

ies

Industria e Sviluppo



quadrimestrale di informazione, opinione, economia, impresa
Confindustria Firenze, Livorno e Massa Carrara, Toscana Nord, Pisa,
Toscana Sud

Turismo, un'industria da proteggere



STEFANO CIUFFO

Turismo, un ruolo strategico per lo sviluppo

ALBERTO PERUZZINI

Toscana 2020, destinazione turismo

ENRICO CONTI

Toscana che vai, strada che trovi

NON PENSARE IN PICCOLO, PENSA IN

MEF

GRANDI SOLUZIONI

PER IL MATERIALE ELETTRICO



50
1968-2018



WWW.MEFSRL.COM

DAL 1968 OFFRIAMO LE MIGLIORI SOLUZIONI PER IMPIANTI ELETTRICI CIVILI, TERZIARI E INDUSTRIALI

Da cinquant'anni crediamo nel valore delle persone e con esse ci presentiamo al mercato con soluzioni efficienti ed efficaci. MEF è un'azienda multispecialista che si pone come partner globale per la fornitura di materiale elettrico. Con un'ampia gamma di servizi distribuiamo le migliori marche per offrire qualità e innovazione nei settori di cui siamo specialisti.

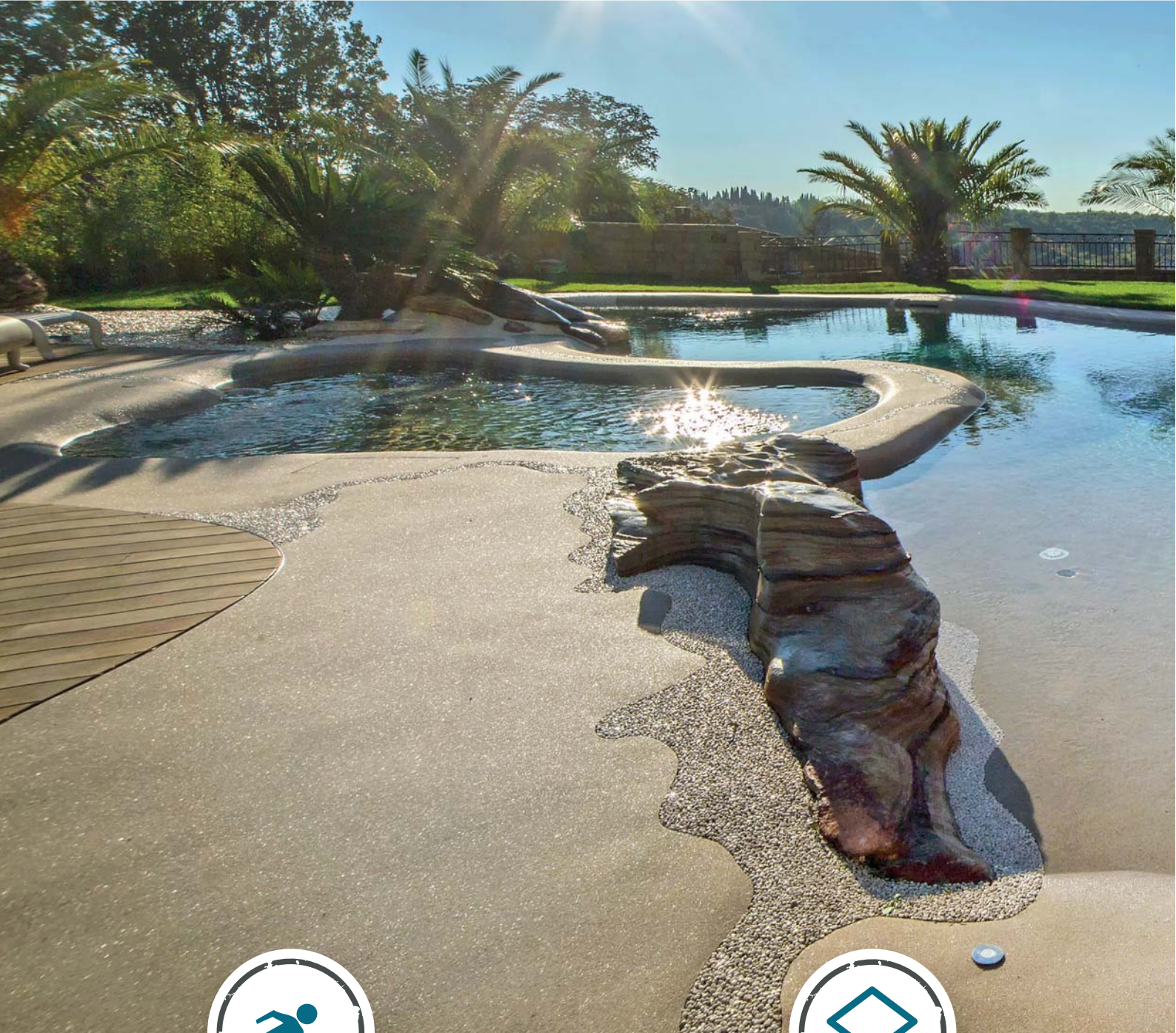
ILLUMINAZIONE - DOMOTICA

IMPIANTI DI SICUREZZA - RISPARMIO ENERGETICO

AUTOMAZIONE INDUSTRIALE

TERMIDRAULICA - CLIMATIZZAZIONE

UN PARTNER.mille soluzioni



PERSONALIZZAZIONE TOTALE

Una realizzazione che non può essere riprodotta, un taglio sartoriale personalizzato nel tuo giardino.



ITER BUROCRATICO E OPERATIVO RIDOTTO

Una piscina costruita in totale assenza di calcestruzzo accorcia le procedure burocratiche e i tempi di installazione.

**Agenzia Toscana
Biodesign technology**

PAESAGGI D'ACQUA S.R.L.
Cecina (LI)
+39 0586 684898
piscinenaturali@paesaggidacqua.com
www.paesaggidacqua.com

**Concessionario
Livorno**

EFFEQUATTRO S.R.L.
Cecina (LI)
+39 392 970 5107
info@effequattrosrl.com

**Concessionario
Pisa**

ARTE PIETRA S.R.L.
Cenaia - Crespina (PI)
+39 050 644264
info@arte-pietra.com
www.rivestimentiinpietra.biz



BIODESIGN TECHNOLOGY

Unica e Inimitabile



MIGLIORE ESPERIENZA DI BALNEAZIONE

Ampie zone nuoto, spiagge bagnasciuga, sedute e camminamenti sommersi, sagomati in pietra naturale, offrono la migliore esperienza di balneazione.



UN BENE D'INVESTIMENTO

Aggiunge valore al tuo immobile per sempre.

Concessionario Grosseto

ST SOLUTION S.R.L.
Grosseto
+39 0564 27029
info@stolutionsrl.com
www.stolutionsrl.com

Concessionario Massa Carrara

OUTDOOR SYSTEM S.R.L.
Carrara (MS)
+39 337 105 3786
outdoorsystemsrl@gmail.com

Concessionario Firenze Sud

IDRAULICA MERCIAI S.R.L.
Empoli (FI)
+39 0571 711738
info@idraulicamercai.it
www.idraulicamercai.it

Concessionario Firenze Nord

ARTE VERDE BLUE LINE S.R.L.
Borgo San Lorenzo (FI)
+39 348 471 2903
blueline@arteverde.it
www.arteverde.it

A collection of glass jars filled with various spices and herbs, arranged on a shelf. The jars are of different sizes and contain various types of seeds, grains, and dried herbs.

OSTERIA SANTO SPIRITO

A warm, glowing light fixture, possibly a lamp or a small stove burner, casting a soft light. The background is dark and out of focus.

*in Piazza
Santo Spirito
come a casa...*



FIRENZE - Piazza Santo Spirito 16/r Tel. 055 2382383
www.osteriasantospirito.it



Direttore responsabile:

Annarosa Pacini
apacini@iesindustriaesviluppo.com

Coordinatore editoriale:

Virginia Masoni
relazioniesterne@confindustriatoscanasud.it

Comitato di redazione:

Antonio Capone,
Andrea Fabianelli

Redazione:

Simona Bandino (Firenze)
Maria Bechi (Pisa)
Maria Chiti (Pistoia)
Lodovica Lazzerini (Massa Carrara)
Ilaria Maraviglia (Lucca)
Saida Petrelli (Prato)
Elena Pozzoli (Livorno)

Hanno collaborato a questo numero:

Francesco Butini, Mattia Cialini,
Nadia Frulli, Irene Magara, Elena
Pozzoli, Paolo Vannini

Impaginazione, grafica e foto:

Franco Passarini

Direzione e redazione:

Confindustria Grosseto,
viale Monterosa 196,
58100 Grosseto,
redazione@iesindustriaesviluppo.com

Editore:

Assoservizi Toscana Sud
Rete d'Imprese.
Via Roma, 18 - 52100 Arezzo

Stampa:

Nova Arti Grafiche Srl
Via Cavalcanti, 9
50058 SIGNA (FI)

Registrazione:

Tribunale di Grosseto
n. 1/2009 del 26.03.2009

- Gli articoli possono non rispecchiare le posizioni delle Associazioni Industriali e dell'Editore, che li ritengono in ogni caso un contributo sul piano dell'informazione e dell'opinione. Dei contenuti sono responsabili i singoli autori. L'Editore non dovrà essere ritenuto responsabile per errori, omissioni, interruzioni o ritardi legati ai contenuti pubblicati né per eventuali danni provocati dagli stessi.
- È consentita la riproduzione purchè espressamente autorizzata dall'Editore, e con la citazione della fonte.
- Non vengono trattati dati personali. L'uso dei dati, temporaneo, è solo a fini giornalistici.
- Foto © Assoservizi Toscana Sud - Rete d'Imprese. E' vietato qualunque utilizzo e/o riproduzione, anche parziale, del materiale fotografico contenuto in questa rivista.

PUBBLICITÀ: la raccolta pubblicitaria su tutto il territorio della Toscana per "IES - Industria e Sviluppo" è a cura di: MGA Comunicazione & Pubblicità S.r.l. Piazza Alberti, 16 50136 - Firenze Tel. 055 5275595 web: www.mgacomunicazione.it e-mail: info@mgacomunicazione.it

EDITORIALE

COVER STORY

8



INDUSTRIA DEL TURISMO,
IL PETROLIO DELLA TOSCANA

12



IL TURISMO AMA LA TOSCANA

18



TURISMO, UN RUOLO STRATEGICO
PER LO SVILUPPO

20



TOSCANA 2020,
DESTINAZIONE TURISMO

28



IL "NUOVO" TURISMO
HA BISOGNO DI REGOLE

30



TOSCANA CHE VAI,
STRADA CHE TROVI

32



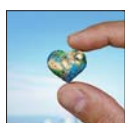
INCENTIVI ALLE IMPRESE,
UNA MAPPA PER IL 2018

38



TOSCANA E TURISMO,
LE STRADE PER CRESCERE

44



DALLA TUTELA DEL TERRITORIO
LA TUTELA DEL TURISMO

54



IL TURISMO DEL FUTURO

62



LA COSTA TOSCANA,
UN TURISMO DA RECORD



TURISMO, UN'INDUSTRIA
DA PROTEGGERE
ANNO X - N. 1 febbraio-maggio 2018



INDUSTRIA del **TURISMO**, il **PETROLIO** della **TOSCANA**

di FRANCESCO BUTINI, "Fondazione Franco Bardelli"

IL TURISMO, PER LA TOSCANA, È UNA RICCHEZZA INCOMMENSURABILE. COME TALE, VA MANTENUTA, SOSTENUTA, FATTA CRESCERE. LA STRADA È TRACCIATA, MA NON PRIVA DI INSIDIE



Il turismo è il nostro petrolio. Lo abbiamo ripetuto più volte, trovando peraltro conferma anche laddove il tesoro degli idrocarburi esiste davvero nel sottosuolo, come in alcuni Paesi della penisola arabica in cui la diversificazione economica rispetto al mono-prodotto petrolifero ha spinto i governi ad investire negli ultimi anni nell'industria del turismo. Se gli investimenti vengono fatti in un deserto, cosa potremmo e dovremmo fare in Italia, e in particolare in Toscana?

La soddisfazione sull'andamento dell'industria del turismo in Italia nell'anno passato è stata espressa dal Ministro dei Beni e delle Attività culturali e del turismo: «il 2017 verrà ricordato come un anno record per uno dei settori strategici dell'economia nazionale». L'aumento degli arrivi sarebbe stato pari al 7,8 per cento, e l'aumento della spesa degli stranieri in Italia è stata stimata pari al 7 per cento. L'aumento degli arrivi dall'estero è stato salutato con molta enfasi, come pure i risultati delle politiche di destagionalizzazione, tese a spalmare in modo più equilibrato la domanda turistica lungo l'arco dell'anno.

Se al turismo si abbina la cultura, accomodamento particolarmente facile e felice in una regione come la nostra, i risultati conseguiti sono stati anch'essi sottolineati dal Ministro all'indomani della divulgazione dei dati sui visitatori dei musei italiani avvenuta nei primissimi giorni dell'anno, mostrando tra l'altro un celere ed efficiente sistema di rilevazione: nel 2017 i visitatori di musei e monumenti italiani sarebbero stati quasi 50 milioni (+5 milioni rispetto al 2016), per un volume di incassi di quasi 200 milioni di euro (+20 milioni di euro rispetto all'anno precedente), e con la Toscana che si colloca al terzo posto per numero di visitatori dei propri musei dietro il Lazio e la Campania.

Queste considerazioni trovano riscontro nella suddivisione dei nuovi posti letto sorti in Toscana nel decennio passato secondo le classificazioni Istat delle cosiddette "risorse", in qualche modo rappresentative delle vocazioni all'accoglienza di un territorio: oltre un terzo dei nuovi posti letto vanno nei bacini di arte/affari, meno di un terzo vanno al tradizionale e sempre forte settore balneare, e il resto è suddiviso in tutti gli altri settori (montagna, terme, campagna, ecc.).

Approfondiamo la situazione delle strutture ricettive turistiche in Toscana anche nell'ottica della sua evoluzione nell'ultimo

decennio. Dal 2005 al 2016 il numero delle strutture ricettive sono aumentate quasi del 50 per cento, concentrando questo aumento negli esercizi extra-alberghieri. Gli alberghi, viceversa, sono addirittura diminuiti del 5 per cento.

Per quanto riguarda i posti letto, in Toscana negli ultimi undici anni sono aumentati di circa 95 mila unità, superando complessivamente il mezzo milione. Questo aumento di disponibilità di posti letto è stato in gran parte assorbito dagli esercizi extra-alberghieri: circa 84 mila. Sostanzialmente gli esercizi extra-alberghieri hanno continuato nel corso degli anni a erodere mercato alle strutture alberghiere. E se a Firenze la disponibilità di posti letto è grosso modo divisa a metà tra strutture alberghiere e strutture extra-alberghiere,



“TURISMO, ARTE E CULTURA, IL TRIS DI ASSI DELLA TOSCANA”

in altre province (Grosseto, Massa Carrara, Livorno, Pisa) le seconde superano nettamente le prime.

La varietà delle strutture ricettive, secondo le classificazioni utilizzate dall'Ufficio regionale di statistica, non si ferma certo alla suddivisione tra esercizi alberghieri ed esercizi extra-alberghieri. All'interno di quelli alberghieri le strutture si suddividono in base al numero di stelle (da 1 a 5), a cui si aggiungono le residenze turistico-alberghiere. Ma è soprattutto all'interno degli esercizi extra-alberghieri che si riscontra una moltitudine di tipologie: af-

fittacamere, alloggi agro-turistici, alloggi privati, case e appartamenti per vacanze, case per ferie, campeggi, residence, residenze d'epoca, ostelli per la gioventù, villaggi turistici, rifugi alpini ed escursioni-stici, aree di sosta.

C'è una concorrenza rilevante in questa gamma variegata di accoglienza turistica. Ma le condizioni di tale concorrenza sono paritetiche? Le forme di accoglienza alternativa a quella tradizionale debbono sottostare a una regolamentazione altrettanto rigorosa? In che misura si possono utilizzare le norme per governare gli interessi in competizione e per regolamentare la concorrenza?


Come tutti i settori economici in trasformazione, si pongono nuove domande e nuove questioni da affrontare. Dove dovrebbe stare ad esempio l'equilibrio tra un'economia ed un ambiente sostenibile, e l'incremento indefinito dell'afflusso turistico? È un equilibrio che si raggiunge una volta per tutte, o anch'esso ha una sua dinamicità nel tempo?

In questo numero di IES trovate interessanti spunti sulla recente e forte penetrazione dell'utilizzo delle prenotazioni online, con essa si rinnova l'eterna questione del rapporto tra le dinamiche del cambiamento del mercato, i nuovi conflitti di interesse tra chi ci guadagna e chi ci rimette nel nuovo panorama creatosi, e le difficoltà del sistema regolatorio di adeguarsi alle nuove realtà. Lo stesso processo decisionale che portò alla definizione quasi un anno e mezzo fa in Toscana del nuovo Testo unico del sistema turistico regionale non fu immune da discussioni e polemiche, che videro protagonisti gli albergatori, gli agenti immobiliari, i proprietari di appartamenti. Ed oggi è in dirittura di arrivo la nuova Legge regionale sui cosiddetti "ambiti regionali", al fine di favorire uno sviluppo integrato tra territori che presentano analoghe caratteristiche turistiche.

Non si tratta evidentemente solo di interessi economici, che comunque sarebbero sufficienti per meritare grande attenzione e capacità di sintesi, ma possiamo avere davanti vere e proprie modificazioni urbanistiche e sociali, tra aree di interesse che tendono a svuotarsi (sfavorite dalle nuove dinamiche e dalle nuove convenienze) ed altre che invece si riquaificano e si ripopolano. È la legge degli affari. Tra istinti di protezione e spinte allo sviluppo, che la politica deve poter comporre per garantire la crescita economica del settore.

INNOCENTI & MANGONI Piante

COLTIVIAMO LA QUALITÀ DAL 1950

A large, well-maintained garden with a stone building, a swimming pool, and various plants. The garden features a large lawn, a swimming pool, a stone building with a tiled roof, and a variety of plants, including trees, shrubs, and flowers. The scene is set in a sunny, outdoor environment with a clear sky.

Da tre generazioni Innocenti & Mangoni Piante, azienda di Pistoia, coltiva su una superficie di 290 ettari, oltre 1.500 varietà di piante ornamentali da esterno, allevate in piena terra o in contenitore, adatte ad ogni clima e di diversa tipologia e dimensione: alberi e conifere, specie mediterranee, arbusti e cespugli multitronco, graminacee, erbacee perenni, alberi da frutto, rose, Macro Bonsai giapponesi e piante con forma geometrica o dal moderno design. Una lunga tradizione portata avanti da uno staff di tecnici specializzati che, con mani esperte, seguono la produzione delle piante in ogni fase di crescita, mixando il grande patrimonio di conoscenze del settore vivaistico con l'uso di speciali macchine tecnologiche e tecniche innovative, per ottenere un prodotto di qualità eccellente.

Grazie a questa combinazione e alla ricerca continua di nuove varietà di piante, che vengono presentate annualmente, Innocenti & Mangoni Piante, si è affermata tra i maggiori leader del vivaismo ed esporta il 97% dei prodotti in più di 45 paesi non solo in Europa, ma anche in Cina, Africa, Russia e Medio Oriente. Grazie ad una logistica puntuale e ben organizzata, l'azienda è in grado di consegnare in ogni momento dell'anno, qualsiasi tipologia di pianta, anche di grandi dimensioni.

I clienti inoltre possono consultare il sito www.innocentimangonipiante.it, dove è a disposizione un catalogo web completo, per effettuare ordini in modo veloce, facile e sicuro. Gli elevati standard qualitativi di Innocenti & Mangoni Piante e il suo costante impegno ad incrementare l'ecosostenibilità nei processi produttivi, per i quali ha ottenuto la certificazione ambientale MPS in classe A, rappresentano una garanzia di eccellenza e affidabilità per tutti quei clienti che cercano un servizio professionale e qualitativamente impeccabile.

Innocenti & Mangoni Piante

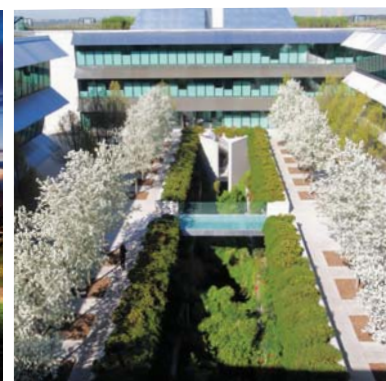
Via del Girone 17

51100 Chianciano (PT)

Tel. 0573.530364

info@innocentimangonipiante.it

www.innocentimangonipiante.it





Il **TURISMO** AMA la **TOSCANA**

di **MATTIA CIALINI**, direttore "ArezzoneNotizie"

NUMERI CON IL SEGNO PIÙ QUELLI CHE RACCONTANO LA TOSCANA DEL TURISMO DAL 2015 AD OGGI. UNA META AMATA, NON SOLO DAI TURISTI STRANIERI, MA ANCHE DAGLI ITALIANI. MENTRE È ORAMAI UNA REALTÀ PER TUTTA LA REGIONE LA TASSA DI SOGGIORNO: MENO AMATA, MA RISORSA IMPORTANTE DA REINVESTIRE PROPRIO PER SOSTENERE IL TURISMO

L'ultima fotografia accurata e definitiva sul turismo in Toscana è quella relativa all'anno 2016, con quasi 13 milioni di arrivi e 45 milioni di pernottamenti. I dati relativi al 2017 sono ancora in elaborazione, secondo le previsioni delle categorie economiche l'anno si dovrebbe chiudere con circa 46 milioni di pernottamenti, con un incremento del 2,7 per cento rispetto al 2016. Sarebbe un record per la regione. Un record confermato, per il momento, dai dati raccolti ed elaborati da Toscana Promozione, attraverso un'indagine congiunturale condotta dal 28 agosto al 10 settembre 2017, per conto di Toscana Promozione Turistica, da SL&A tra le 15 mila strutture ricettive oggi attive sul territorio regionale. Questi dati – basati però su un campione rappresentativo, e quindi, in attesa della conferma definitiva – parlano di un'estate toscana che si chiude con una crescita media delle presenze del

+4.1 per cento sul 2016, con gli italiani che tornano a scegliere il mare toscano (+4.8 per cento) e gli stranieri che si scoprono amanti della montagna (+12.8 per cento). Ma soprattutto, per la prima volta, i fatturati fanno un salto in avanti (+1.3 per cento) e due operatori turistici su tre si dicono più che soddisfatti. Una Toscana, secondo questa indagine, che si conferma meta amata dai viaggiatori internazionali (tedeschi e francesi in testa) e in grado di riconquistare il cuore dei propri connazionali (per quanto riguarda la ripresa del mercato interno, si registra +2 per cento).

