'Unità

Un quotidiano utile di Politica, Economia e Cultura

ABBONARSI ...È COMODO

Perché ogni giorno ti sarà consegnato il giornale a domicilio e se vorrai anche in vacanza.

...È FACILE

Perché basta telefonare al numero verde 167.254188 o spedire la scheda di adesione pubblicata tutti i giorni sul giornale.

...È CONVIENE

ABBONAMENTO ANNUALE

7 numeri	510.000	(Euro 263,4)
6 numeri	460.000	(Euro 237,6)
5 numeri	410.000	(Euro 211,7)
1 numero	85.000	(Euro 43,9)

ABBONAMENTO SEMESTRALE

7 numeri	280.000	(Euro 144,6)
6 numeri	260.000	(Euro 134,3)
5 numeri	215.000	(Euro 111,1)
1 numero	45.000	(Euro 23,2)