Tornando ai dati verificati da Unioncamere, nel 2016 i turisti in Toscana sono stati 12 milioni e 967mila, in lievissimo (+0,5 per cento) aumento rispetto al 2015, quando furono 12 milioni e 909mila. Sul fronte delle presenze, invece, si registra una sostanziale stabilità (-0,1 per cento) tra 2016 e 2015: 44 milioni e

732mila contro 44 milioni e 789mila. Più ampio il margine tra 2015 e 2014, quando si registrò un balzo sostanzioso in crescendo, equiparabile a quello di quest'anno: le presenze aumentarono del 2,9 per cento (erano state 43 milioni e 536mila) e gli arrivi del 3,1 per cento (erano stati 12 milioni e 515mila). Se i numeri del 2017 fossero confermati, la regione vedrebbe il totale dei propri pernottamenti aumentato del 5,8 per cento nel triennio 2014-2017. Una galoppata che conferma un trend di crescita, a tratti anche sostenuto, degli ultimi dodici anni, che ha subito solo due battute d'arresto: nel biennio di inizio crisi 2008-2009 e nel 2012.

In attesa delle conferme definitive del record toscano del 2017 (di cui andrebbero poi comprese le dinamiche), un dettagliato approfondimento è invece disponibile per l'anno 2015. Nel luglio 2016, infatti, l'Irpet ha prodotto un corposo rapporto

sul turismo relativo all'anno precedente. Studiando la provenienza dei viaggiatori, passando in rassegna le mete predilette e abbozzando tendenze del tipo di turismo in base a domanda e offerta delle sistemazioni. In quell'anno la Toscana risultò più performante della media italiana, pur positiva (+2,7 per cento per gli arrivi e +1,9 per cento per le presenze).

“Nel 2015 – spiega il rapporto – assistiamo dunque ad un nuovo record di presenze turistiche in Toscana: 44,8 milioni in strutture ufficiali, cui devono esserne aggiunte circa 40 milioni stimate da Irpet in alloggi non ufficiali e ulteriori 3,5 milioni in strutture ricettive inadempienti l'obbligo di comunicazione delle presenze: in tutto poco meno di 90 milioni. Nel 2015 i settori ad elevata intensità turistica creano in Toscana un saldo positivo di circa 6.055 posizioni lavorative in più. Il turismo si conferma un importante ammortizzatore della crisi occupazionale ancora in corso”.

Per quanto riguarda la tipologia di turisti, la sintesi del rapporto – che in quell'anno vide il ritorno alla crescita del turismo interno dopo anni di crisi – afferma che: “i due maggiori contributi alla crescita provengono da un lato dai paesi emergenti, europei ed extraeuropei, dall'altro dai 'clienti' storici della Toscana, europei occidentali e statunitensi, infine dal 'ritorno' degli italiani e dei toscani. I primi viaggiano per lo più organizzati da tour operator, alloggiano in strutture a 4 e 5 stelle e visitano, in particolare se extraeuropei, quasi esclusivamente le città d'arte e i borghi principali della Toscana,



“TREND IN CRESCITA PER L'INDUSTRIA DEL TURISMO TOSCANO CHE SA RINNOVARSI,”

i secondi sono per la maggior parte turisti 'esperienziali', sono auto organizzati perché familiarizzati con il nostro territorio, e visitano anche le aree meno note dell'interno oltre a frequentare la costa meridionale della regione, soggiornando in strutture anche extra alberghiere ed anche in campeggio, purché di fascia qualitativa medio alta. Infine, gli italiani crescono nelle località balneari ma anche di montagna e collina”. Le dinamiche provinciali, per il 2015, vedono diffusi

incrementi: ottima Firenze, che trascina le altre città d'arte; si registra il ritorno al mare, vanno bene campagna e collina. “Si conferma il gradimento – recita ancora il rapporto – in particolare da parte dei turisti internazionali extraeuropei, delle strutture alberghiere di fascia alta (4 e 5 stelle)”. Giù gli hotel a 1 e 2 stelle, tengono quelli a 3, soprattutto al mare. “Molto buoni i risultati delle strutture agriturismo (+4,4 per cento)”.

Non si registrano, per il 2015, particolari boom degli affittacamere. Il successo sta emergendo oggi, dopo anni in ombra. E l'aumento dell'offerta è costante, soprattutto nelle città d'arte più gettonate. Da registrare la crisi, ormai consolidata, del turismo termale tradizionale: è in pic-

“LA TOSCANA SI CONFERMA META MOLTO AMATA DAI VIAGGIATORI INTERNAZIONALI,”

chiata dal 2008, con le eccezioni degli anni 2010 e 2011.

Il turismo dei numeri parla anche norme fiscali. E ormai da qualche anno, sul fronte turistico, è tornato d'attualità il dibattito sulla tassa di soggiorno. Sono già una settantina i comuni toscani che riscuotono l'imposta e dal 2011 le polemiche tra amministrazioni che la impongono e albergatori costretti a riscuoterla





“LA TASSA DI SOGGIORNO NON PIACE, MA È ORMAI UNA REALTÀ”

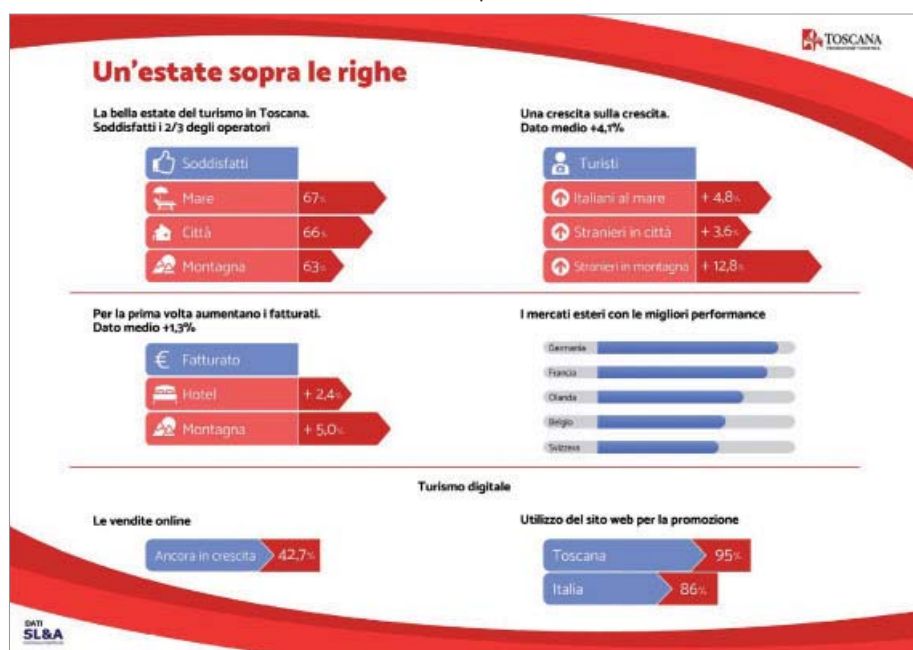
ciclicamente si rinnovano. La tassa ha una lunga storia: nata nel 1910, venne abolita nel 1989, alla vigilia dei Mondiali di calcio del 1990, per permettere alle strutture alberghiere di abbassare le tariffe. È stata reintrodotta qualche anno fa. Nel marzo 2011 ne sono stati definiti i limiti: si tratta di un balzello locale che può essere riscosso da Comuni e Unioni dei Comuni che sono negli elenchi regionali delle località turistiche e delle città d'arte. Si tratta di un'imposta di scopo, gli introiti – riscossi dagli albergatori (o dai gestori di strutture extra alberghiere) che fungono da agenti contabili – devono essere reinvestiti dalle amministrazioni nel settore turistico. Soffermandoci sui comuni capoluogo, il municipio che fa segnare il record di incassi per la tassa di soggiorno è, ovviamente, quello di **Firenze**. Qui è in vigore sin dalla reintroduzione dell'imposta nel 2011. Nel 2017 ha fruttato ben 33 milioni di euro e recentemente è stato varato un programma di aumenti per l'inizio del 2018 (50 cent per gli alberghi a 1, 2, 3 stelle, 30 cent per quelli a 4 stelle e 1,50 euro per BnB e case vacanza) che dovrebbe portare nelle casse comunali altri 4 milioni all'anno. Nel corso degli anni la tassa è servita per la gestione di musei, teatri, eventi culturali, biblioteche, per la manutenzione

del patrimonio storico e dei monumenti. L'aumento servirà al potenziamento del servizio bus cittadino. Le tariffe vanno da un minimo di 2 euro per persona a notte, fino al massimo consentito di 5. Così gli hotel: 2 euro per una stella, 3 euro per due stelle, 4 per tre stelle, 4,80 per quattro e 5 euro per cinque.

Anche a **Pisa**, dove è in vigore dal marzo 2012, oscilla tra 2 e 5 euro. Nel 2016 ha fruttato quasi 1,9 milioni di euro. A **Livorno** l'imposta c'è da aprile 2012 e varia da 50 cent per le strutture a 1 stella, fino a 3 euro per quelle a 5. Dal 1° giugno 2013 la tassa viene riscossa anche a **Grosseto**:

fino a 50 euro di pernottamento si pagano 50 cent; da 50 a 100 si paga 1 euro; fino a 200 2 euro e oltre 3 euro. A **Siena** la tassa di soggiorno vige dal marzo 2012. Si paga a partire da 1 euro (in ostelli e campeggi) fino a 3 euro (per i 5 stelle) in bassa stagione e da 1,50 euro fino a 5 per l'alta. Due sole fasce per gli hotel: fino a 4 stelle (1,50 euro bassa - 2,50 alta) e 5 stelle (3 euro bassa - 5 alta). Dal 2013 anche a **Lucca** si paga l'imposta: le tariffe variano da 1 a 2,50 euro. Più recente l'introduzione della tassa a **Prato** (1° luglio 2015): 1,50 euro per hotel a 1,2 e 3 stelle o equivalenti, 2 euro per le strutture più prestigiose (4 o 5 stelle o equivalenti), 50 centesimi per le rimanenti strutture. A Carrara non si paga, a **Massa** sì: la tassa è in vigore dal 1° giugno 2012. Si parte da 40 centesimi per i campeggi, 75 per le altre strutture extra alberghiere. Negli hotel e Rta 45 centesimi per 1 stella, 50 centesimi per 2,55 per 3 e 1,50 per 4 o 5 stelle. Freschissima, inoltre, l'introduzione della gabella ad **Arezzo**: dal 1° gennaio 2018. Ci sono fasce simili a quelle di Grosseto: si paga 1 euro per un pernottamento con un prezzo fino a 20 euro a testa; 1,50 euro per pernottamenti tra 20 e 200 euro; 3 euro oltre i 200. L'ultima a tuffarsi sulla tassa di soggiorno sarà Pistoia: a dicembre 2017 è stato approvato il provvedimento delle commissioni Bilancio e turismo, presto l'imposta sarà realtà.

TOSCANA: I RISULTATI DELLA STAGIONE ESTIVA 2017
L'estate toscana si chiude con un +4.1 per cento nelle presenze. In crescita i fatturati. Soddisfatti due operatori su tre



(Fonte: Indagine Toscana Promozione Turistica - Agenzia SL&A)

CENTOCANTI E INFERNO

A FIRENZE, UN VIAGGIO IN DUE TAPPE TRA I SAPORI DELLA CUCINA ITALIANA

LA BUONA CUCINA NON È PECCATO

Lil ristorante pizzeria **Centocanti** nasce nel 2006 quando Pino Pasquarelli, con una trentennale esperienza nella ristorazione, decide di lasciare la famosa pizzeria Pit Stop di Piazza Dalmazia per creare un ristorante capace di proporre piatti genuini e innovativi. Il nome Centocanti nasce da una curiosa assonanza tra le “cento botteghe di Via Gioberti”, vero e proprio centro commerciale naturale fiorentino, con i cento canti della Divina Commedia dantesca.

Grazie alla scelta di carne e pesce di prima qualità, alla ricerca continua di nuovi piatti e all’impasto a doppia lievitazione delle sue pizze, Centocanti si afferma rapidamente come uno dei migliori ristoranti della città.

Non a caso, la larghissima maggioranza dei clienti sono fiorentini che conoscono e apprezzano la varietà e la qualità dei piatti proposti: quasi tutti gli avventori, immediatamente affezionatisi al locale, scelgono spesso i piatti del giorno, fidandosi ciecamente della bravura dello chef Pasquale Di Blasio e del pizzaiolo



Luca Lanzano.

Il menu propone antipasti, primi di terra e di mare e specialità di carne (bistecca, filetto, etc.) e di pesce; senza contare le pizze, preparate con 48 ore di lievitazione, impasto integrale e una ricerca continua nella scelta delle farine.

Dotato di una saletta interna ideale per cene di gruppo e/o aziendali, il resto-

rante pizzeria Centocanti è aperto tutti i giorni a pranzo e a cena (eccetto lunedì a pranzo).

Ristorante Pizzeria Centocanti

Via Vincenzo Gioberti, 32/A
50121 Firenze
Tel. +39 055.664176
www.ristorantecentocanti.it



UN VIAGGIO NEL GIRONE DEL BUONGUSTO

Lil ristorante Loungebar **Inferno** nasce dall’esperienza di Pino Pasquarelli, di suo fratello Mario e di suo figlio Andrea, unita a quella dei fratelli Secci, esperti ristoratori sardi. Situato all’interno del quattrocentesco Palazzo Gherardi di Via Ghibellina, Inferno vuole proporsi come “un viaggio nel girone del buongusto”, distinguendosi

per qualità della proposta, eleganza nella presentazione e cura nel servizio dei Clienti. Il Ristorante può vantare 2 sale, entrambe con 35/40 coperti, la Sala Ninfe e la Sala Lussuria: la prima, con richiami evidenti alla Terra ed al Mare, si caratterizza per il suo elegante soffitto a lucernario, ricco di ricercati elementi

decorativi; la seconda ha uno stile più classico ed è caratterizzata da soffitti alti a volte e da un maestoso pavimento marmoreo.

Le sale sono unite dal Limbo, lo spazio che ospita la Cantina dell’Inferno. Entrando qui il Cliente è avvertito: “Lasci ogni speranza di non degustare dell’ottimo vino”. La carta dei vini in effetti abbraccia tutte le fasce: dalla Cantina degli Avari e dei Prodighi (da 15 ai 20 €) a quella dei Superbi (fino oltre i 300

€). Il menu è stagionale, e cambia ogni tre mesi prediligendo prodotti freschi e specialità della cucina toscana.

Il Loungebar è composto da ampio ingresso con dehor esterno, ampio ambiente principale (Sala Inferno, 50 coperti) e un altro ambiente più appartato (Sala Lucifero, 25 coperti): qui è possibile degustare cocktail classici e di nuova creazione in un’atmosfera calda e accogliente.

Ristorante Loungebar Inferno

Via Ghibellina, 80r
50122 Firenze
Tel. +39 055.244975
www.ristoranteinferno.it



1 + 1 = 3

TURISMO, un RUOLO STRATEGICO per lo SVILUPPO

di PAOLO VANNINI, giornalista freelance

SVILUPPO SOSTENIBILE, CRESCITA ECONOMICA, VALORIZZAZIONE DEL BRAND, DIFFUSIONE DELLA CULTURA DEL "MADE IN TUSCANY", NUOVA GOVERNANCE DEL SETTORE. LA TOSCANA DEL TURISMO RACCONTATA DALL'ASSESSORE REGIONALE STEFANO CIUOFFO

Dai flussi turistici in Toscana, con la bella sorpresa di una grande ripresa dei territori montani sia in estate sia in inverno, al sovraffollamento di alcune mete turistiche e alla sua regolamentazione; dalla legge sui cosiddetti "ambiti omogenei" e i principi guida che la ispirano alle capacità di ricezione delle strutture turistiche, alberghiere ed extralberghiere. E' un'intervista a trecentosessanta gradi quella concessa alla nostra rivista da Stefano Ciuoffo, assessore regionale al Turismo oltre che alle Attività produttive, al Credito e al Commercio. Una serie di considerazioni che chiariscono alcuni punti dirimenti della materia, anche alla luce della nuova legge sui cosiddetti "ambiti omogenei", dopo quella approvata lo scorso anno sul sistema turistico.

Assessore Ciuoffo, l'andamento dei flussi turistici ha registrato significativi cambiamenti negli ultimi anni in Toscana (mete, tipologia e durata delle vacan-

ze, luoghi di provenienza)?

"È aumentata la quantità dei visitatori in Toscana confermando il primato per le mete storiche che caratterizzano la Toscana ma con una distribuzione geografica molto ampia che ha premiato – ad esempio – la montagna sia d'estate che in inverno, come non accadeva da anni. Dall'indagine di fine anno realizzata da Toscana Promozione Turistica, tramite la società SL&A, emerge come il 63.2 per cento delle strutture regionali sia soddisfatto dell'andamento turistico del 2017, con un 7,6 per cento che dice di essere molto contento. Con punte massime nell'extralberghiero (65,9 per cento) e tra gli agriturismi (65 per cento). Percentuali che ci danno il polso di un settore Turismo per il quale l'andamento positivo è ormai strutturale. Anche se il grado di soddisfazione degli operatori a mio avviso è modesto rispetto alla stagione straordinaria, in termini di presenze, che abbiamo vissuto. Interpreto questa mode-

sta soddisfazione con la distribuzione territoriale dei numeri e il desiderio degli operatori di non essere mai appagati, e questo comunque mi pare un risultato positivo dal punto di vista regionale".

I grandi flussi turistici nelle principali città d'arte sono spesso al centro di forti discussioni e polemiche. In Toscana Firenze è il caso più significativo ma non l'unico: è pensabile programmare politiche che favoriscano una "redistribuzione" dei flussi verso località vicine, che possano fruire dei benefici economici e, allo stesso tempo, "liberare" le principali mete turistiche dal peso di un eccesso di richieste?

"Il problema del sovraffollamento di alcune mete turistiche esiste ma personalmente penso che non sia il limitare l'accesso a piazze o luoghi la soluzione, sarebbe una sconfitta per la politica. La sfida che ci si deve porre è agire per redistribuire nell'arco dell'anno e nelle varie province i flussi

turistici. Una Toscana ha molto da raccontare oltre alle mete classiche che soffrono della doppia faccia della notorietà, della più che meritata notorietà tengo a precisare. Credo che tornelli all'ingresso delle piazze siano misure restrittive che non appartengano alla nostra tradizione: l'arte, la bellezza, la cultura devono essere comunicate, conosciute, e fruita e per questo l'impegno di questi due anni e mezzo è stato rivolto al far conoscere sempre più l'altra faccia della Toscana, meno conosciuta ma altrettanto meritevole di essere visitata. Lo stiamo facendo promuovendo i territori, facendo emergere le loro specificità. Ad esempio, all'appuntamento annuale a Firenze del Buy Tuscany abbiamo affiancato un 'Buy Tuscany on the road', evento educational e B2B itinerante in una zona diversa della Toscana per far conoscere agli operatori del settore da vicino di quante facce è composta la regione. E lo stiamo facendo anche con due portali web tutti nuovi il www.visittuscany.com lanciato a settembre 2017 e www.toscanaovunquebella.it on line da qualche mese prima. Per i quali sono stati coinvolti direttamente i Comuni per dare la possibilità di raccontare dal basso e fuori dagli schemi ogni luogo con spunti e storie che vanno al cuore dell'identità di ciascun territorio".

Pistoia capitale della cultura italiana 2017 è stata senz'altro un evento significativo a livello toscano (e non solo). I primi bilanci per la città sembrano positivi. Questo esempio può funzionare anche per altre località con caratteristi-

che simili, senza il traino della nomina di Capitale della cultura, per entrare nei flussi di un turismo legato soprattutto al patrimonio artistico e culturale?

"L'idea del Mibact di replicare su scala nazionale quella di scegliere una città a rotazione come Capitale Europea è stata utile e appropriata perché lo spirito con il quale si scelgono le città è proprio quello di selezionare luoghi dalle alte potenzialità che necessitano solo dello sprint e dell'impulso giusto per sprigionarle facendo così conoscere quanto di bello c'è oltre i circuiti più battuti. Ogni iniziativa di questo genere è senz'altro da prendere in considerazione e valutare".

Dal 2017 è in vigore la nuova legge regionale sul sistema turistico e a breve è attesa quella sui cosiddetti "amibiti omogenei". Si possono indicare le linee guida principali che la ispirano. Si può affermare che siamo di fronte ad un ridisegno complessivo della nuova governance del settore, dopo lo scioglimento delle Aziende di promozione turistica (APT) nel 2010 e la riorganizzazione delle province?

"Con il nuovo Testo Unico sul turismo abbiamo aggiornato la normativa ferma dal

**“SEMPRE PIÙ
NUMEROSI
I VISITATORI
APPASSIONATI DI
METE STORICHE”**

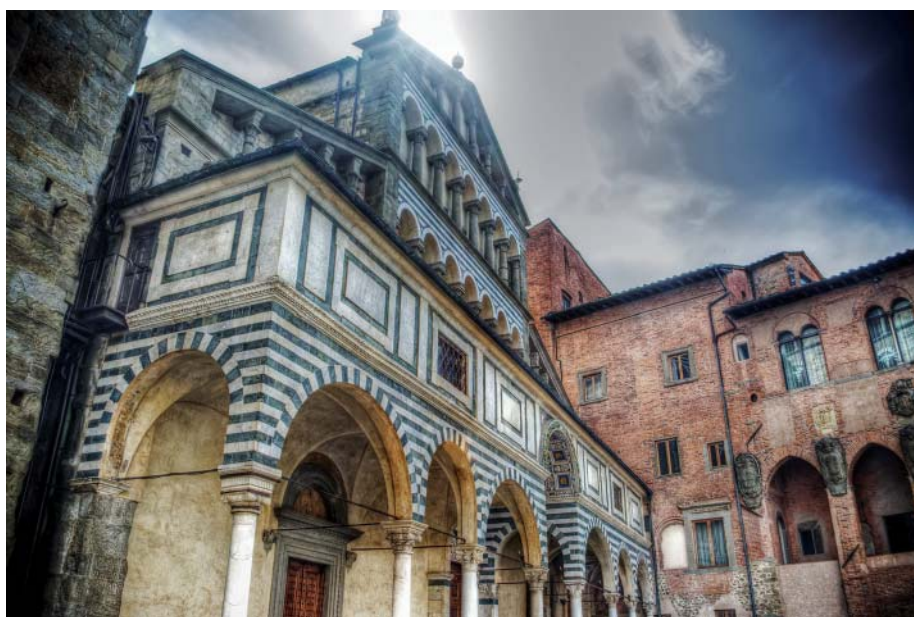


Stefano Ciuoffo

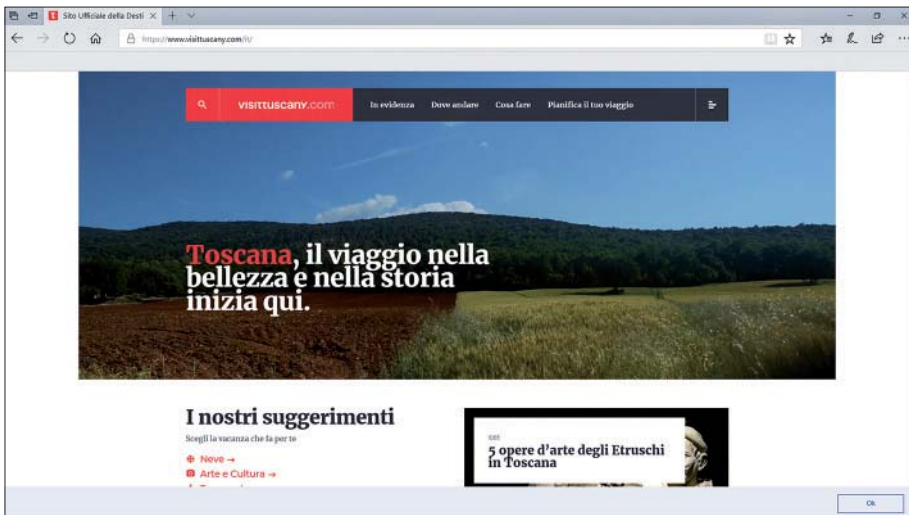
2000 che parlava di un mondo e di un settore che non era più quello che viviamo. Il modo di organizzare e vivere un viaggio oggi soprattutto con il ruolo che riveste il web era totalmente scollegato dalla vecchia legge. Una nuova governance con un rapporto diretto tra Regione e Comuni dove ci affianca l'agenzia regionale appositamente preposta, Toscana Promozione Turistica. Nella nuova legge trovano regole e tutela forme di accoglienza nuova come i marina resort, i camping village, l'albergo diffuso e regole più chiare e stringenti su fenomeni emergenti che diciotto anni fa non esistevano. Il tutto improntato alla tutela del consumatore e al sostegno degli operatori turistici. Con la legge sugli ambiti turistici omogenei proviamo a delineare una Toscana dove territori comuni dal punto di vista turistico possano svilupparsi in modo aggregato. Saranno ventisette, dalla Maremma al Chianti, dalla Costa degli Etruschi al Mugello, solo per dirne quattro".

Come pensa la Regione Toscana di migliorare la capacità competitiva delle strutture ricettive di tipo alberghiero "classico"?

"La tradizione e l'eccellenza dell'ospitalità toscana è rinomata e quindi penso che abbiano tutti gli elementi per cavarsela egregiamente. Nella legge abbiamo introdotto delle innovazioni che possono meglio permettere loro di offrire sempre più servizi ai propri clienti. Tra le novità principali c'è l'ampliamento delle attività per i non alloggiati come la somministrazione di alimenti e bevande al pubblico, la vendita al



Pistoia, la Cattedrale



La home page del sito visituscany.com

“STORIA, ARTE, BELLEZZA, ENOGASTRONOMIA, LE BELLEZZE DELLA TOSCANA TUTTE DA SCOPRIRE, ANCHE ON LINE”

dettaglio nei limiti di un esercizio di vicinato e l'attività di centro benessere. Inoltre è stato introdotto il 'Condhotel' che prevede la possibilità di destinare e vendere il 40 per cento della superficie della struttura alberghiera a unità abitative a destinazione residenziale, dotate di servizio autonomo di cucina. È stato introdotto a livello nazionale con la legge n. 164/2014. Manca ancora il decreto attuativo del Mibact. Noi quindi abbiamo recepito la norma nella nostra legge pensando possa essere un'utile opzione in più per la categoria".

E come si pensa di risolvere il nodo delle strutture ricettive extralberghiere e delle attività non professionali, soprattutto affittacamere e bed&breakfast (e poi diverse altre tipologie come ostelli per la gioventù, case per ferie, rifugi escursionistici, case vacanze, residenze d'epoca ecc)?

"La nuova normativa finalmente definisce i confini delle varie tipologie di attività turistica affinché possano svolgersi nel rispetto di un principio 'stesse regole, stesso mercato' volto a evitare abusi. Soprattutto sulle locazioni turistiche la necessità di una regolazione è conseguenza del fatto che il fenomeno ha assunto, negli ultimi anni, dimensioni inimmaginabili dovute alle nuo-

ve opportunità offerte dalle piattaforme informatiche. Mentre, negli anni passati, la locazione turistica era essenzialmente un'integrazione al reddito familiare per chi possedeva uno o pochi appartamenti, oggi essa rappresenta una formidabile forma di concorrenza a tutte le strutture ricettive classiche che sfuggiva a ogni tipo di regolamentazione. Pertanto, con la legge abbiamo voluto stabilire dei parametri oltre i quali la gestione di alloggi esclusivamente destinati a locazione turistica presenta le caratteristiche di un'attività professionale e non residuale. E in quanto attività professionale ne deve rispettare tutti gli obblighi, anche a tutela della clientela. Il fenomeno era tale che è intervenuto anche il legislatore nazionale con l'ultima Legge di Stabilità ed ha parzialmente disciplinato la materia seguendo le stesse valutazioni da noi fatte per redigere la legge".

Con la nuova Legge si vuol riconoscere

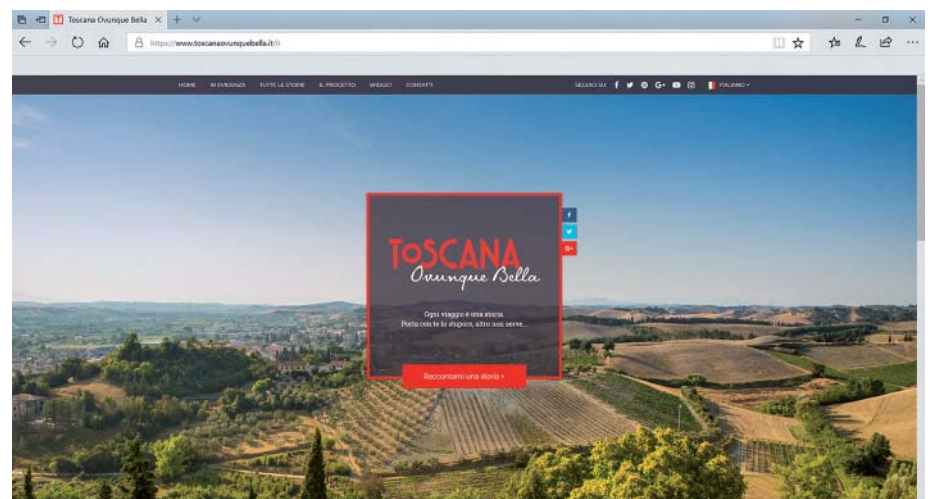
il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico sostenibile. Si può dire che il sistema che ruota attorno alla via Francigena (tanti soggetti coinvolti, un percorso in più tappe, il potenziamento della ricettività, la definizione dei tre tipi di tracciato, il potenziamento dei servizi di trasporto, l'avvio di nuove forme imprenditoriali legate all'accoglienza) si basa sulla creazione del primo prodotto turistico omogeneo, proprio sulla scia della nuova legge regionale?

"Sì, possiamo dire che è proprio l'archetipo. E l'impegno di questi anni sta dando i suoi risultati".

La nuova legge prevede l'istituzione di una "Cabina di regia del turismo" per garantire il necessario raccordo fra le esigenze di promozione turistica a livello locale e quelle di interesse regionale. E' così, e che funzioni ha?

"Sì, ed inoltre esprime parere consultivo ai fini dell'approvazione delle attività di promozione turistica previste dal piano annuale regionale di promozione raccoglie le segnalazioni di situazioni rilevate sul territorio relative a fenomeni di abusivismo, partecipandole agli organi addetti alle funzioni di vigilanza e controllo. Propone lo svolgimento di analisi, ricerche e valutazioni in materia di turismo".

“LA TOSCANA ON LINE RACCONTA OGNI LUOGO CON SPUNTI E STORIE CHE VANNO AL CUORE DELL'IDENTITÀ DI CIASCUN TERRITORIO”



La home page del sito toscanaovunquebella.it



GILDA BISTROT

TRADIZIONE E ORIGINALITÀ
IN UN'ATMOSFERA UNICA

Entrare al Gilda Bistrot vuol dire tuffarsi nel passato per ritrovarsi in un'oasi di Art Nouveau grazie agli arredamenti d'epoca molto ricercati del locale. Affacciandosi sul Mercato di Sant'Ambrogio, uno dei più famosi di Firenze, il taglio gastronomico segue profondamente i ritmi stagionali grazie a materie prime di qualità sempre fresche. La cucina dello chef Antonio Panunzio prepara quotidianamente piatti tipici fiorentini senza dimenticarne altri della tradizione italiana, come ravioli o pin, pasta alla norma, bollito misto e molti altri. Il menu è sempre una sorpresa, come gli incredibili dolci preparati appositamente per concludere la bellissima esperienza di un pranzo o una cena al



Gilda Bistrot

Piazza Lorenzo Ghiberti
50122 Firenze
Tel. 055 234 3885
info@gildabistrot.it
www.gildabistrot.it
Pagina FB: Gilda Bistrot

CAFFÈ PASTICCERIA Serafini di via Gioberti

QUALITÀ AD UN PREZZO CONTENUTO,
CON UN SERVIZIO ALL'INSEGNA DEL SORRISO

Caffè Pasticceria Serafini prosegue con orgoglio la tradizione pasticceria iniziata nel 1928 dello storico forno di Nello Campanelli e propone "dolci coccole" dalle 7 alle 21.00. Si inizia con le colazioni: ricca la selezione di dolci realizzati con diversi tipi di lieviti da abbinare ad buon caffè. Grande varietà anche per il pranzo con piatti caldi e una ricca scelta di verdure. Si prosegue con sfoglie e pasticceria calda del pomeriggio, per arrivare all'aperitivo con un fornitissimo buffet. Ampia scelta anche di prodotti bio, vegan e senza glutine. La Pasticceria Serafini punta sulla qualità e predilige l'utilizzo di materie prime del territorio, utilizzando quelle trasformate con procedimenti tradizionali e senza l'aggiunta di conservanti e coloranti artificiali. Completa il tutto un servizio di banqueting e catering per eventi privati.

info@pasticceriaserafini.it



Caffè Pasticceria Serafini di via Gioberti

Via Gioberti, 168 r
Firenze
Tel. 055.247 6214



TO WINE

ENOTECA E WINE BAR

To Wine è un'enoteca giovane ed elegante dove poter trovare una selezione vastissima di Vini e Champagne di altissima qualità, dal piccolo Vigneròn a regime biologico agli Champagne delle grandi maison. Alla consolidata attività di bottigliera e regalistica, si affianca la nostra Cucina con proposte gastronomiche ricercate. Come ogni bottiglia racconta una storia, anche ogni piatto proposto è frutto di un lavoro di selezione rigoroso, per potervi ospitare al meglio in pausa pranzo, per un aperitivo, a cena o dopocena. La qualità dei vini, le proposte gastronomiche di eccellenza e lo studio delle materie prime è ciò che ci contraddistingue.

Da To Wine si entra come clienti e si esce come amici.

info@towine.it - www.towine-prato.it



To Wine

Viale della Repubblica, 23
Prato
Tel. 0574.550462

DESTINAZIONE TOSCANA 2020

DOCUMENTO STRATEGICO OPERATIVO
PRESENTAZIONE

SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE PER LA
VALORIZZAZIONE DELLE IDENTITÀ E DEI PATRIMONI

TOSCANA 2020, DESTINAZIONE **TURISMO**

di PAOLO VANNINI, giornalista freelance

UNA TOSCANA DA VIVERE, DA RACCONTARE, UN BRAND DA NUTRIRE DI NUOVI ELEMENTI, PER FAR EMERGERE UNA TOSCANA INNOVATIVA. INTERVISTA AD ALBERTO PERUZZINI, DIRETTORE DI TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Alberto Peruzzini è il direttore di Toscana Promozione Turistica, l'Agenzia voluta dalla Regione Toscana per "lavorare al fianco dei territori per la costruzione e la promozione delle destinazioni e dei prodotti turistici". Una struttura che ha il principale obiettivo di favorire l'incontro tra l'offerta turistica toscana nel suo complesso e le richieste che giungono da ogni parte del mondo. Peruzzini spiega le principali strategie dell'Agenzia per il 2018, si sofferma sul cosiddetto "Push-Pull Model", che vede il turismo suddiviso in fattori che incoraggiano a viaggiare, sulla forza del "Brand" toscano e la necessità di nutrirlo via via di nuovi elementi, sulla necessità di raccontare una Toscana "innovativa". E molto altro ancora. Ecco, di seguito, il resoconto dell'intervista concessa alla nostra rivista.

Dottor Peruzzini, la Giunta regionale ha approvato, alla fine dello scorso anno, il Piano Operativo delle attività di promozione economica e turistica di Toscana Promozione per il 2018. Quali sono le principali linee di intervento?

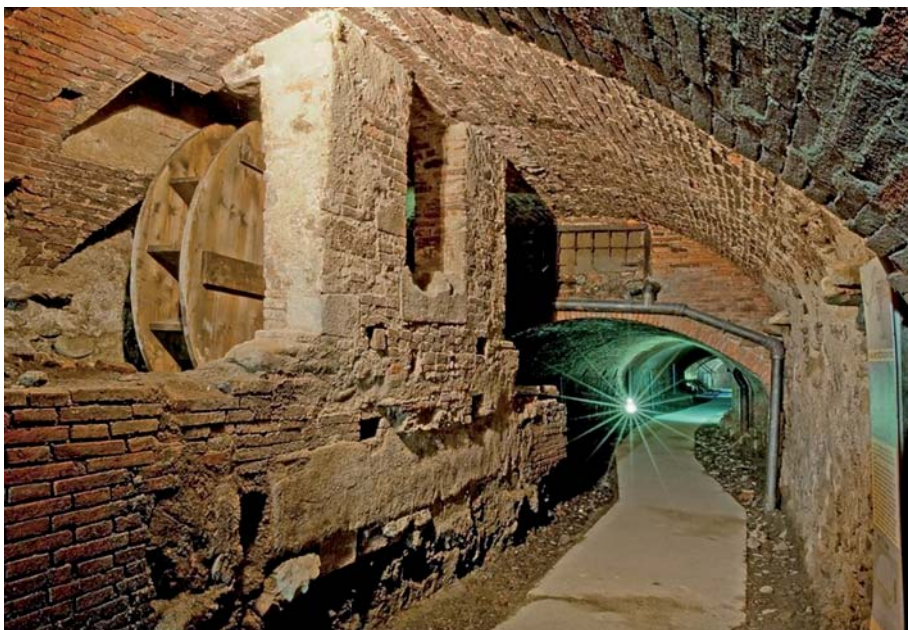
"Il turismo toscano sta vivendo un momento molto positivo. Ma questo trend, che ormai dura da anni, non ci permette comunque di sederci sugli allori. E così, anche per il 2018 è prioritario rafforzare il posizionamento della destinazione toscana e dell'offerta regionale attraverso la realizzazione di interventi strategici finalizzati a consolidare i prodotti esistenti, favorendo lo sviluppo di prodotti innovativi rispondenti ai vari target e lavorando su nuovi mercati. Questo, anche utilizzando gli strumenti più innovativi del turismo digitale. A livello operativo, tutto ciò si articola,

appunto, in quattro linee di intervento. La prima riguarda creazione di eventi mirati, sia sul territorio toscano che sui mercati esteri, che siano in grado di creare un *matching* efficace tra l'offerta turistica regionale e il trade internazionale. In questo ambito i nostri eventi di punta sono ad esempio, il *Buy Tuscany* - che si tiene ogni anno in autunno a Firenze - e la sua versione primaverile, *Buy Tuscany On the Road*, pensato come evento itinerante che ci permetta di focalizzare la nostra azione su una determinata tipologia di offerta. Stiamo parlando di due eventi che, nel 2017, hanno mosso circa venticinque milioni di euro in termini di business. C'è poi il capitolo che riguarda i progetti di sviluppo dei prodotti turistici, la seconda delle nostre linee di intervento. Qui, durante l'anno, saremo impegnati tanto nella promozione dei prodotti

esistenti, sia sui mercati ormai consolidati che su quelli emergenti, che nella creazione di nuovi prodotti innovativi che siano in grado di incrociare i nuovi trend della domanda internazionale e italiana. Al centro di questa nostra attività ci saranno, per esempio, lo sviluppo del cosiddetto *shopping tourism*, del segmento lusso e MICE, del turismo avventura e sportivo. Oltre a quello slow. E poi ci saranno gli eventi culturali per il turismo.

La terza linea di intervento riguarda, invece, i progetti di sviluppo dei mercati. Nel 2018, l'attività di Toscana Promozione Turistica si rivolgerà ai mercati consolidati, Germania e Stati Uniti in testa, e a quelli emergenti, definizione ampia dietro la quale si celano tutti quei mercati che si stanno affacciando per la prima volta ai viaggi internazionali, come le aree del *Far East*. Ma l'Agenzia tornerà a lavorare anche sul Brasile, che dopo anni è tornato a crescere, e sull'Australia. Infine, lavo-

“LE DIVERSE SPECIFICITÀ DEI TERRITORI TOSCANI RAPPRESENTANO ALTRETTANTI TESORI DA VALORIZZARE”



Il Museo di Pistoia Sotterranea, che conduce il visitatore in un affascinante percorso archeologico nei segreti della città, è uno degli esempi d'eccellenza dell'impegno toscano per il turismo accessibile

reremo al consolidamento del mercato interno che, nel 2017, è tornato a crescere in maniera importante dopo anni di difficoltà.

Infine, la linea che riguarda l'attuazione delle strategie regionali di sviluppo territoriale. Si tratta di un ambito molto delicato, dove l'impegno di Toscana Promozione Turistica è rivolto al sostegno dei progetti territoriali più innovativi, ma anche al lancio di progetti legati a specifici prodotti turistici come la Nautica, il Crocierismo, l'Eroica, il Brand Costa di Toscana e la messa a punto del prodotto turistico omogeneo della Via Francigena Toscana. Grande attenzione, infine, alla promozione dell'immagine e dei brand dei vari territori toscani e alla valorizzazione delle autenticità che da sempre sono uno dei pilastri dell'attrattiva toscana".

In occasione della presentazione del Libro Verde del Turismo in Toscana al Museo del Tessuto di Prato, lei ha avuto modo di spiegare che la "mission" di Toscana Promozione è quella di "arrivare ad avere un segmento turistico per ogni motivazione di viaggio". Ci può spiegare meglio il senso di questa affermazione?

"Le dinamiche che stanno dietro al turismo sono in continua evoluzione e i desideri e le necessità dei turisti, riguardano sempre più spesso le motiva-



Alberto Peruzzini

zioni che li spingono a muoversi. E con il termine 'motivazioni' intendo quel qualcosa che stimola un interesse o fa sì che una determinata persona si comporti in un certo modo. E il cosiddetto *Push-Pull Model*, che vede il turismo suddiviso in fattori che incoraggiano a viaggiare (*Push Factors*) e che sono strettamente legati a elementi intangibili e i desideri dei singoli viaggiatori. Come il desiderio di fuga, di riposo e relax oppure di interazione sociale, di fare attività fisica, curare la salute o godere del prestigio che può derivare dal visitare una determinata destinazione. Dall'altra ci sono, invece, i *Pull Factors*, ossia quelli più legati alla percezione che un viaggiatore ha di una destinazione in termini di eventi ed attività che si possono fare. Ma anche di sicurezza e accessibilità. Da tutto ciò discendono tantissime motivazioni di viaggio che richiedono la capacità di offrire una vacanza su misura. Perché più l'esperienza turistica che offriamo è *tailor made* più aumenta la competitività della destinazione toscana. E questo è anche l'unico modo per non perdere appeal e consolidare il nostro posizionamento nello scenario turistico mondiale che oggi ci vede essere l'undicesima regione europea in termini di arrivi turistici".

Come pensa l'Agenzia regionale da lei diretta di lavorare in prospettiva futura per rendere sempre più appetibile il 'brand' Toscana?

"Per osservare, assaporare, incontrare



Promuovere il brand "Costa di Toscana", per uno sviluppo del turismo nell'area costiera attraverso la definizione di itinerari tematici e integrati

**“PER ESSERE
COMPETITIVI BISOGNA
RACCONTARE
UNA TOSCANA
INNOVATIVA”**

la Toscana non esiste un solo modo. Dobbiamo essere capaci di farlo da prospettive sempre diverse, con la capacità di cogliere ogni dettaglio. Dal profilo del campanile di Giotto a quello della chiesa di San Nicola a Capraia, luogo bellissimo e poco conosciuto, ma che invece avrebbe tantissime storie da raccontare. La forza della Toscana è la forza di chi riesce a regalare un'emozione, a raccontare storie che sfuggono dallo stereotipo e da quello che è il comune immaginario collettivo; storie che parlano di luoghi poco conosciuti, ma di grandissimo fascino; storie autentiche. E questa non è solo una sfida per la nostra agenzia, ma per la Toscana intera. Come ha sottolineato Francesca Basanieri nel suo intervento a Prato, è fondamentale che ognuno faccia la sua parte e che venga scritto un nuovo patto tra Comuni e la Regione; tra i Comuni e propri cittadini. Un patto che deve essere solido così da riuscire a potenziare l'offerta turistica regionale, migliorarne la qualità, sfruttare a pieno le potenzialità uniche di un Brand come la Toscana la cui forza, però, poggia sulla bellezza diffusa di un territorio che bisogna saper anche raccontare, valorizzare. Per rispondere alla domanda di un

turismo globale sempre più alla ricerca di esperienze autentiche. Quelle esperienze, e realtà, di cui la nostra regione è ricchissima".

Le strategie per crescere ed essere sempre più appetibili sono contenute nel documento strategico operativo di promozione "Destinazione Toscana 2020". Ce lo può descrivere nelle sue linee principali?

"In estrema sintesi 'Destinazione Toscana 2020' è il documento strategico operativo di promozione di riferimento, da cui discendono le sei leve strategiche con cui far crescere, in modo sostenibile e consapevole, il turismo regionale. Dal rinnovato impianto normativo del settore, alla conoscenza delle nuove motivazioni di viaggio con cui l'offerta turistica deve dialogare, non per dare semplicemente delle risposte, ma per riuscire anche a prevedere e giocare d'anticipo; dal valore della capacità di accoglienza come segno distintivo – è statisticamente il primo elemento qualitativo per un'esperienza turistica positiva – alla necessità di rafforzare le identità dei singoli territori. Necessità che passa anche da nuove forme di narrazione, arricchite di elementi emozionali e autentici, e dalla forza attrattiva di una *smart destination* sviluppata su tutti i canali online".

Per il 2018 sono in programma settantasei iniziative promozionali per un investimento totale di 8.5 milioni di euro. Di cosa si tratta in soldoni?

"Tra gli eventi più importanti che realizzeremo nel 2018 nelle varie linee di

intervento che compongono il nostro Piano Operativo abbiamo: *DUCO*, il workshop del segmento lusso che si terrà a Firenze dal 12 al 13 marzo 2018; *l'Adventure Travel World Summit* in programma a Montecatini dal 15 al 18 ottobre e che porterà in Toscana 750 dei principali operatori internazionali di settore. Per arrivare allo *Shopping Tourism Forum* di novembre e, poi, gli eventi culturali per il Turismo e i progetti integrati per il territorio che mettano insieme più tipologie di offerta così da creare un mix vincente. Il tutto per dare una risposta completa e rendere concrete le potenzialità di un territorio che, per vocazione e capacità di adattamento ai nuovi mercati, è in grado di rispondere in modo sempre efficace alla domanda del mercato turistico: dal patrimonio culturale ai Borghi; dai cammini, che grazie al lavoro fatto sulla Via Francigena hanno avviato trend importanti anche per altri percorsi, al turismo in bici. Segmento, quest'ultimo, in cui la Toscana ha un appeal sempre più forte, per arrivare all'enogastronomia con il prossimo anno che sarà l'Anno del cibo italiano nel mondo".

Lei ha detto che "per essere competitivi dobbiamo raccontare una Toscana innovativa". Come ci si può riuscire?

"Attraverso un grande lavoro corale, che veda camminare fianco a fianco tutti gli attori che, a vario titolo, lavorano nel mondo del turismo (Comuni, Regione, operatori, associazioni di categoria ecc.). Solo mettendo da parte i campanilismi e le divisioni sarà, infatti, possibile creare una narrazione e un'offerta sempre più orientata a quella dimensione emozionale ed esperienziale che richiede il turista del XXI secolo. E la genesi del Libro Verde ci dice che questo cammino è già iniziato e che la Toscana è pronta a rispondere alla crescente attenzione che il turismo rivolge a natura e ambiente, con un trend in ascesa di domanda che sceglie di trascorrere le vacanze nell'anima verde della Toscana e dell'Italia; al maggior stile esplorativo dei clienti che si concretizza in ricerca di 'esperienze' ed è mosso da una maggior motivazione culturale, dove con 'cultura' di intende anche la scoperta di un'identità, tradizioni locali, riti e storia di piccole realtà rurali".

NUOVA RANGE ROVER VELAR

IL FUTURO COME NESSUNO LO AVEVA MAI DISEGNATO.



ABOVE & BEYOND



Nuova Range Rover Velar è nata per essere all'avanguardia, grazie ad un design futuristico che unisce eleganza e semplicità, dalle maniglie delle portiere a filo allo spoiler posteriore integrato. Una Range Rover dalla tecnologia rivoluzionaria: dotata del nuovo sistema di Infotainment InControl Touch Pro Duo, che integra due touch screen da 10" ad alta definizione. Perfetti per offrire il massimo piacere in viaggio per il conducente e per i passeggeri. In più, i fari Matrix-laser Led e la trazione integrale AWD con Torque-on-demand garantiscono una guida sicura e raffinata in qualsiasi condizione.

PERAGNOLI AUTO

Via Cassia Nord 112/A, Monteriggioni (SI)

0577 318303

concierge.peragnoli@landroverdealers.it

peragnoliauto.landrover.it





**LA LEGGENDA,
DALLA G ALLA S.**

NUOVA BMW R nineT Urban G/S

Concessionaria BMW Motorrad Motofabbris

Via Pakistan, 21/23 Grosseto - Tel. 0564 458085

Via Chiarugi, 4 - Siena - Tel. 0577 280251

Via G. Ferraris, 19 - Arezzo - Tel. 0575 1694665

www.motofabbris.bmw.it



BMW Motorrad

LEFIM | GRUPPO BASSO:

RINNOVATA E CONSOLIDATA LA PRESENZA DEL GRUPPO INDUSTRIALE TREVIGIANO SUL TERRITORIO TOSCANO

DA 88 ANNI, GRUPPO BASSO GUARDA AL FUTURO DEL REAL ESTATE.

Il Gruppo si propone al cliente come unico interlocutore, affiancandolo nell'individuazione della migliore soluzione alle sue esigenze. Scegliendo loro, l'imprenditore rimane concentrato sul suo core business in quanto ogni fase del nuovo progetto viene gestita dal Gruppo: dal dialogo con la P.a. all'advisory architettonica ed ingegneristica; il cliente troverà adeguato supporto finanziario, amministrativo e legale e verrà accompagnato sino alla definizione dei piani di manutenzione ordinaria e straordinaria post vendita. Potrà scegliere di avere gli stessi interlocutori anche nella gestione condominiale di spazi comuni,

piuttosto che nella commercializzazione dei suoi altri fabbricati.

MAI IMMOBILI. NON È UNO SLOGAN. Il Gruppo apre il nuovo anno con un'ulteriore iniziativa sul fiorentino: il **Business Park di via Lucchese a Sesto Fiorentino**. Un nuovo progetto ambizioso: 7.000 mq per le medie strutture di vendita, 10.000 mq destinate alle attività produttive e 16.000 mq tra il terziario e l'hospitality. Sarà un concept attento all'ambiente, all'innovazione ed al territorio.

Continua la commercializzazione delle altre due iniziative in zona.

Il **Centro polifunzionale di Firenze**, fronte via Curzio Malaparte, tra via Pistoiese SS66 e via Pratese SP5. Il fabbrica-



to, attualmente al grezzo avanzato, verrà ultimato a breve: 1.800 mq per il terziario – sul fronte strada - e 2.500 mq per il comparto produttivo, con autorimessa al piano interrato e piazzali di esclusiva pertinenza.

Il **Polo industriale – logistico di Sesto Fiorentino**, in via Perfetti Ricasoli. Un'area concessionata di 55.000 mq in cui saranno edificati 25.000 mq coperti, considerando le specifiche architettoniche e tecniche del singolo cliente, consegnati quindi con la formula "chiavi in mano".

DAL 1930. IMPRESE PER LE IMPRESE. Seguendo un disegno di crescita organica e patrimoniale, si è giunti alla struttura attuale. Gruppo Basso Spa, è la capogruppo, i cui asset, dislocati in tutto il Centro e Nord Italia, vengono sviluppati e commercializzati direttamente da Lefim, per la vendita o la locazione, siano essi: piattaforme logistiche, poli industriali, direzionali, commerciali o le aree edificabili. Costruzioni Generali Basso Cav. Angelo Spa – opera nel mercato in qualità di impresa generale di costruzioni, general contractor e produttore industriale di manufatti in cap e cav, attestato e certificato. Quindi Sogeicom – asset, property & facility manager – che gestisce il patrimonio immobiliare del Gruppo e dei numerosi clienti. Non da ultima, Basso Hotels & Resorts, che opera nell'ambito dell'ospitalità a 360°, nei segmenti business e leisure.

LEFIM | Gruppo Basso
Via Valentini 30/2 PRATO
Tel. +39 0574 574495
info@lefim.it





Il "NUOVO" TURISMO ha **BISOGNO** di **REGOLE**

■ di **MATTIA CIALINI**, direttore "Arezzone notizie"

PER IL TURISMO IL 2017 È STATO UN ANNO POSITIVO. LE PROSPETTIVE SONO BUONE, MA C'È MOLTO LAVORO DA FARE, PER PROMUOVERE, E, INSIEME, TUTELARE

Igiganti del turismo legato alle prenotazioni online sono tre, nell'ordine: Airbnb, Booking ed Expedia. Aziende dai fatturati mostruosi, emerse d'un tratto – e prepotentemente – nel nuovo millennio. La regina, Airbnb, è un portale che mette in contatto persone che cercano un alloggio per brevi periodi con altre – di solito privati – che dispongono di uno spazio extra da affittare. Il sito – una delle piattaforme portabandiera della *sharing economy*, come BlaBlaCar – ha poco più di 10 anni, è stato aperto nell'ottobre del 2007 da Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk. In breve, il boom: nell'arco del solo 2015, secondo uno studio condotto da Airbnb insieme a Sociometrica, la società ha generato in Italia un volume di affari pari a 3,4 miliardi di euro, tra viaggi, affitti brevi e spese nelle attività commerciali locali. Gli host censiti tra il gennaio 2015 e il gennaio 2016 (in rapido aumento) erano 83mila, ognuno, in dodici mesi, ha ricavato mediamente 2.300 euro dall'affitto di una sistemazione. Alloggi che sono tra i più vari: gli annunci includono stanze private, interi appartamenti, castelli, ville ma anche barche, baite e addirittura – nei quattro angoli del pianeta – case sugli alberi, igloo e isole private. L'esplosione del fenomeno Airbnb si avverte in maniera distinta anche in Toscana, con le

sue luci e le sue ombre.

Un accurato dossier pubblicato lo scorso agosto dal "Corriere Fiorentino" su statistiche fornite da Airdna testimonia incrementi annui degli affitti di case per brevi periodi tramite web compresi tra i 10 e i 15 punti percentuali nelle maggiori città della regione. In meno di due anni gli host della città di Pisa sono addirittura raddoppiati: in 22 mesi, da agosto 2015 a maggio 2017, Airbnb è passata dal proporre 489 alloggi a 955.

Il boom di Airbnb è però diffuso in tutto il territorio regionale. A Firenze la proposta è già quasi a cinque cifre (circa 10mila alloggi), e a Siena in un anno è cresciuta del 16 per cento, passando da 940 alloggi a 1.088. Stesso ritmo ad Arezzo, con un salto annuale da 494 a 575. Ma non sono soltanto le città d'arte a gonfiare le vele del fenomeno, piccoli centri legati al turismo – secondo il report del "Corriere Fiorentino" – hanno avuto analoghi boom. A San Gimignano, incantevole borgo nel Senese, nei soliti 22 mesi, si è passati da 297 a 561 offerte di affitti. Sulla costa versiliana, a Forte dei Marmi, nonostante i canali tradizionali di prenotazione siano forti, il balzo è stato da 170 a 320.

Un'economia nuova che sta mettendo in luce un fenomeno preoccupante: il progressivo svuotamento dei centri storici. Sempre meno

residenti, più difficoltà nel trovare alloggio da parte degli studenti nelle città universitarie e un numero crescente di viaggiatori mordi e fuggi. Spiega il giornalista Marzio Fatucchi sul "caso Pisa": "Una vera e propria 'invasione' nella città universitaria per eccellenza, che adesso, con queste dinamiche, rischia l'effetto 'svuotamento' modello centro di Firenze, che sta perdendo ogni anno, in media, un migliaio di residenti. Un fenomeno difficilissimo da contrastare, dato che i vantaggi economici che porta l'uso di Airbnb per affittare a turisti sono largamente superiori a quelli sia dell'affitto a residenti che a studenti".

E d'altronde, grazie alle prenotazioni online, i ricavi per uno stesso alloggio possono addirittura triplicare rispetto ad un affitto lungo. Federalberghi Toscana, nel settembre 2016, ha fornito i dati sulle presenze turistiche ufficiali in Toscana nel corso di quell'anno: 45 milioni. Ma ci sarebbero almeno 40 milioni di notti, secondo le stime dell'associazione degli albergatori, che sono sfuggite alla conta.

E i conti in tasca ad Airbnb, più recentemente, li ha fatti "Il Tirreno".

Solo nello scorso mese di settembre la multinazionale "ha generato un giro di affari di 23 milioni di euro nelle principali località turistiche toscane". Molti ricavi, poche tasse:

“Su Airbnb – argomenta Alessandro Bientinesi – si è detto tutto e il contrario di tutto in questi anni. A partire dalla sede europea a Dublino: scelta che permette ad Airbnb Italy Srl, a fronte di ricavi milionari, di versare al Fisco italiano meno di cinquantamila euro di imposte sugli utili all'anno (dati 2015)”.

L'Italia sta provando a controllare il fenomeno. In estate è scattata la manovra del governo Gentiloni per imporre ad Airbnb, Booking e tutti gli altri intermediari immobiliari di riscuotere la cedolare secca del 21 per cento sui guadagni dagli affitti brevi. L'obiettivo, ovviamente, è quello di far venire alla luce tutte le transazioni sommerse che sono per lo più turistiche. Ne è nata una battaglia legale, tuttora in corso.

Airbnb ha fatto ricorso sulla legittimità della cedolare secca e ad ottobre il tribunale amministrativo regionale (Tar) del Lazio ha respinto la richiesta di sospensione della tassa. Ma i legali della multinazionale non si sono scoraggiati e sono ricorsi al Consiglio di Stato. Lo scorso dicembre il ricorso è stato accolto ed è stato imposto al Tar di rivedere le ragioni sulla sospensiva.

E un tentativo di arginare l'avanzata del colosso in Toscana è stato fatto nel 2016 da Federalberghi e sindacati: l'associazione di categoria toscana ha presentato infatti un avviso comune sottoscritto con Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uiltucs-Uil contro l'abusivismo e la “concorrenza sleale”. “A Venezia – ha tuonato Paolo Corchia, presidente di

“SOLO IL FUTURO POTRÀ DIRE SE LA SHARING ECONOMY FA BENE AL TURISMO”

Federalberghi Toscana – il cattivo turismo scaccia il turismo buono, e su questo un ragionamento credo che vada fatto con attenzione: interi palazzi si svuotano, cambia l'aspetto della città, c'è uno stravolgimento generale di quello che è il giusto rapporto con il turista”.

Secondo l'Osservatorio Confindustria Alberghi, i primi undici mesi del 2017 registrano un tasso di occupazione al 70,3 per cento in aumento sullo stesso periodo dell'anno precedente del 3,1 per cento. Milano, Firenze, Bologna e Venezia registrano risultati migliori rispetto al 2016, mentre Napoli e Torino sono fermi sui livelli dello scorso anno. Roma evidenzia un rallentamento con un -1,8 per cento rispetto allo stesso periodo del 2016. Aumentano gli stranieri, segnali di ripresa anche dal turismo interno. Bene le città d'arte, ma con risultati diversi. Crescono le presenze in hotel ma aumenta la quota di mercato che scompare nell'ospitalità alternativa.

Significativo per l'anno appena chiuso è il risultato del turismo internazionale. Cresce nel mondo la voglia di Italia con risultati lusinghieri per il nostro Paese. Se il turismo domestico accelera il recupero dopo gli anni bui della crisi con un +5,1 per cento, Eurostat conferma i turisti stranieri in crescita con +5,8 per cento negli alberghi Italiani. Elementi che sembrano confermati anche sul fronte delle spese con il +7 per cento registrato da Banca d'Italia già nei primi nove mesi dell'anno ed il +8 per cento dichiarato da Global blu per quanto riguarda gli acquisti tax free.

Una tendenza che dovrebbe confermarsi anche nei mesi a venire secondo quanto emerge dai dati Tripadvisor che hanno registrato nel



2017 una significativa crescita delle ricerche internazionali verso l'Italia +11 per cento. In testa gli inglesi con uno share del 15,9 per cento sul totale delle ricerche, seguiti da americani 15,3 per cento e tedeschi 11 per cento. In forte crescita le ricerche sull'Italia da Olanda +42 per cento, Francia +28 per cento e Belgio +22 per cento.

A questo quadro sfugge la *sharing economy* che pure ha caratterizzato il 2017. Gli unici dati sono quelli delle rilevazioni di AirDnA che evidenziano un fenomeno di dimensioni importanti ed in ulteriore crescita, con oltre 318.000 appartamenti offerti sulla sola piattaforma Airbnb (+22 per cento rispetto all'anno precedente), un tasso di occupazione del 41 per cento (+17 per cento rispetto al 2016) ed una tariffa media di 130 euro (+15 per cento).

“Un anno nel complesso positivo – dichiara Giorgio Palmucci presidente di Confindustria Alberghi – ma la ripresa va consolidata il prossimo anno, anche con una maggiore distribuzione dei flussi sul tutto il territorio nazionale. Le prospettive dei mercati internazionali sono certamente buone, ma dobbiamo ancora lavorare per rispondere alle esigenze di una domanda sempre più articolata ed attenta. C'è ancora da fare, il tax credit che supporta le aziende impegnate nella ristrutturazione e riqualificazione, ha visto aumentare la platea dei beneficiari, ma non le risorse che pure erano già insufficienti. Su questo sarà certamente necessario intervenire, così come sul tema della *sharing economy*, un vero e proprio mercato parallelo che si sviluppa in assenza di regole e di controlli. Un'incognita che preoccupa gli operatori del settore”.



INDUSTRIA 4.0:

OPPORTUNITÀ E SCENARI PER LE IMPRESE ITALIANE

NEXMAN spiega come automazione, monitoraggio e aumento della produzione possano migliorare la produzione industriale

La quarta rivoluzione industriale o **Industry 4.0** è caratterizzata dall'introduzione nel sistema produttivo di oggetti intelligenti: dalle macchine di precisione ai dispositivi che le controllano fino ai sistemi di deposito e controllo dei dati. Il tutto reso smart dalla capacità di questo network nello scambiarsi dati, informazioni e messaggi in modo autonomo, attivandosi e controllandosi a vicenda in modo indipendente.

NEXMAN, società del gruppo Gamma Informatica, si inserisce in questo processo aiutando le aziende a ottimizzare il processo produttivo **semplificando l'interazione uomo macchina**, automatizzando quanto già esistente nella vostra azienda e rendendo disponibili dati ed informazioni di produzione su mobile-phone, tablet e PC. **Nexman offre soluzioni chiavi in mano**: ci occupiamo noi di parlare con il vostro fornitore dei macchinari PLC o CNC o con la software house che vi fornisce l'ERP o il sw per la pianificazione della produzione.

Siamo in grado di interfacciare qualunque macchinario e fornire i dati di sin-



tesi su mobile, tablet o PC, attraverso l'integrazione di terze parti e utilizzando la PowerBI di Microsoft.

Alla base della nostra proposta c'è un sistema industriale plug&play di acquisizione dati e controllo costruito con la logica dell'Internet of Things, già predisposto per colloquiare con la maggior parte dei macchinari presenti sul mercato (Torni automatizzati, presse, piegatrici, centri di lavoro a più assi, etc.) ed un Software CLOUD per la visualizzazione di dati e report e per i messaggi di alert automatici. Il Sistema permette di monitorare ogni fase della produzione, rilevare in tempo reale la causa di eventuali interruzioni, prevenire manutenzioni straordinarie, etc.

Le nostre soluzioni sono compatibili con il piano previsto dal Ministero dello sviluppo economico per l'Industria 4.0 permettendo al cliente di beneficiare degli sgravi fiscali previsti.

Nexman – Next Manufacturing ha l'obiettivo di semplificare la comunicazione Uomo-Macchina per ottimizzare i processi produttivi, aiutando le Aziende a diventare più competitive sfruttando le più recenti tecnologie.

Il risultato è un'azienda sempre sotto controllo, ovunque voi siate, capace di migliorare autonomamente la comunicazione interna, risparmiare tempo e ottimizzare la produzione: vantaggi strategici oramai fondamentali per competere al meglio sul mercato globale.

NEXMAN Srl

Via della Canapiglia 15/2b
56019 Vecchiano (PI)
info@nexman.it
www.nexman.it



COMAS SRL

UN GRUPPO STORICO CHE PUNTA SULL'INNOVAZIONE

Da quasi 40 anni, Comas Srl è sinonimo di garanzia e sicurezza nella progettazione e produzione di macchinari specializzati per il riempimento di liquidi e la chiusura di contenitori, sterili e non, per i settori farmaceutico, cosmetico e diagnostico.

In quasi 40 anni di attività, più di 1.200 macchinari installati in tutto il mondo e un business plan già programmato fino al 2020, con l'obiettivo di crescere sempre di più, non solo nel fatturato, ma anche nell'organizzazione aziendale, ricerca e sviluppo e nella logistica.

Questo è lo stato dell'arte e la visione di Comas, azienda con sede a Poggibonsi (SI). Incontriamo Franco Cappelli titolare dell'azienda.

Sig. Cappelli ci parli dei nuovi macchinari

Quest'anno abbiamo presentato tre nuove macchine. La prima per strip monodose in plastica, sulla quale abbiamo due brevetti internazionali: per la particolare movimentazione del prodotto e per la tipologia di chiusura dei contenitori, che avviene tramite irradiazione di calore, che determina un reale processo asettico del contenitore. La seconda è la COMBO Machine, che consente di produrre in modalità asettica fino a tre prodotti diversi all in one, ovvero il collirio, lo spray nasale e lo spray per gola con canula.

La terza macchina è una linea di riempimento integrata e completamente asettica studiata per le carpoules delle anestesie dentali: a partire dal lavaggio per arrivare al tunnel di essiccazione, dalla sterilizzazione al riempimento, ad una velocità di 15.000 pezzi all'ora.



Qual è stato il macchinario più richiesto nel 2017?

In termini assoluti la Combo Machine, in termini percentuali la macchina a moto continuo per le provette per le analisi del sangue, per la quale siamo tra i pochi costruttori al mondo. La macchina è in grado di produrre svariate tipologie di fialette, con un output di 12.000 pezzi all'ora.

Com'è andato l'anno appena concluso nella nuova sede?

Abbiamo raggiunto e superato i risultati sperati e, ad un anno dall'insediamento nel nuovo sito produttivo, abbiamo chiuso il 2017 con un +35% di ordinato e un +20% di fatturato rispetto al 2016. Questo ci ha consentito di poter assumere sei persone nuove e di dedicare una risorsa esclusivamente al reparto customer care, potenziando il servizio di assistenza ai clienti.

Programmi per il prossimo futuro?

A giugno parteciperemo alla fiera Achema a Francoforte, la più importante a livello globale per il settore e a novembre saremo per la prima volta in India a Mumbai al CPHI. Ovviamente in queste occasioni saranno presenti tutti gli agenti che abbiamo nei paesi del mondo: dall'America all'Africa, passando dai paesi arabi e del sud-est asiatico, per arrivare ai paesi dell'Ex Unione Sovietica e naturalmente quelli europei.

Comas Srl

Stabilimento Produttivo:

Via Toscana, 22

Poggibonsi (SI)

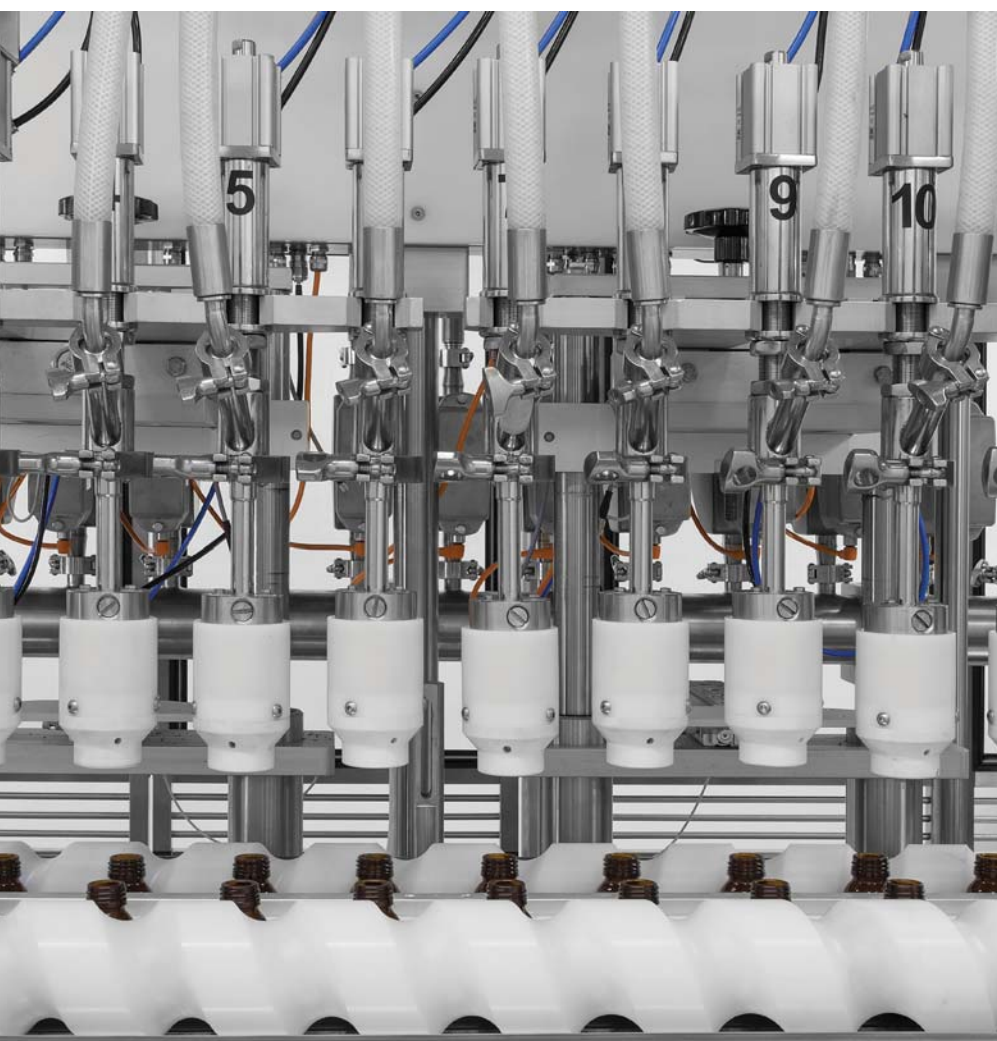
Tel. +39 0577.980248

Sede Legale:

Via Cigliano, 10

San Casciano Val di Pesa (FI)

www.comas-machines.com





TOSCANA che vai, STRADA che **TROVI**

di **PAOLO VANNINI**, giornalista freelance

IL NODO DELLE INFRASTRUTTURE È FONDAMENTALE, NON SOLO PER L'INDUSTRIA DEL TURISMO. DALLA STRADA ALLA FERROVIA, DALL'AEREO ALLA BICICLETTA, QUELLO CHE FUNZIONA E QUELLO CHE ANCORA C'È DA FARE

Iuristi raggiungono la Toscana in stragrande maggioranza – il 72 per cento – con il trasporto su strada (67 per cento, con mezzo proprio, il 4 per cento con mezzi pubblici e l'1 per cento con mezzi a noleggio) mentre una percentuale consistente, il 20 per cento, utilizza il trasporto aereo. Residuali le altre soluzioni: il 6 per cento arriva nella nostra regione con il treno e il 2 per cento con il trasporto marittimo. Le percentuali cambiano sensibilmente, com'è ovvio, a seconda che si considerino i movimenti degli stranieri o degli italiani.

I dati, forniti da Irpet (Istituto Regionale Programmazione Economica della Toscana) sono un'elaborazione complessa di due indagini Istat e Banca d'Italia. "Le infrastrutture aeroportuali sono sicuramente sempre più importanti, ovviamente soprattutto per la componente straniera, in particolare extra europea, benché anche dall'Europa giungano moltissimi turisti in aereo, che poi utilizzano le auto a noleggio per spostarsi nella nostra regione", è il commento ai dati di **Enrico Conti, responsabile studi e ricerche Irpet**. "Dalla nostra indagine risulta piuttosto bassa la percentuale di coloro che scelgono il treno: un po' di più viene utilizzato dagli escursionisti ma non in

modo così significativo". E sugli spostamenti dei turisti all'interno del territorio toscano? "Un'altra specifica indagine attualmente in corso ce lo potrà dire – conclude Conti –. Fra qualche mese contiamo di avere i risultati". In attesa di capire i movimenti interni alla nostra regione, sono molto facilmente leggibili quelli relativi a come i turisti arrivano da noi. "Il treno? Una tragedia – è la sintesi inequivocabile di **Paola Marucci, imprenditrice alberghiera di Pietrasanta e componente del Consiglio generale di Confindustria Toscana Nord** –. A parte Firenze e Prato, che beneficiano dell'Alta velocità, i collegamenti ferroviari in Toscana sono con i treni regionali – continua l'esponente di Confindustria –. La nostra clientela che arriva dal nord praticamente non ne ha. Da Milano, alla fine, si fa prima a raggiungere la Versilia in auto. L'unico collegamento abbastanza buono è quello Viareggio-Roma: il rovescio della medaglia è che avendo poche tappe intermedie, taglia fuori quasi tutto il territorio grossetano". Il sud della Toscana, infatti, è messo decisamente peggio sia come collegamenti viari, a parte Arezzo con l'Autostrada del Sole, sia ferroviari, sia aeroportuali. La situazione aeroportuale toscana è considerata complessivamente

piuttosto buona dagli operatori turistici: il problema, una volta arrivati a Pisa o Firenze, è raggiungere le altre località toscane.

Sul turismo aeroportuale il giudizio positivo è rafforzato da **Sabrina Gilardi, della Ranieri Tour Operator di Montecatini Terme, capogruppo del Turismo di Confindustria Toscana Nord**: "Gli scali di Pisa e Firenze sono cresciuti negli anni, soprattutto con le tratte low cost che portano molto movimento all'interno dell'Europa. Il problema – è il parere anche di Gilardi – sono i collegamenti interni: poche corse con gli autobus di linea mentre il treno è un problema".

Un problema che sta molto a cuore alla responsabile del Turismo di Confindustria Toscana nord è quello dei pulman turistici: "In Toscana quelli che accedono alle città d'arte devono pagare cifre molto alte che si ripercuotono sul pacchetto complessivo e diventano poco competitivi rispetto ad altre regioni". Un tour di 5-6 giorni, che comprenda l'accesso a diverse città d'arte, finisce per pagare anche un migliaio di euro solo di ingressi. Alcune cifre per capire meglio? "I ticket d'ingresso sono aumentati continuamente dalle amministrazioni comunali, e variano anche in base alla stagione e al tipo di autobus – spiega Gilardi

–. Per entrare a Firenze in alta stagione per i bus più recenti, quindi meno inquinanti (gli Euro 6), ci vogliono 300 euro (con gli euro 3 si arriva fino a 600 euro), 130 a Siena e Lucca, 200 a Pisa, fino agli 80 di San Gimignano, i 70 di Carrara e i 60 di Volterra, mentre da altre parti, come a Pistoia e Arezzo, non è previsto alcun costo. Il tutto – conclude Gilardi – senza veri servizi a supporto".

Fin qui i dati e le valutazioni degli operatori turistici. E la Regione Toscana? Come pensa di rendere più fruibili i collegamenti? Partiamo dagli aeroporti. "La Regione Toscana ha costruito le premesse per un sistema aeroportuale toscano – spiega l'assessore alle Infrastrutture e alla Mobilità, Vincenzo Ceccarelli –. Ora il Governo insieme alla Società sta lavorando al potenziamento degli aeroporti principali della Toscana. Come noto è in iter il progetto della nuova pista dell'aeroporto di Firenze, che ci auguriamo venga realizzata prima possibile. Anche per lo scalo di Pisa è previsto un importante piano di investimenti. Per entrambi gli aeroporti l'attività è in costante crescita". E le infrastrutture stradali? "Investiamo ogni anno più di 10 milioni per la manutenzione ordinaria e nell'ultimo decennio abbiamo dedicato più di 100 milioni al cofinanziamento di interventi sulla sicurezza stradale che hanno attivato complessivamente investimenti per oltre 300 milioni – sottolinea ancora Ceccarelli –. Sul fronte delle autostrade sono stati sbloccati recentemente i progetti

“I TICKET DI INGRESSO NELLE CITTÀ D'ARTE RENDONO LA META TOSCANA MENO COMPETITIVA,”



della terza corsia dell'A11 e dell'A1 a sud di Firenze, mentre per quanto riguarda il Corridoio Tirrenico è in corso la conferenza dei servizi alla quale approderà la rimodulazione del progetto secondo il *project review* richiesto dal Ministero e già oggetto di comunicazione al CIPE. Ricordo infine il recente accordo con il Governo con cui sono stati destinati più di 170 milioni per vari progetti sulla viabilità stradale".

C'è poi la nota dolente del treno: un utilizzo molto basso e un'offerta generale decisamente poco appetibile. "Il lavoro che stiamo portando avanti ha come obiettivo proprio quello di spostare la mobilità, anche turistica, dal mezzo privato a quello pubblico, puntando in particolare sul ferro – argomenta ancora l'Assessore regionale –. A questo puntiamo con gli investimenti fatti e programmati sia sulle infrastrutture ferroviarie che sui treni, oltre che l'impegno a potenziare le linee più frequentate". Un po' di cifre? "I 35 milioni stanziati per il primo stralcio dei lavori del raddoppio

“AUTOBUS, TRENI, BICICLETTE: AL VIAGGIATORE MODERNO PIACE IL TURISMO SOSTENIBILE,”

Pistoia-Montecatini, che si aggiungono ai 215 di risorse statali (previsti dal Decreto 'Sblocca Italia') e ai 200 previsti nella Finanziaria regionale 2015 che, sommati, consentono il raddoppio da Pistoia a Lucca. Quest'opera permetterà collegamenti più frequenti, oltre che più sicuri su una linea che porta al mare. Inoltre attendiamo che partano i lavori per il sottoattraversamento ferroviario di Firenze che libereranno binari di superficie consentendo di incrementare significativamente il servizio soprattutto nelle linee metropolitane. A questo proposito negli anni scorsi sono stati acquistati anche sessantatré nuovi treni e sei arriveranno nel 2018, tutti attrezzati per il trasporto delle biciclette".

Dalle biciclette al tema della mobilità sostenibile il passo è breve. Che peso possono avere le azioni promosse dalla Regione per agevolare l'arrivo in Toscana di turisti e facilitare i loro spostamenti interni? "Le azioni sono pensate soprattutto per lo sviluppo di quello che si definisce come turismo lento e che vede oggi numeri in crescita. La Toscana è una terra famosa per la sua storia e per il paesaggio, la possibilità di goderne utilizzando le due ruote o addirittura scoprendola a piedi è una scelta sempre più diffusa – è la premessa di Ceccarelli –. Quello che vogliamo arrivare ad offrire è un trasporto pubblico che permetta di spostarsi in treno e in bus verso le località prescelte e da lì continuare a piedi o in bicicletta attraverso percorsi sicuri e comodi".

INCENTIVI alle IMPRESE, una MAPPA per il 2018

■ di NADIA FRULLI, giornalista "ArezzoneNotizie.it"

IL PANORAMA DEI BANDI E DEI FINANZIAMENTI A DISPOSIZIONE DELLE IMPRESE PUÒ OFFRIRE OCCASIONI IMPORTANTI, MA NON SEMPRE PER LE IMPRESE È POSSIBILE ESSERE AGGIORNATE. UNA SINTESI DELLE PROPOSTE PIÙ INTERESSANTI

Dalla sicurezza alla digitalizzazione, passando dai super e iper-ammortamenti ancora possibili fino ad arrivare ad un interessante accordo che riguarda il settore del turismo. Il panorama dei bandi e dei finanziamenti per le imprese è ricco di opportunità e agevolazioni. Ma per le aziende non è sempre facile districarsi in quella che è ormai una vera e propria giungla normativa e il rischio è quello di farsi sfuggire qualche occasione importante.

Dal 2016, infatti, ovvero da quando è stato approvato il Piano Nazionale Industria 4.0 le opportunità che si sono presentate sono state numerose. Naturalmente, tutte le Associazioni confindustriali sono sempre a disposizione degli Associati, per aggiornamenti in tempo reale. Ecco, intanto, una "mappa" per non perdersi proroghe e novità in arrivo nei diversi settori.

Tra le principali azioni delle quali le aziende possono ancora beneficiare, grazie ad una proroga sancita con l'approvazione della Legge di Bilancio 2018, ci sono l'iper e il super-ammortamento, studiati per supportare quelle imprese che decidono di investire in beni strumentali nuovi, in beni materiali e immateriali (software e sistemi IT) funzionali alla trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi. I vantaggi sono chiari: con l'iper-ammortamento è prevista una supervalutazione del 250 per cento degli investimenti in beni materiali nuovi, dispositivi e tecnologie abilitanti la trasformazione in chiave 4.0 acquistati o in leasing; con il super-ammortamento invece si ha una supervalutazione del 130 per cento degli investimenti (il 10 per cento in meno rispetto al bando iniziale) in beni strumentali nuovi acquistati o in leasing. C'è tempo fino alla fine di questo 2018 per inoltrare le

richieste.

Nel 2018 sono previsti ancora fondi per la cosiddetta "Nuova Sabatini", ovvero la misura Beni strumentali promossa dal Ministero dello sviluppo economico con l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito delle imprese e accrescere la competitività del sistema sostenendo gli investimenti per acquistare o acquisire in leasing macchinari, attrezzature, impianti, beni strumentali ad uso produttivo e hardware, nonché software e tecnologie digitali. Le agevolazioni saranno in vigore fino al 31 dicembre 2018 e vengono riconosciute alle Pmi tramite un contributo che andrà a coprire gli interessi sui finanziamenti bancari per gli investimenti per i beni strumentali.

Le imprese che inoltrano la domanda e hanno i requisiti possono anche richiedere che il finanziamento sia coperto dalla garanzia dello Stato, attraverso il Fondo di garanzia Pmi, fino all'80 per

cento del finanziamento totale.

Opportunità sul fronte sicurezza con il bando Isi 2017 con il quale Inail mette a disposizione delle aziende 249 milioni a fondo perduto, ripartiti su base regionale. Una delle novità di quest'anno è rappresentata dall'introduzione di un nuovo asse di finanziamento, il quinto, dedicato alle imprese che operano in agricoltura. Con il nuovo bando Isi, inoltre, si allarga la platea dei destinatari degli incentivi. Oltre alle imprese, anche individuali, iscritte alla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura, infatti, l'asse di finanziamento dedicato alla riduzione del rischio dovuto alla movimentazione dei carichi è aperto ai progetti presentati dagli enti del terzo settore, anche non iscritti al registro delle imprese ma censiti negli albi e registri nazionali, regionali e delle Province autonome. La prima fase si concluderà alle ore 18 del 31 maggio 2018. Poi ci sono i bandi approvati ma ancora in procinto di partire: il 2018 è davvero foriero di novità. Le ultime in ordine di tempo sono quelle approvate dalla Regione Toscana sono relative ai **bandi destinati a sostenere le micro, piccole e medie imprese toscane che intendono "conoscere il proprio posizionamento rispetto alle tecnologie di Industria 4.0"**. Un inter-

“GLI INCENTIVI ALLE IMPRESE SONO STRUMENTI IMPORTANTI PER CONSOLIDARE LA RIPRESA”



vento per il quale la Regione, in questa fase iniziale, metterà a disposizione 1,5 milioni di euro e che viene realizzato in attuazione della Linea d'azione 1.1.2 "Sostegno per l'acquisto di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese" del POR FESR 2014-2020 ed in linea con la Strategia regionale di Industria 4.0". Ovvero le imprese potranno far effettuare un audit tecnologico per capire il proprio orientamento verso Industria 4.0, gli eventuali investimenti da effettuare, le azioni da attivare per migliorare la produttività, le condizioni di competitività ed il proprio modello di business.

Nell'Aretino l'anno nuovo si apre con un'opportunità per le aziende agricole dell'area LEADER: è stato infatti pubblicato il **bando del Gal Appennino Aretino** relativo all'Operazione "Miglioramento delle redditività e della

“IL CORAGGIO DI INNOVARE E RINNOVARE MERITA DI ESSERE SOSTENUTO”

competitività delle aziende agricole”: i beneficiari sono gli imprenditori agricoli professionali (IAP). La dotazione finanziaria è pari a 700mila euro di contributi del Fondo Europeo Agricolo, risorse del Programma di Sviluppo Rurale della Toscana che il GAL Appennino Aretino ha destinato al settore agricolo del suo territorio che comprende 30 dei 37 Comuni della provincia di Arezzo. Si tratta di un intervento mirato al sostegno delle imprese agricole che hanno necessità di adeguarsi alle esigenze del mercato e dei consumatori. L'importo del contributo a fondo perduto va da un minimo di 5 mila euro ad un massimo di 50 mila euro.

Sul fronte del turismo, infine, nelle scorse settimane è stato siglato un accordo tra MIBACT e Intesa Sanpaolo sul sostegno alle imprese. In seguito alla firma, per facilitare l'accesso al credito da parte delle aziende del settore, l'istituto di credito ha reso disponibile un plafond di 5 miliardi di euro in tre anni destinato prioritariamente alla predisposizione di un vero e proprio "Patto per il Turismo 4.0". L'accordo si è delineato nell'ambito del "Piano Strategico del Turismo 2017-2022" che prevede tra le tante azioni, l'avvio di una serie di accordi con il sistema creditizio in modo da accompagnare la crescita e lo sviluppo del settore.



STUDIO LEGALE Lastrucci

L'INUTILITÀ DEI (PRESUNTI) PROVVEDIMENTI ACCELERATORI ADOTTATI
E ADOTTANDI NEL PROCESSO CIVILE



Dal 1987 lo Studio Legale Lastrucci offre una consulenza completa alle imprese. Approfondiamo con l'avvocato Marcello Lastrucci, fondatore dello Studio, l'inefficacia dei provvedimenti acceleratori nei processi civili.

In questi anni il Legislatore ha effettuato scelte talvolta incomprensibili per abbreviare la durata delle cause civili - sostiene l'avvocato Lastrucci. Nel far ciò si sono adottate regole che hanno sconvolto il codice di rito e che, lontano da apportare maggior velocità allo svolgimento dei processi, si sono concretizzate in una sommarizzazione del processo civile, a scapito della bontà delle decisioni.

Quali sono stati gli interventi per abbreviare la durata delle cause civili?

Merita ricordare - fra gli interventi più recenti - l'eliminazione, a seguito della legge n. 197/2016, della presenza dell'avvocato nella discussione della maggior parte dei ricorsi civili pendenti davanti alla Suprema Corte di Cassazione. Adesso, la maggior parte delle udienze si celebrano in camera di consiglio non partecipate dai difensori delle parti, salve le controversie in cui vi sia una "particolare rilevanza della questione di diritto". È recentissimo, poi, il tentativo avanzato con la proposizione di un emendamento al Senato al ddl bilancio, per l'adozione del rito sommario in tutti i casi di competenza del Giudice monocratico del Tribunale. Questo emendamento - anche in controversie complesse - lascerebbe una scelta discrezionale al singolo Giudice di andare direttamente a

sentenza, senza la possibilità per le parti di richiedere l'ammissione di nuove prove. A seguito della ferma reazione sia dei massimi Organi dell'Avvocatura che della Magistratura il provvedimento è rientrato, ma - poiché le decisioni sulla Giustizia vengono sempre più spesso assunte tenendo presente il bilancio dello Stato e non, come dovrebbe avvenire, avendo riguardo al fine superiore di una Giustizia efficiente - non ci sarebbe da stupirsi se la questione dovesse a breve riproporsi. Andando più a ritroso nel tempo, è doveroso citare la legge n. 353/1990, che ha apportato significative modifiche al nostro codice di rito. In particolare ha introdotto un maggior numero di termini perentori entro i quali compiere una determinata attività processuale e anche maggiori limiti temporali per:

- la possibilità di proposizione di domande riconvenzionali o di chiamata di terzi in

causa (da svolgersi entro i 20 giorni antecedenti la data di prima udienza);
 - la modifica delle domande in corso di causa e la previsione, ove le parti lo richiedano (ma ciò, stanti le peculiari necessità di affinare in corso d'opera le istanze istruttorie, è divenuto pressoché la regola), di dovere redigere tre memorie dopo l'udienza di prima comparizione. In queste tre memorie è necessario rispettivamente precisare le domande, richiedere l'ammissione delle prove in via diretta e le controprove a seguito delle difese svolte dall'altra parte. Questa attività deve essere svolta entro termini brevissimi (di regola 30 giorni + 30 giorni + 20 giorni dalla data in cui si è celebrata l'udienza), magari venendo ugualmente rinviata la causa ad una data molto lontana nel tempo per il carico di lavoro del Giudice.



Appare evidente come ciò abbia solo reso più arduo lo svolgimento dell'attività professionale dell'Avvocato e anche il compito di necessaria collaborazione della parte, nel fornire in tempi molto ristretti dati, documenti e notizie necessarie per la redazione degli atti. Si assiste, quindi, ad una maggiore perentorietà dei termini, senza che – nella massima parte dei casi – si sia ottenuta una vera e propria accelerazione del processo. Il “vecchio” codice di procedura civile del 1942, il cui originario rigore è stato poi attenuato

dalla “novella” del 1950, laddove lo Stato avesse incrementato il numero dei magistrati in misura pari alla aumentata domanda di giustizia, avrebbe assolto egregiamente – a mio modesto parere, che ho iniziato il cammino in questa non facile professione sotto la vigenza di quel codice - ad una maggiore celerità dei processi, senza introdurre per le parti e per i loro difensori tutta una serie di “lacci e laccioli” nei quali è facile imbattersi, pur adoperando la massima diligenza necessaria.

Che effetti hanno avuto o avranno questi interventi?

Il risultato più evidente, fino ad oggi, come sopra ho accennato, è stato quello di rendere più arduo il cammino nel processo, pervenendo a sentenze di

1° grado molto spesso sommarie e destinate ad ingolfare ancor più le Corti di Appello, anche in virtù dell'enorme ricorso all'affidamento della causa a Giudici onorari e non togati, come il nostro processo civile avrebbe invece richiesto. Se l'emendamento cui facevo cenno all'inizio divenisse legge, l'effetto sarebbe veramente travolgente e non ci troveremmo più di fronte ad un processo “giusto” e concretamente rispettoso del diritto di difesa sancito dall'art. 24 della Costituzione. Quel che è certo è



STUDIO LEGALE
 AVVOCATO MARCELLO LASTRUCCI

Studio Legale Lastrucci
 Via G.Catani 28/C
 PRATO
 Tel. +39 0574.575420
 info@studiolastrucci.it
 www.studiolastrucci.it

“In questi anni
 il Legislatore
 ha effettuato
 scelte talvolta
 incomprensibili per
 abbreviare la durata
 delle cause civili”
 - sostiene
 l'avvocato Lastrucci.

che il Legislatore, se veramente intende risolvere l'annoso problema della lentezza dei giudizi, dovrà destinare adeguate risorse per incrementare la pianta organica dei magistrati togati (e non onorari) e del personale di cancelleria e di segreteria, ripristinando un processo civile che sia degno di un paese che vuol continuare a definirsi evoluto, ma che tale, purtroppo, per molti aspetti non è.

PIGOLOTTI & ROMOLINI Consulting

CONSULENZA ALLE IMPRESE A 360 GRADI



Lo Studio Pigolotti & Romolini Consulting è punto di riferimento per le aziende e i professionisti del territorio di Sansepolcro, Arezzo e Perugia. Dal 1985 offre una consulenza completa in materia di contabilità generale, assistenza fiscale e contributiva, societaria e contenzioso tributario.

Approfondiamo con la dott.ssa Osanna Pigolotti e la dott.ssa Tiziana Romolini, la questione relativa all'accertamento finanziario sui conti correnti bancari.

Gli intermediari finanziari sono tenuti a comunicare all'Anagrafe Tributaria, con cadenza periodica, gli estremi identificativi di ciascun cliente, nonché la tipologia di rapporto con esso intrattenuto e il contenuto dei singoli rapporti.

Come funzionano gli accertamenti finanziari sui c/c?

L'esame dei conti correnti bancari del contribuente, che può partire da una serie di dati incrociati o durante un accertamento tributario, consente il rinvenimento di movimentazioni che non trovano riscontro nella contabilità

dell'impresa o del professionista. I prelevamenti ed i versamenti non giustificati, danno luogo ad una presunzione legale relativa, in forza della quale le somme prelevate o versate si presumono compensi e ricavi non dichiarati. Tali indagini riguardano anche le operazioni extra-conto eseguite allo sportello. Secondo il Decreto c.d. "Collegato alla Finanziaria 2017" la presunzione in base alla quale i prelevamenti dal c/c bancario non giustificati costituiscono importi non dichiarati, è valida per le imprese soltanto se di importo superiore a €1.000 giornalieri e, comunque, a €5.000 mensili; non opera invece per i lavoratori autonomi, a prescindere dal relativo importo.

Quali sono le conseguenze delle indagini bancarie?

Le indagini bancarie consentono l'acquisizione di elementi idonei per la rettifica della base imponibile dichiarata dal contribuente, almeno che questo non dimostri di averne effettivamente tenuto conto o dimostri che tali operazioni non abbiano rilevanza nella determinazione della base imponibile. Trattan-

dosi di accertamenti che riguardano periodi pregressi di 3 o 4 anni, è difficile rinvenire tutta la documentazione, soprattutto quella personale, che riguarda i movimenti dei conti correnti. In questa eventualità occorre fornire la prova contraria, che consiste nella dimostrazione dell'irrelevanza di ciascuna singola operazione.

In che modo può essere fornita questa prova contraria?

Mediante affermazioni e documenti comprovati. Ad esempio attraverso dichiarazioni di terzi beneficiari di determinati assegni o la restituzione di prestiti a familiari già parzialmente avvenuti in precedenza, ma anche certificazioni di vincite al lotto e al casinò, prove della vendita di un bene e spese a titolo personale tramite mezzi elettronici di pagamento.

Pigolotti & Romolini Consulting

Via Panerai, 55
Sansepolcro (AR)
Tel. +39 0575.740733
studio@pigolottirromolini.it

STUDIO ZANOBETTI Commercialisti associati

IL CAMBIAMENTO È UN'OPPORTUNITÀ: CONSULENZA GLOBALE CON QUALITÀ E TRASPARENZA



compensare l'incertezza strategica e operativa delle imprese. Obiettivi che riusciamo a ottenere anche grazie alla nostra rete di professionisti legali, ingegneri, tecnici e consulenti del lavoro. Il nostro Studio effettua un'analisi approfondita dell'impresa e del contesto economico in cui opera, sostenendo l'imprenditore nella conquista di produttività e margini di profitto e supportandolo nelle attività di controllo e pianificazione strategica ed operativa: dal business plan, alle istruttorie di finanziamento, passando dal posizionamento competitivo e dalla misurazione del valore d'impresa.

Il contenzioso tributario è uno degli argomenti più spinosi per le aziende. Come gestirlo?

L'alto tasso di litigiosità nel contenzioso tributario deriva dalla complessità delle imposte sui redditi di impresa, dalle modalità di riscossione e dalla tipologia di controllo dell'amministrazione: ogni imprenditore ha, dunque, sempre maggiori probabilità di avviare una lite con il Fisco. Per questo un'assistenza specializzata continuativa è fondamentale. Il primo obiettivo è prevenire il contenzioso con provvedimenti di autotutela, accertamenti con adesioni e conciliazioni giudiziali. Il nostro Studio vanta una consolidata esperienza nel pre-contenzioso e nel contenzioso tributario. La nostra specializzazione nel contenzioso tributario, ha, comunque, negli ultimi anni prodotto un'altissima percentuale di esiti favorevoli nei vari gradi di giudizio.

Dal 1970 lo Studio Zanobetti accompagna le imprese nella gestione del loro modello di business offrendo una consulenza aziendale completa che va dalla due diligence contabile ad operazioni straordinarie e di riorganizzazione di gruppi societari.

Lo Studio Zanobetti nasce su iniziativa del Rag. Francesco Zanobetti ed è certificato da DNV Business Assurance Management System Certificate in conformità alla normativa UNI EN ISO 9001:2015. Qualità, trasparenza e focalizzazione del risultato, sono i valori che guidano tutte le attività dello Studio Zanobetti che, forte dell'esperienza del suo fondatore, oggi fa leva sul rinnovamento generazionale. Una squadra

di professionisti con esperienza pluriennale e in costante aggiornamento, consente di offrire un'assistenza qualificata al cliente. Lo Studio Zanobetti ha maturato una specifica competenza in materia di consulenza e assistenza fiscale, societaria, contrattuale, in materia di contabilità generale ed IVA, nonché in tema di gestione di operazioni straordinarie e di riorganizzazione di gruppi societari, di formazione di bilanci civilistici e consolidati di gruppo e nella gestione della crisi di impresa.

In che modo lo Studio può supportare le PMI in questo momento storico?

Attraverso una consulenza che garantisca l'efficienza della gestione ed un miglior impiego delle risorse, siamo riusciti a



Studio Zanobetti

Viale Montegrappa, 183/A
Prato (PO)
Tel. +39 0574.575331
info@studiozanobetti.it
www.studiozanobetti.it



TOSCANA e **TURISMO**, le **STRADE** per **CRESCERE**

■ di **MATTIA CIALINI**, direttore "Arezzonotizie"

LUSSO E GRANDI EVENTI, RETE E NUOVE TECNOLOGIE, LE TANTE ANIME DELL'INDUSTRIA TURISTICA FIORENTINA, IN UN PERCORSO COSTANTE DI CRESCITA E DIVERSIFICAZIONE



Una doppia prospettiva per l'ospitalità in Toscana: una legata al lusso e ai grandi eventi, un'altra orientata all'uso consapevole (e ottimale) di Rete e nuove tecnologie.

La offrono due diverse anime del settore turistico fiorentino, entrambe impegnate all'interno di Confindustria: **Stefano Gabbrielli, vice presidente con delega al Turismo, e Giancarlo Carniani, presidente della sezione Alberghiera dell'Associazione.** E raccontano, partendo dal recente passato, in quali forme si declina oggi l'ospitalità toscana e quali sono le possibilità future del settore, in una regione in cui le tipologie di richiami sono diversissimi: mare, montagna, terme, città d'arte, possibilità di business, enogastronomia di qualità.

Giancarlo Carniani ha l'innovazione nel sangue. E' specializzato in *Revenue Management* alla Cornell University, una moderna disciplina che permette di tracciare previsioni delle dinamiche della domanda. Un aspetto chiave nel settore dell'ospitalità. Ha alle spalle una grande esperienza in management in importanti catene alberghiere ed è stato l'anima del Bto (Buy Tourism Online, l'appuntamento più atteso dell'anno dagli operatori di tutta la filiera turistico-ricettiva in Italia) di Firenze per dieci anni, prima di lasciare al termine dell'edizione 2017. Carniani è tra i fondatori della kermesse e ne è stato coordinatore sin dalla prima edizione. E adesso guarda con interesse a nuove sfide.

Giancarlo Carniani, in dieci anni – la prima edizione del Bto risale al 2008 – è cambiato tutto sul versante della ricettività. Quali sono le svolte più significative?

“E' cambiato il tipo di turista. Oggi siamo di fronte ad un viaggiatore che mediamente è molto informato. Sulla terra che visiterà, sul ventaglio di possibilità che gli si aprirà in un determinato luogo. Come albergatori, ci siamo dovuti adeguare. Abbiamo assistito negli ultimi anni alla esplosione di fenomeni incredibili legati all'online e che hanno originato colossi come Airbnb, Booking, Expedia”.

Non esistono più viaggiatori sprovveduti?

“No. Nemmeno il turista della terza età è disinformato”.

Chi non ha cambiato pelle – tra gli



Giancarlo Carniani

operatori del turismo in Italia – è scomparso?

“Ho assistito a questo cambiamento epocale attraverso il Bto. C'è stata una crescita incredibile legata all'online, tutti si sono dovuti adeguare, pena l'essere tagliati fuori. Contemporaneamente c'è stata una crisi economica molto forte e il consumatore è oggi attentissimo”.

I cambiamenti però non sono finiti.

“Per niente. Siamo nell'era dell'infanzia dell'intelligenza artificiale. Senza tratteggiare scenari fantascientifici, io vedo tantissime applicazioni delle ulti-

me tecnologie disponibili nel mondo del turismo. A partire, per esempio, dai call center: risposte automatizzate ai clienti. Mi immagino strutture alberghiere con androidi all'interno. E si badi bene, tutto questo avverrà prima di quanto si pensi. Se 15 anni fa mi avessero detto che oggi avrei girato con un computer in tasca, avrei sorriso. Ed eccoci qui, tutti abbiamo un computer portatile con noi, lo smartphone, con cui facciamo di tutto”.

L'albergo tradizionale rischia di sparire?

“Le strutture alberghiere sono in continua trasformazione, ma no, non spariranno. I clienti sono infedeli, non esistono più quelli che – anno dopo anno – tornavano nello stesso hotel. Oggi si va a caccia di un'emozione, di un'espe-

“IL TURISTA CERCA ESPERIENZE CHE SAPPIANO EMOZIONARLO”



Ponte Vecchio, i lucchetti degli innamorati



Stefano Gabbrielli

“NON SOLO TOSCANA, FONDAMENTALE PROMUOVERE I TERRITORI E DIVERSIFICARE LE PROPOSTE”

rienza. Le strutture del futuro dovranno sempre di più cercare di calibrare l'offerta a seconda dei gusti del consumatore. Cambieranno ancora, ma non scompariranno”.

La Toscana non sembra malmessa a proposito di nuove tecnologie applicate al settore turistico.

“La Toscana ha dei dati sorprendenti. E' prima per distacco per quanto riguarda le strutture censite su Airbnb. Direi che la regione è una cartina di tornasole per i cambiamenti del turismo in Italia. Anche perché c'è una varietà di attrazioni che altrove non esiste: la costa, la campagna, ci sono i monti e le città d'arte. E al secondo posto, dopo la Toscana, c'è la Sicilia. Non è una sorpresa, anche perché queste sono le uniche due regioni d'Italia, aldilà delle singole città, che vengono riconosciute all'estero: Tuscany e Sicily”.

Il brand Tuscany ha effettivamente un grande appeal all'estero?

“Sì, moltissimo. E dirò di più: quasi troppo. E' marchio che rischia di penalizzare le singole realtà del territorio. Sono molto critico su alcuni modi di portare avanti la promozione dei mar-

chi: secondo me il brand 'Firenze' è penalizzato. E la città di Firenze sarebbe molto forte per attrattività. Il brand non è sfruttato adeguatamente. Ci dovrebbe essere più convinzione”.

Toscana, terra di mille tipi di turismo. Quale è in ascesa in questo momento?

“Ce ne sono tantissimi. Penso al turismo dei cammini, che è esploso. La Via Francigena, ma non solo. Poi l'eno-gastronomia è un fiore all'occhiello di questa terra, che sta conoscendo nuovi e interessanti sviluppi”.

C'è, all'interno dei confini regionali, una zona particolarmente vivace?

“In questo momento la Maremma è in grande spolvero. Ma sono numerose le zone scoperte e riscoperte”.

Aldilà delle peculiarità di ogni terri-

torio, dove risiede la reale forza della Toscana?

“L'humus è il turismo culturale. E lo sarà sempre. Da lì partono le radici su cui si fonda il successo della Toscana”.

Ma non è tutto rose e fiori: quali sono i problemi?

“Il rischio di troppi turisti, tutti insieme negli stessi punti di attrazione. Firenze sta vivendo sulla propria pelle questo problema. E un paese piccolo come San Gimignano assiste a un flusso in continuo aumento. Occorre che il turista sia guidato in un percorso. La tecnologia ci darà una mano con tragitti suggeriti e tempi prestabiliti per evitare code”.

Altro?

“Le infrastrutture. Gli aeroporti, ad esempio, vanno incentivati. Manchia-



mo da sempre di strutture aeroportuali adeguate. La pista di Peretola è troppo corta, ad esempio. Spiace dirlo, ma l'aeroporto principale della Toscana, oggi, è quello di Bologna”.

Ultima domanda: cosa farà ora che si è chiusa l'esperienza del Bto?

“Vorrei occuparmi di un'accademia post-diploma. Una struttura che insegni hotellerie e marketing digitale alle nuove generazioni”.

Stefano Gabrielli, oltre ad occuparsi di **turismo per Confindustria**, è il **titolare e amministratore unico di Enic**, azienda fiorentina con oltre 50 anni di vita, specializzata nell'organizzazione di congressi e grandi eventi a livello internazionale. Una realtà che conta una ventina di dipendenti e 300 collaboratori tra responsabili di progetto, hostess e steward.

Nel 2014 la Enic ha avuto il compito di preparare il super matrimonio (a Forte Belvedere) tra Kanye West e Kim Kardashian. Tra gli altri invitati, c'erano John Legend e Steve McQueen.

Tra i maggiori crucci di Gabrielli, condiviso con Carniani, c'è quello dell'aeroporto di Peretola. “In Toscana – spiega – abbiamo bisogno di piste che possano accogliere un turismo diverso. Quella di Peretola va potenziata. La regione Toscana ha talmente tante attrazioni – non dico nulla di nuovo citando mare, borghi incantevoli, opere d'arte e la campagna più bella del mondo – che non si può permettere di rimanere isolata, collegata con aeroporti minori”.

Cos'altro migliorerebbe?

“Parlo per la mia città, Firenze. Ci vuo-



le un nuovo input per i poli fieristici congressuali. Però, da questo punto di vista, i progetti sono stati già fatti e gli investimenti programmati. Bisogna attendere. Necessita migliorie la viabilità cittadina: sono attivi molti cantieri, mi auguro a breve di vederne i frutti. L'amministrazione si sta impegnando.

Mi spiace, infine, notare una certa carenza sul fronte della sicurezza. Firenze era tranquilla e ospitale, ci sono troppi episodi di violenza. Il turista è disincentivato ad arrivare se non può camminare tranquillo di sera. Mi riferisco a zone come San Lorenzo e Santa Croce”.

La sua azienda è specializzata nell'organizzare grandi eventi e convegni. Come si è evoluta?

“E' stata fondata da mia madre, Maria

“TURISMO CULTURALE, ARTE, STORIA E TRADIZIONI, PROTAGONISTE INDISCUSSE”

Cristina Dalla Villa. Parlando russo, a vent'anni è stata chiamata in Urss in occasione della prima mostra sull'industria italiana in quel paese. Un'esperienza a cavallo tra lingue e culture da cui ha tratto l'idea per mettere in piedi un'agenzia che fornisse una serie di servizi oltre a quello delle traduzioni. E' partita nel 1964, oggi la Enic conta 20 dipendenti e 300 collaboratori. Ci occupiamo del lancio di prodotti di grandi marchi, organizziamo importanti ricevimenti ed eventi congressuali. In Italia, in Europa e anche fuori continente. Abbiamo collaborato con Louis Vuitton, Gucci, Bulgari, Salvatore Ferragamo, la fondazione Andrea Bocelli.

Quali gli eventi più importanti che avete organizzato?

“Il matrimonio di Kim Kardashian e Kanye West a Firenze. E poi grandi appuntamenti come il congresso di fondazione del Pdl. Ma anche il Social Forum del 2002. Non abbiamo pregiudizi ideologici”.

Sviluppi futuri?

“Le commesse per noi arrivano con il passaparola. Noi non spingiamo molto per trovare nuovi clienti e non vado a cercare nuovi mercati”.



C&G DEPURAZIONE INDUSTRIALE

SOLUZIONI PER RISPARMIARE L'ACQUA E DIFENDERE L'AMBIENTE



C&G Depurazione Industriale opera dal 1969 nel settore del trattamento dei reflui industriali. Nata come azienda di supporto di un'impresa nel settore della galvanica, l'azienda si è presto affrancata, diventando un punto di riferimento per tutte le imprese impegnate nel trattamento e nella lavorazione dei metalli. Nata come piccola impresa a carattere familiare, C&G è ora un'impresa metalmeccanica di prim'ordine, che può vantare la progettazione, l'installazione e la manutenzione di oltre 2500 impianti di depurazione in tutto il mondo. La capacità di offrire soluzioni di depurazione uniche, complete e personalizzate degli impianti è il tratto distintivo di un'azienda capace di seguire il Cliente in tutto il processo produttivo: dal progetto all'assistenza post-vendita, passando per l'installazione "chiavi in mano" degli impianti; la manutenzione è agevolata dall'esperienza e dalla disponibilità del team di C&G e da un magazzino fornito di tutti i pezzi di ricambio necessari. Gli impianti così installati si dimostrano immediatamente un investimento eccellente per le aziende partner: i costi di smaltimento sono ridotti fino al 95%; i metalli preziosi sono più facilmente re-

cuperabili; la produzione è più moderna e sostenibile, minimizzando i rischi ecologici, economici e sociali. Per le aziende galvaniche installare un evaporatore C&G significa recuperare materie prime provenienti dai bagni esausti dell'attività di galvanica: l'acqua utilizzata può quindi essere re-immessa nel ciclo di produzione per effettuare ancora lavaggi. In questo modo non solo si recuperano preziose materie prime, ma il consumo di acqua viene quasi azzerato, così come l'impatto ambientale dell'azienda.

C&G Depurazione Industriale

Via I° Maggio, 53
50067 Rignano S.Arno (FIRENZE)
+39 055 8303450
www.cgdepur.it



POSSENTI IMPIANTI

COSTRUZIONE IMPIANTI TECNOLOGICI

Possenti Impianti si occupa di progettazione, installazione e manutenzione di impianti meccanici ed elettrici per enti pubblici, industrie ed imprese. Incontriamo il titolare, Massimo Possenti, per capire meglio i servizi offerti dalla sua azienda.

Come nasce e di cosa si occupa Possenti Impianti?

La nostra azienda nasce nel 1959 ditta individuale di mio padre, poi trasformata nel 1987 in s.r.l.: tra poco festeggeremo i 60 anni di attività. Ci siamo sempre occupati di progettazione, installazione e manutenzione di impianti di riscaldamento, condizionamento, antincendio, idrici sanitari, energie alternative e da oltre dieci anni ci siamo specializzati anche in impianti elettrici. La nostra attività va dalle semplici operazioni di manutenzione ordinaria fino alla progettazione e all'installazione di impianti che possono essere estremamente complessi.

A chi vi rivolgete?

I nostri clienti sono principalmente enti pubblici di ogni tipo: abbiamo installato e man-

tenuto impianti per le aziende ospedaliere di Pisa, Firenze e Livorno e con vari Comuni ed Enti. Tra le collaborazioni di cui andiamo più fieri c'è quella con l'Università di Pisa, e quella con il Museo degli Innocenti di Firenze. Tra i soggetti privati con cui collaboriamo voglio ricordare, lo stabilimento farmaceutico Farnigea spa di Pisa, per cui abbiamo curato l'efficientamento energetico e curiamo la manutenzione globale; oltre a vari stabilimenti di industrie multinazionali quali Corning spa, ThyssenKrup, Smith International Italia spa, la galleria commerciale di Santa Maria Novella a Firenze ed altre.

Quali sono i tratti distintivi della vostra azienda?

Uno dei punti di forza è sicuramente la specializzazione del nostro staff, formato ed espertissimo in ogni tipo di impianto meccanico ed elettrico. Negli ultimi anni abbiamo voluto rafforzare soprattutto l'assistenza al cliente, sviluppando un portale online per verificare status della manutenzione, prossime scadenze, attività ordinarie e straordinarie e assicurando l'intervento dei nostri esperti entro 4 ore, in un arco di 24 ore in ogni pe-



riodo dell'anno. Mi piace sottolineare come ogni lavoro sia eseguito in sicurezza, con un'enorme attenzione ai materiali utilizzati e alla qualità del lavoro finito. Del resto, un lavoro di qualità è un investimento nel lungo periodo: molti clienti si rendono conto che la qualità sembra costare di più, ma con il tempo si dimostra la scelta più lungimirante ed economica.

Quindi il vostro intento è assicurare impianti funzionali e affidabili nel tempo.

Precisamente: vogliamo garantire ai nostri Clienti la conformità ai più alti standard di mercato. Ma per noi la qualità è anche un fattore estetico: gli impianti spesso non si vedono, ma quel che rimane a vista deve avere il miglior impatto possibile. Non necessariamente estetica e funzionalità devono contrastare.

Possenti Impianti s.r.l.

Via G. Volpe, 13/15
56121 Ospedaletto (PI)
www.possentiimpianti.it
info@possentiimpianti.it



Dalla **TUTELA** del **TERRITORIO** la **TUTELA** del **TURISMO**

di IRENE MAGARA, Confindustria Toscana Sud

LA TUTELA DEL TURISMO ATTRAVERSO LA TUTELA DEL TERRITORIO È LA VERA E PROPRIA MISSION DI ALCUNI IMPRENDITORI DELLA TOSCANA DEL SUD, DECLINATA SECONDO LE PROBLEMATICHE E I PUNTI DI FORZA DI OGNI TERRITORIO

Ogni comparto industriale ha le sue peculiarità e fattori chiave da tutelare e questa necessità assume nel turismo molteplici declinazioni, proprio per l'impatto che il settore ha non solo per chi vi opera ma anche per il territorio in cui si sviluppa.

La Toscana del Sud fornisce in tal senso un esempio straordinario: il turismo rappresenta la naturale conseguenza delle caratteristiche di un territorio variegato e ricco di tradizioni culturali ed enogastronomiche, una risorsa che, prestata alle esigenze di mercato diventa industria. La tutela di questa particolare industria deve necessariamente partire dalla tutela del territorio inteso come paesaggio ma anche insieme di valori e di servizi.

“Dopo l'agricoltura, il turismo è indubbiamente uno dei mercati più influenti nella realtà economica grossetana. Ci troviamo in una terra con enormi possibilità non analizzate, non gestite ma soprattutto non incanalate. In Maremma siamo totalmente carenti di infrastrutture – stradale, ferroviaria e aerea – e quelle presenti sono inadeguate allo sviluppo turistico della città”, afferma **Simona**

Tozzi, titolare dell'Hotel Airone di Grosseto e vice presidente della Sezione Turismo, Terme e Sanità di Confindustria Toscana Sud – che ritiene indispensabile un impegno dell'intero settore per sviluppare delle iniziative volte ad innalzare la reputazione del territorio e delle sue specificità. “L'imprenditoria che era presente sul territorio è in fase calante, per cui è venuto meno un indotto commerciale ed occupazionale molto importante. L'offerta del turismo 'balneare', attualmente unico nostro punto di forza con l'80 per cento di occupazione italiana, è diventata talmente specializzata e diversificata nei nostri competitor da farci diventare il fanalino di coda”.

Turismo e territorio sono quindi assolutamente legati tra loro, l'uno tutela l'altro. Ora più che mai è indispensabile garantire e arricchire una vera e propria cultura del turismo. Continua **Simona Tozzi**: “Manca totalmente l'internazionalizzazione delle potenzialità turistiche nella cultura ed imprenditorialità locale e sia a livello Comunale che Provinciale non si è studiato alcuna strategia per aprire ai nuovi mercati attingendo alla

city tax. Dovremmo valorizzare l'aggregazione fra strutture anche di diversa origine – hotel, agriturismi e campeggi – per diversificare l'offerta, ed è necessario cambiare visione iniziando a parlare non più di alta stagione intesa come giugno-luglio-agosto: tutto ciò non crea professionalità e non produce livelli di reddito sufficienti a coprire l'intero anno.”

La tutela del territorio, indispensabile per la tutela dell'industria turistica, diventa a sua volta, strategica per l'intera economia, come afferma **Riccardo Baracchi, proprietario di Il Falconiere Relais & Spa di Cortona (AR) e vice presidente della Sezione Turismo, Terme e Sanità di Confindustria Toscana Sud** – che pone l'accento sugli effetti positivi dello sviluppo del turismo come determinanti al miglioramento delle condizioni esistenti in un luogo. “Non si tratta solo di un fattore economico, è molto di più: contribuisce alla crescita, crea posti di lavoro, aumenta la produttività ed il reddito differenziando l'economia del territorio. Il turismo è in grado di generare così tanti fondamentali benefici ma il successo non è automatico: i turisti spendono in una grande varietà di beni

e servizi, cioè trasporti, alloggi, divertimenti, musei, entrate che senza il turismo non si verificherebbero; allo stesso modo, però, per esserci del turismo di qualità occorre che vi sia un'offerta di qualità. E per un'offerta davvero di qualità è necessario che il territorio voglia davvero il turismo, non solo che lo realizzi al meglio. Occorre investire in piani di marketing territoriali competitivi a livello internazionale e in scuole specializzate per incrementare la professionalità del comparto, occorre educare al rispetto verso il proprio territorio e migliorarlo con infrastrutture sostenibili". Baracchi evidenzia anche la necessità di proteggere gli investimenti, realizzati e futuri, attraverso agevolazioni, sia per gli operatori turistici che per i potenziali investitori, in modo da poter garantire un'offerta costantemente in grado di soddisfare le aspettative dei turisti e proteggere l'intero indotto. La qualità espressa dalle caratteristiche naturali del nostro territorio, da quel buon vivere che lo ha reso famoso in tutto il mondo, deve infatti necessariamente rispecchiarsi nella qualità dell'offerta, che dovrà essere intesa però non esclusivamente come strutture turistiche ma come complesso di servizi che definiscono il senso di ospitalità del luogo scelto come meta di un viaggio.

"Il turismo, come oggi inteso nell'ospitalità, riguarda fortemente il tratto esperienziale: è l'esperienza che siamo in grado di far vivere ai nostri ospiti, a renderci unici e appetibili sia come destinazione sul territorio sia come hotel. L'unicità del viaggio e della destinazione, uniti alla qualità del servizio e all'unicità



Riccardo Baracchi



Simona Tozzi

della struttura dove scelgono di soggiornare i nostri Clienti, sono le componenti di un'esperienza turistica contemporanea e internazionale". Ribadisce **Paola Cacioli, complex general manager di Grand Hotel Continental Siena e di Hotel Helvetia & Bristol Firenze**. "Occorre sviluppare e mantenere ai massimi livelli il senso di ospitalità italiana che trasmettiamo nell'accogliere i nostri ospiti facendoli sentire speciali e, al tempo stesso, 'a casa'. In Italia, ed in modo particolare a Siena, abbiamo una grande

“LA TUTELA DEL TERRITORIO È STRATEGICA PER L'INTERA ECONOMIA”



Paola Cacioli



Ristorante dell'Hotel Airone, Grosseto

occasione: trasmettere un'ereditarietà storica, artistica, di tradizioni che vivono ancora oggi e di stile di vita cui il turista aspira e sogna di vivere. In quanto operatori di questo settore è nostro dovere morale mantenere alte le aspettative dei turisti rispetto alla nostra destinazione e far continuamente leva sulle unicità del nostro territorio e delle sue eccellenze, se vogliamo reggere alla competizione. I nostri competitors non sono gli hotel o resort vicini, sono le altre destinazioni oggi facilmente raggiungibili via aerea a prezzi bassi. Nella misura in cui riusciamo a rendere il soggiorno dei nostri Clienti unico e memorabile, determiniamo il destino del nostro territorio come destinazione turistica unica". Per realiz-



Castiglion del Bosco



Simone Pallesi

talità e tutto quello che c'è e vive attorno alle strutture alberghiere è fortemente sentita nel sud della Toscana, in particolare in Val d'Orcia, dove produzioni vinicole di eccellenza hanno contribuito a promuovere luoghi ricchi di bellezza e tradizione. Lo conferma Castiglion del Bosco, che da anni ha sviluppato un'interessante connubio tra l'ospitalità internazionale di lusso e l'esperienza del vino e del suo territorio montalcinese.

“L'ospite ha l'opportunità di vivere un'esperienza autentica, partecipando ad esempio alla vendemmia, e vivendone i diversi aspetti, dalla raccolta dell'uva all'assaggio dei mosti, guidato dal personale della cantina, che trasmette con semplicità la passione e la cultura che caratterizzano la zona di Montalcino.

Nei ristoranti della Tenuta si abbinano piatti della tradizione toscana con le vecchie annate di Brunello, disponibili solo nella nostra cantina” afferma **Simone Pallesi, Amministratore Delegato di Castiglion del Bosco e membro del Consiglio del Consorzio del Brunello di Montalcino**. Questo tipo di esperienze contribuiscono alla creazione di un legame molto forte tra l'ospite ed il territorio, la sua cultura ed i prodotti, garantendo spesso la scelta della stessa destinazione per più anni ed in periodi diversi.

Prosegue infatti Pallesi: “questo aspetto diventa ulteriore volano economico per l'obiettivo di destagionalizzazione delle presenze turistiche sul territorio. A Castiglion del Bosco abbiamo iniziato ad offrire l'accesso alle Ville della Tenuta anche nel periodo invernale, contando su quella clientela che cerca un'esperienza vera, fuori dagli schemi del consumo turistico tradizionale. La possibilità di vivere la nostra cantina e di essere guidati anche in percorsi di scoperta di altri produttori del territorio rappresentano un elemento di sempre maggiore attrazione. A ciò si aggiunge la possibilità di giocare a golf e di godere dei paesaggi invernali mozzafiato offerti dalla Val d'Orcia”. La correlazione industria-territorio

“TRADIZIONE ED ECCELLENZA, CARATTERI DISTINTIVI DELLA QUALITÀ TOSCANA”

zare al meglio questo compito, continua Paola Cacioli “come compagnia e management crediamo molto nella formazione del personale della struttura e nella loro capacità di guidare le esperienze di soggiorno dei nostri ospiti. Riteniamo tuttavia che anche la destinazione, in generale, in tutti i servizi collegati – dal parcheggio alle informazioni turistiche, dalla segnaletica alla biglietteria museale – debba trasmettere la stessa attenzione alla qualità di servizio e accoglienza. Solo così si diventa, e soprattutto si rimane, una meta che tutti vorranno visitare. Ma come si dice sempre: è un lavoro di squadra, cui noi crediamo”.

La stretta connessione esistente tra ospi-



Il Falconiere



Licinio Garavaglia



Starhotels, Grand Hotel Continental, Siena



Laura Meucci

è poi rappresentata necessariamente ed in modo assolutamente unico dalle terme, che nel tempo sono diventate un'industria ma continuano a rappresentare un legame indissolubile con la storia di quel luogo e con la storia in generale. “Furono i romani a coniare l'acronimo SPA – Salus Per Aquam – e a trasformare le terme in luoghi di salute, ma anche di piacere e di incontri, di vita sociale, amorosa e politica”, afferma **Licinio Garavaglia – General Manager di Terme di Saturnia Spa&Golf Resort**, “le Terme di Saturnia hanno attraversato i secoli accrescendo la loro fama e confermando il loro fascino grazie alla preziosa fonte termale”, prosegue Garavaglia. Il comparto termale è stato negli anni penalizzato proprio da un utilizzo improprio

“IL MERCATO CAMBIA, PER VINCERE BISOGNA STARE AL PASSO”

della definizione Spa. Gli impianti termali sono invece luoghi carichi di tradizioni millenarie e dovrebbe esserne salvaguardata la conoscenza.

La storia di benessere e autenticità accomuna non solo tutte le terme ma le strutture ricettive in generale, così come la necessità di salvaguardia e prevenzione sia in ambito strettamente legale che di elementi correlati alla cultura dell'ospitalità. Lo ribadisce **Laura Meucci, proprietaria di Terme San Giovanni di Rapolano (SI), presidente della Se-**

zione Turismo, Terme e Sanità di Confindustria Toscana Sud: “In un paese come il nostro, in una regione come la Toscana, è impensabile non dedicare al turismo la massima attenzione e le adeguate risorse infrastrutturali. Oggi il prodotto turistico molto spesso va oltre le singole realtà, pertanto il primo fattivo impegno di ogni imprenditore del Turismo dovrebbe essere quello di mettere in sinergia tutti gli attori, dando vita ad un circolo virtuoso che crei valore al proprio territorio.

Questo è infatti il bene primario da cui partiamo, il nostro inestimabile territorio e, oggi più che mai, si rende indispensabile proteggerlo, ma anche e soprattutto valorizzarlo in un meccanismo di marketing territoriale che connetta e valorizzi le singole peculiarità, mettendo a sistema questa rete di singolarità in modo da creare attenzionalità e visibilità verso il viaggiatore con un prodotto connotato e definito in modo chiaro ed efficace. Ma in un ambito che sviluppa un indotto come quello del turismo le sfaccettature sono molte, adeguare le normative ad un mercato in evoluzione per esempio, sarebbe di importanza primaria.

Il cambio dei paradigmi di riferimento del mercato termale e l'evoluzione dei flussi turistici imporrebbe un aggiornamento di alcune normative come per esempio l'attivazione della compensazione delle spese sanitarie con i paesi europei.

C'è molto da fare ma la sensazione è che ci sia più consapevolezza di ciò, ed è già un inizio significativo.”



Terme di Saturnia

PARK AVENUE

UNA LINEA D'ARREDO BAGNO MADE IN TUSCANY DAL FASCINO NEWYORKESE

Valorizzazione della creatività italiana e dell'alta qualità dell'artigianato toscano, prendendo ispirazione da forme e temi dell'arredamento della New York degli inizi del XX secolo: questa è l'anima della collezione Park Avenue.

Park Avenue è una linea esclusiva di arredo bagno creata da Berni Srl, gruppo toscano leader nel campo dell'arredamento, con l'obiettivo di raccogliere sotto questo marchio la produzione d'eccellenza dei più esperti artigiani toscani e fiorentini. Una vasta collezione caratterizzata dalla qualità dell'artigianalità Made in Italy che spazia dai sanitari ai pavimenti e rivestimenti, dalla rubinetteria alle vasche, docce

e ai vari complementi di arredo, che arricchiscono ogni stanza da bagno con il segno inconfondibile della personalità e del gusto di chi vuole vivere la ricercatezza giorno dopo giorno.

Park Avenue riprende gli schemi del passato e li rende contemporanei, interpretando con coerenza e originalità forme, volumi, decori e materiali della New York dell'inizio del '900 per regalare la suggestione di un lusso versatile e moderno, ma ben radicato nella tradizione del saper fare e della manualità degli artigiani toscani. A cavallo fra classicità e modernità, la linea Park Avenue soddisfa le esigenze di arredo dei clienti più esclusivi, desiderosi di rivivere lo stile delle dimore dell'upper class newyorkese. Le linee di Park Avenue,

leggere ed eleganti, esprimono l'essenza eterna della bellezza e fanno rivivere con tutti e cinque i sensi le emozioni e le suggestioni di un passato e di una giovinezza che non cede al trascorrere del tempo. Il minimalismo delle forme libera la materia dagli schemi del passato, valorizzando se stessa nel gioco vivo e vibrante di forme e di volumi e regalando un'emozione di stabilità e coerenza estetica oltre ogni moda passeggera.

La collezione Park Avenue offre un total look e si compone di una ampia gamma di rubinetti, miscelatori, bracci e soffioni per doccia, sanitari, rivestimenti e superfici, vasche, docce, binario ceramico, mobili e consolle, termoarredi, accessori bagno, specchi, illuminazione, linea cortesia ba-



gno, imbottiti e tendaggi. L'ampia collezione è pensata per soddisfare le esigenze di arredo dei clienti più esclusivi, desiderosi di personalizzare il proprio bagno e gli oggetti che vanno ad arredarlo, con soluzioni di una qualità eccellente, frutto di una ispirazione e di un gusto in cui ogni dettaglio è curato con la precisione di una piccola, ma preziosa opera d'arte.

Ogni ambiente Park Avenue è un'emozione che prende forma grazie all'esperienza, alla professionalità ed alla serietà del consolidato team di consulenti d'arredo di Berni Srl, che riescono ad interpretare i sogni di design dei clienti più esigenti, fornendo un servizio a 360° che va dalla progettazione degli spazi alla loro personalizzazione. Alto livello di customizzazione dei prodotti e cura per i dettagli fanno sì che ogni soluzione progettata con gli elementi d'arredo Park Avenue, vesta ogni ambiente di un'eleganza unica, rendendolo protagonista di un viaggio nella bellezza senza tempo.

Alta artigianalità Made in Tuscany

La preziosità della collezione Park Avenue esalta la creatività italiana e l'alta qualità dell'artigianato toscano. Ogni elemento che compone la collezione, frutto di un attento e dettagliato studio su forme, materiali e colori, dimostra che il genio di Leonardo da Vinci vive ancora. Cultura della qualità e passione per il bello sono le due anime che guidano il network di artigiani fiorentini nella realizzazione dei prodotti Park Avenue, mirati alla massima differenziazione rispetto a tutto ciò che è di serie. Lo stile unico e inconfondibile del brand si esprime in modo sorprendente nelle linee pulite e al tempo stesso ricercate, nella scelta di materiali raffinati e di alto pregio artistico, nella creatività dei dettagli, nelle lavorazioni artigianali: una gamma completa di soluzioni capace di creare una lussuosa sala da bagno e di personalizzare con sorprendente bellezza l'arredo strutturale di ogni ambiente di pregio.

La collezione nel dettaglio

Ogni rubinetto è prodotto interamente in Italia, nell'area fiorentina, da esperti artigiani e frutto di studi storici e di investimenti notevoli per ottenere stampi in fusione. I sanitari hanno forme eleganti e sobrie in cui si esalta l'importanza della materia. Le vasche sono di due tipologie, in ghisa e in tridato di alluminio e possono essere nelle varianti centro stanza, a parete o ad angolo. Le consolle possono essere

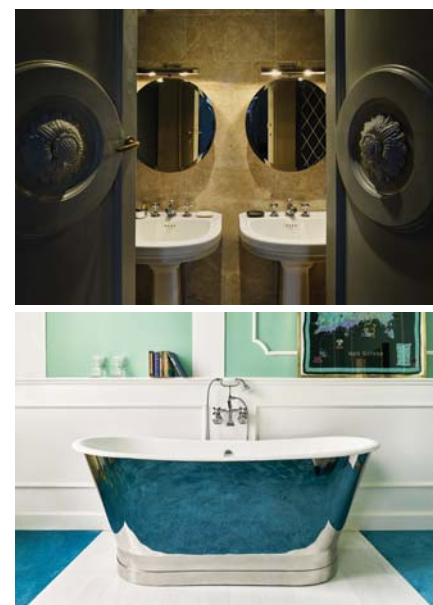
realizzate in un'infinita varietà di toni di colore e con piani in marmo su misura e con la possibilità di prevedere l'inclusione di più lavabi. Le cabine doccia hanno lastre in cristallo e spessori diversi a seconda del modello e sono arricchite con maniglie in cristallo Swarovski, per garantire un perfetto connubio tra qualità tecnica ed estetica. Seguono, un'ampia selezione di carta da parati, specchi e illuminazione, personalizzabili in varie dimensioni e tipologie, tutti accomunati dall'esaltazione di forme eleganti, materiali ricercati e decori sorprendenti. Chiudono il cerchio le piastrelle ceramiche di produzione artigianale corollate da preziosi elementi di finiture e pezzi speciali, i legni e i marmi.

La Collezione Park Avenue si impreziosisce inoltre di una collezione unica e totalmente pensata a misura per i bambini 'JR' con un nuovo design per lavabo, vasca e rubinetteria.

Park Avenue sarà presente a Milano al Salone Internazionale del Bagno 2018, Pad. 24 Stand H 08-10.

PARK AVENUE

Via Spartaco Marmugi, 1
Sovigliana-Vinci (FI)
Tel. +39 0571.531282
info@parkavenue.it
www.parkavenue.it



MAURIZIO MAGRETTI

DIPINTI, AFFRESCHI, DECORAZIONI E RESTAURI

Maurizio Magretti realizza restauri, decorazioni e trompe l'oeil capaci di integrarsi perfettamente con l'architettura e l'arredamento di ogni spazio.

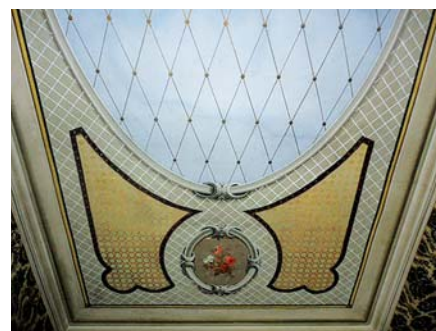
Come nasce la sua passione? E quali sono stati i suoi inizi?

La mia passione per il disegno mi ha portato, giovanissimo, ad avvicinarmi alla scuola di Enrico Fornarini. Da lui ho imparato a dipingere paesaggi e soggetti realistici a olio, ad acquerello ed affresco. Frequentando l'Accademia delle Belle Arti, invece, mi sono perfezionato anche in tecniche di restauro, ispirandomi agli af-

freschi presenti nelle grandi ville toscane. Ho iniziato quindi a lavorare per privati, restaurando pitture murali su tela e a realizzare nuove tecniche di mio stile.

Il restauro è quindi una parte integrante della sua attività..

L'attività di restauro mi ha insegnato a sviluppare una grande sensibilità per l'opera nel suo complesso: l'intervento pittorico deve essere il meno invasivo possibile, permettere alla mia nuova decorazione di inserirsi armonicamente nello spazio che la circonda. Oltre a questo, mi occupo di trompe l'oeil e pittura per interni ed esterni, sfidando con la pittura la realtà visiva di oggetti e prospettive.



A chi si rivolge principalmente il suo lavoro?

La mia clientela è estremamente variegata: ville e abitazioni private, spazi pubblici, esercizi commerciali. Lavoro sia per committenti pubblici sia per privati: ho realizzato affreschi e pale d'altare per varie chiese della Toscana, pitture murali per negozi e ristoranti, paesaggi e dipinti su tela per clienti di tutto il mondo, anche se la sensibilità per l'arte che si trova in Italia è molto rara.

Come la pittura può cambiare la percezione di uno spazio?

Una delle sfide più interessanti è dare profondità agli ambienti, anche attraverso l'illusione prospettica offerta da varie tecniche: lo sgraffito, grazie a paste modellanti e a venature coloranti, dà l'effetto di bassorilievo; il graffito permette la decorazione muraria a fresco con due strati di intonaco di colore diverso, e si presta perfettamente a decorazioni complesse di ambientazione classica o moderna; il trompe l'oeil, che insegue il massimo realismo anche attraverso audaci artifici prospettici.

Maurizio Magretti

Via del Fornicchio 24/A2

56033 Capannoli (PI)

+ 39 0587607374 - + 39 335 6391371

info@mauriziomagretti.it

mauriziomagretti.it



IDEAL SERRAMENTI

SPECIALISTI IN SERRAMENTI E INFISSI ARTIGIANALI SU MISURA

Dal 1989 Ideal Serramenti è specializzata nella progettazione, produzione e installazione di una grande varietà di infissi, serramenti e strutture complementari, sia per abitazioni private che strutture commerciali.

Un servizio chiavi in mano professionale e tempestivo: questo è il punto di forza di Ideal Serramenti, azienda di Prato che da oltre 25 anni affianca privati e attività commerciali nella scelta della giusta soluzione per l'installazione di infissi e serramenti. Fondata e guidata dai fratelli Allocca, che lavorano nel settore da 40 anni, l'azienda è oggi in grado di proporre una vasta gamma soluzioni che includono persiane, zanzariere, tende da sole, verande, pergolati, box, strutture in cartongesso e controsoffitti. Tutti prodotti di elevata qualità, alla quale si aggiungono un consolidato know-how artigianale ed una cura minuziosa dei dettagli. L'abilità artigianale e l'esperienza maturata sul campo, consentono all'azienda di seguire direttamente gli interventi in tutto il suo iter: dalla progettazione alla realizzazione, fino all'installazione del serramento in accordo con le più disparate esigenze del cliente, occupandosi direttamente anche della trafilatura e verniciatura dei prodotti. L'azienda ha anche una società gemella dove viene stoccato e gestito l'alluminio necessario

per la progettazione delle coperture.

La volontà di essere al passo con le nuove tendenze del mercato e di offrire un servizio sempre più personalizzato, spinge l'azienda ad aggiornarsi continuamente, sia dal punto di vista della ricerca di nuovi prodotti che delle tecniche di realizzazione. Per questo Ideal Serramenti ha ampliato il proprio catalogo con prodotti particolari; ne sono esempio i frangisole, nelle varianti verticali o orizzontali, scorrevoli, integrati nella muratura della facciata o impacchettati, e le coperture in vetro motorizzate elettriche, per coprire terrazze e pergolati, in modo da rendere vivibili spazi esterni che diventano così vere e proprie unità abitative o eleganti giardini d'inverno.

La squadra di tecnici e operai qualificati di Ideal Serramenti, segue il cliente dalla A alla Z; a partire dal sopralluogo gratuito, per valutare la migliore soluzione in base alle esigenze del cliente, per arrivare al servizio post vendita fornendo assistenza completa e riparazioni.

“Il nostro obiettivo in tutti questi anni di attività, è stato quello di farci conoscere per l'alta qualità dei nostri prodotti. – sostiene Francesco Allocca, uno dei due soci - Soddisfare il cliente per noi è una missione prioritaria e ci siamo riusciti puntando sull'eccellenza dei prodotti e del nostro lavoro”.



Ideal Serramenti
Via Marradi, 44 - Prato
Tel. +39 0574.467 782
info@idealserramenti.com
www.idealserramenti.com

A4 SICUREZZA SRL

IL NEBBIOGENO COME STRUMENTO ANTIRAPINA: EFFICACIA AL 99%

Da oltre 30 anni A4 Sicurezza è punto di riferimento nel settore della sicurezza attiva e passiva in Toscana, Emilia Romagna e Umbria e, grazie a una serie di joint-venture, è in grado di fornire i propri servizi di qualità in tutta Italia. Per aumentare il livello di sicurezza dell'impianto di allarme, l'azienda ha studiato l'efficacia degli impianti nebbiogeni in ambito retail.

Ne parliamo con l'ingegnere Francesco Simoncini.

Come funziona il sistema nebbiogeno?

Il nebbiogeno viene collegato all'impianto di allarme già esistente. Il sistema è composto da una centralina che viene posizionata in modo tale da assicurarne la massima resa. Al tentativo di furto, la centralina in pochi secondi sprigiona una densa coltre di fumo in grado di saturare visivamente tutto l'ambiente, impedendo al ladro qualsiasi riferimento visivo e rendendo impossibili anche i più piccoli movimenti.

Quali sono i vantaggi di questo sistema?

Il nebbiogeno è uno strumento che va ad integrarsi ai normali sistemi antifurto, dove il solo utilizzo di sirene e lampeggianti può non bastare, proprio perché con l'emissione della nebbia blocca subito il ladro. In tutte le installazioni effettuate non c'è stato un solo caso



di rapina andato a buon fine: dalle sale slot e gioiellerie alle farmacie e tabaccherie, dove il flusso di denaro contante è copioso ed i furti sono veri e propri blitz di un paio di minuti, il nebbiogeno diventa l'unico strumento di difesa contro i furti.

La nebbia che viene generata ha controindicazioni?

La nebbia sprigionata è uno speciale liquido composto da acqua e glicole alimentare con certifica-

zione IMQ e non rilascia residui nell'ambiente. Tale sistema può essere quindi utilizzato anche nel campo ricettivo e ristorativo e nei CED e server-farm, poiché la nebbia non danneggia in alcun modo né la salute dell'uomo né i dispositivi elettronici.

A4 SICUREZZA SRL

Via Alighieri, 10
Calenzano (FI)
Tel. +39 055.570247 - +39 055.572023
Numero Verde 800 996069
info@a4sicurezza.it
www.a4sicurezza.it

CENTRO PAVIMENTAZIONI

SOLUZIONI PER ESTERNI



Centro Pavimentazioni nasce nel 1995 a Borgo a Mozzano (LU) come piccola azienda familiare impegnata nella posa di pavimenti in masselli autobloccanti. Con l'enorme crescita della domanda privata per soluzioni esterne di questo tipo, Centro Pavimentazioni si specializza nella realizzazione di sistemazioni esterne, di urbanizzazioni primarie a corredo di fabbricati civili o di opere di lottizzazione, opere di riempimento, esecuzione di scavi per realizzazione di fondazioni. L'utilizzo di tecniche innova-

tive come il sottofondo a secco, capace di garantire stabilità e resistenza alla struttura, consentono all'azienda di affermarsi e farsi conoscere in tutto il Centro Italia; con il successivo incremento della manodopera e l'acquisto di mezzi sempre più tecnologicamente avanzati, arrivano anche commesse pubbliche di grande prestigio. Oggi Centro Pavimentazioni offre un servizio estremamente differenziato: dalla messa in posa di strutture industriali a pavimentazioni autobloccanti; dalla realizzazione di cavidotti alla regimazione delle acque piovane; dalla consulenza per la progettazione al supporto per architetti, enti pubblici e aziende private. In riferimento alle strutture private, Centro Pavimentazioni si occupa quindi della preparazione dei fondi di posatura, effettuando scavi e riempimenti e sistemando drenaggi, scoli, fognature, sistemi idrici e reti elettriche, telefoniche e multimediali; uno studio che prende in considerazione non solo la morfologia del terreno, ma anche il contesto architettonico e urbanistico complessivo, fornendo servizi aggiuntivi per la collocazione di punti

luce, recinzioni, elementi di arredo, alberi e piante. Un parco mezzi continuamente rinnovato, l'affiancamento al cliente e la versatilità delle soluzioni proposte fanno del Centro Pavimentazioni il partner perfetto per lavori esterni di ogni tipo.

Centro Pavimentazioni Srl

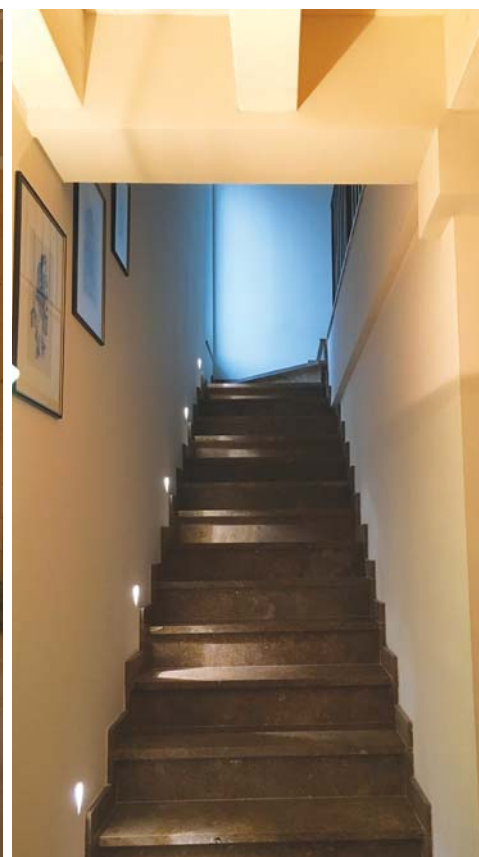
Via A. De Gasperi, 55
55100 Lucca (Lu)
Tel. 0583.429472
info@centropavimentazioni.it
www.centropavimentazioni.it



 **CENTRO PAVIMENTAZIONI**
SOLUZIONI PER ESTERNI

NCV COSTRUZIONI

EDILIZIA E BIOEDILIZIA IN TOSCANA



NCV Costruzioni nasce da due aziende impegnate sul territorio toscano, il gruppo Neri e la Cooperativa Edile Barberinese.

Grazie all'esperienza pluridecennale sviluppata da queste realtà, NCV Costruzioni assicura al cliente un servizio di prima qualità, realizzando lavori di nuova costruzione, ristrutturazione, risanamento conservativo, consolidamento, ampliamento strutturale e riqualificazione energetica.

All'interno della struttura uno staff competente, affianca i propri Clienti nella gestione delle pratiche edilizie, dalla progettazione dell'immobile fino alla sua consegna, assicurando gli standard qualitativi richiesti e proponendo soluzioni personalizzate, funzionali e convenienti.

La sostenibilità è uno dei tratti distintivi della società che negli ultimi anni si è specializzata nella costruzione di edifici basati sui concetti di bioedilizia, con criteri costruttivi e progettuali che mirano a preservare l'ambiente, utilizzando materiali del tutto naturali ed energie rinnovabili, con risparmio di risorse e conseguente riduzione di emissioni di sostanze inquinanti.

In particolare, NCV ha dedicato sempre più attenzione alle costruzioni in legno, un ottimo isolante naturale, che contribuisce in modo significativo alla regolazione termica ed igrometrica dell'ambiente, garantendo un clima piacevole, sano da abitare e particolarmente confortevole.

Tale caratteristica permette non solo di avere una casa esteticamente e qualitativamente "bella da vivere", ma anche di beneficiare di un risparmio energetico ed economico significativo.

Il legno inoltre è inoltre un ottimo materiale in grado di dissipare in modo efficace le sollecitazioni derivanti dalle scosse sismiche.

Le strutture in legno non riescono solo a resistere al sisma, ma per la loro duttilità hanno anche il grande vantaggio di non subire fessurazioni importanti.

La società dispone inoltre, di alcune esclusive proposte commerciali e residenziali nel comune di Barberino di Mugello.



NCV Costruzioni

Viale A. Gramsci 37/A
50031 Barberino di Mugello, Firenze
Tel. 055 8417741
info@ncvcostruzioni.it



Il **TURISMO** del **FUTURO**

di **NADIA FRULLI**, giornalista "ArezzoneNotizie.it"

CAMBIA LA SOCIETÀ, CAMBIA IL MODO DI CONCEPIRE UNA VACANZA E DI RIFLESSO
MUTA ANCHE L'INDUSTRIA DEL TURISMO

La profonda crisi che ha colpito l'economia mondiale ha lasciato un segno indelebile: si sono modificati gli stili di vita e il turismo ha in parte cambiato volto. Nel 2017 sembra essersi innescata, finalmente, una inversione di tendenza. A raccontarne luci e ombre sono gli stessi imprenditori del settore.

“Dopo anni nei quali abbiamo avuto una crisi strutturale, iniziano a vedersi i primi segnali di ripresa – dice **Giuseppe Gori di Cap Viaggi** – le famiglie sono tornate a dedicare più risorse al consumo, tornano a soddisfare esigenze importanti, come le vacanze”. Così Giuseppe Gori, presidente gruppo Cap Viaggi di Prato, fa il punto della situazione.

Come è stato questo 2017?

“Abbiamo avuto una crescita ben superiore alle attese, le prenotazioni su catalogo, che sono il nostro core business, sono aumentate del 15 per cento: oltre ogni più rosea previsione. Anche perché l'incremento non è relativo solo a Prato e Firenze, ma anche a tutte le agenzie che vendono il nostro catalogo in Toscana”.

Quali prospettive avete per il futuro?

“Adesso stiamo lavorando in vista dell'estate e speriamo di avere altrettanti riscontri positivi dai nostri clienti. Stiamo infatti cercando di calibrare al meglio le nostre offerte con un catalogo che va incontro alle esigenze di chi da sempre ci segue. Intanto, in questo primo stralcio di 2018 i dati continuano a confermarsi positivi”.

Cosa è cambiato negli ultimi anni nel modo di fare turismo?

“Ad essere cambiata è la situazione 'di partenza': il tempo libero a disposizione è sempre di meno ed è suddiviso in settimane diversificate. Non più ad esempio il solo mese di agosto come una volta, ma in periodi diversi. Inoltre, una volta il viaggio stesso per arrivare ad una destinazione era considerato vacanza, oggi invece no: i tempi di trasferimento non sono più momenti di svago, perciò chi organizza deve cercare di ottimizzare al massimo il trasporto”.

Che tipo di investimenti avete fatto per arrivare ai risultati ottenuti negli ultimi 12 mesi?

“Ne abbiamo fatti di importanti, il nostro parco mezzi nel 2017 ha visto arrivare sei nuovi pullman gran turismo: nonostante tutte le incertezze che si stagliano sul settore del Tpl abbiamo cercato di dare risposte forti ad un territorio che invece vive in difesa. Noi vogliamo essere protagonisti e così intraprendiamo le nostre sfide. Una di queste è stata il cambiamento di sede, adesso siamo in via Vestri. Di pari passo, abbiamo anche riorganizzato il nostro modo di lavorare: sono stati eliminati molti passaggi di mediazione”.

Cosa possono fare le istituzioni per incentivare il turismo?

“Molto. Innanzitutto, nel nostro territorio manca una cultura dell'accoglienza turistica: su questa criticità potrebbero lavorare di più. A mio avviso sarebbe opportuno che imprese, associazioni di categoria e istituzioni si mettessero ad un tavolo per tracciare un percorso condiviso che nel giro di qualche anno potrebbe portare riscontri positivi. Per quanto riguarda Prato, si potrebbe fare molto per valorizzare i suoi punti di forza e cercare

“IL 2017 È STATO UN ANNO MOLTO POSITIVO PER IL TURISMO TOSCANO, UN INCENTIVO A MIGLIORARE”



Giuseppe Gori

di incrementare settori dai quali rischiamo di essere tagliati fuori, come quello convegnistico che soffre molto della mancanza di strutture adeguate. È paradossale: Prato ha strutture bellissime, che però non sono adatte ad attrarre questo tipo di turismo”.

L'assenza di strutture per determinati tipi di turismo in altre aree della Toscana è sottolineata anche da **Paola Marucci dell'Hotel Mondial di Marina di Pietrasanta**. Una struttura di alto livello sul mar Tirreno, che si rivolge ad un target elevato e che pur continuando a guardare con positività e grande voglia di fare al futuro, alle





Paola Marucci

sue spalle ha già una scommessa vinta.

“Dieci anni fa abbiamo rilevato l'hotel – racconta Marucci –. Le prospettive del mercato erano molto diverse da quanto poi è avvenuto: si prevedeva uno sviluppo importante. E in quel clima di ottimismo abbiamo dato il via ad una imponente ristrutturazione. Con il senno di poi, possiamo dire che l'audacia è stata premiata. Abbiamo fatto un investimento che ci ha permesso di essere il primo hotel 4 stelle di questa zona. E questo ci ha permesso di distinguerci dalle altre strutture e di non aver nessun tentennamento nei momenti in cui il morso della crisi si è fatto più profondo. Questa scelta, di fatto, ci ha premiati: dall'apertura il nostro fatturato è andato in crescendo. Ritrovarsi, dopo i lavori, ad avere una struttura nuova e adeguata alle esigenze attuali è stata la nostra fortuna”.

In questi anni, come sono cambiate le esigenze dei turisti? Cosa è cambiato nel settore turistico da prima della crisi ad oggi?

“I clienti sono diventati sempre più esigenti: ognuno dà un significato diverso a ciò che spende. E chi lavora a contatto diretto con la clientela deve essere anche un po' psicologo: è fondamentale imparare a capire chi si ha di fronte, cogliere subito le necessità che emergono e darsi come obiettivo quello di soddisfare ogni esigenza. La nostra filosofia è proprio questa: soddisfare ogni richiesta. E la nostra

disponibilità è l'elemento che sempre di più fa la differenza”.

Come è cambiata invece l'organizzazione del lavoro?

“Da quando abbiamo riaperto puntiamo ai mercati internazionali. Gli italiani ci trovano senza difficoltà ma per

“È FONDAMENTALE OTTIMIZZARE COSTI E DURATA DEL VIAGGIO, CHE TOGLIE TEMPO PREZIOSO ALLA VACANZA,”

i turisti stranieri è diverso. D'estate arrivano turisti da ogni parte d'Europa: Belgio Germania, Olanda, Inghilterra. E poi ci sono gli americani e i russi.

Il lavoro si concentra in pochi mesi però, perciò ci stiamo concentrando sulla diversificazione dell'offerta, mirando in questi primi periodi dell'anno alle vacanze 'benessere' che ruotano attorno alla nostra Spa”.

L'intervento delle istituzioni come si può inserire in questo quadro?

“Per noi le istituzioni sono fondamentali, soprattutto per quanto riguarda la destagionalizzazione degli arrivi: noi albergatori, da soli non possiamo fare



nulla. Servono strutture per accogliere eventi e convegni, per sviluppare un turismo di tipo diverso da quello classico dell'estate”.

Viaggi organizzati, mare, soggiorni dedicati al benessere. La Toscana ospita però molti luoghi speciali, da visitare almeno una volta nella vita. Uno di questi è il parco di Collodi: meta turistica fin dalla sua nascita, che continua ad ospitare, anno dopo anno, stagione dopo stagione, migliaia di turisti.

“Abbiamo avuto visitatori provenienti da 68 diversi paesi e in costante crescita – conferma **Pier Francesco Bernacchi, presidente della Fondazione Nazionale Carlo Collodi** –. Negli ultimi tre anni c'è stata una costante crescita: il 12 per cento nel 2014, l'8 nel 2015 e il 10 nel 2016. Quella di Pinocchio è una grande storia che, se per gli italiani è particolarmente nota, per gli stranieri rappresenta una scoperta affascinante”.

Quali sono stati i problemi che il parco si è trovato ad affrontare negli ultimi anni?

“Nel tempo si sono susseguiti periodi particolarmente difficili. Più che quello legato alla recente crisi economica, per noi fu drammatica l'approvazione delle prime direttive ministeriali sulle gite scolastiche. Mi riferisco a quelle con le quali si sanciva il rientro degli alunni delle elementari a scuola en-



Pier Francesco Bernacchi e Paola Lorenzini, Compleanno di Pinocchio 2017

tro la giornata. È stato un duro colpo, perché d'improvviso le scuole d'Italia non potevano più arrivare a Collodi da lontano e il parco divenne meta soprattutto di scuole della Toscana e delle regioni confinanti. Momenti che per fortuna appartengono al passato. Dieci anni fa abbiamo ristrutturato il

“IL BRAND TOSCANA RACCHIUDE UN MIX DI BELLEZZA, ARTE E NATURA UNICO AL MONDO”

giardino storico di villa Garzoni, ed oggi è una nuova meta turistica”.

Qual è il rapporto con il territorio? E quello con le istituzioni?

“Non vogliamo che questo territorio venga stravolto. Attualmente il Borgo di Collodi ospita migliaia di persone ogni anno. E' anche vero che sulla strada che attraversa la cittadina passano 200 tir al giorno con materiale destinato alle cartiere. L'intervento delle istituzioni è importante, e devo rendere merito alla Regione Toscana che si sta impegnando per affidare la progettazione di un percorso alternativo per i mezzi pesanti, una sorta di circonvallazione che sposterebbe il traffico fuori dalla cittadina. Rendendola più vivibile e sicuramente più accogliente per i visitatori.

E un altro esempio virtuoso arriva invece dai rapporti intessuti con il comune di Montecatini con il quale abbiamo un'attività di promozione che permette di dirottare sulle loro strutture alberghiere tanti turisti che qui non trovano posto”.

Come si immagina il parco di Collodi nel futuro?

“Ho un grande progetto per il futuro, quello di realizzare il ‘Parco degli amici europei di Pinocchio’. Abbiamo acquistato terreni per ampliare l'attuale parco, nella collina adiacente: venti ettari di terreno da dedicare agli amici del nostro eroe. Quali?

Dal Piccolo Principe a Don Chisciotte, la lista è lunga”.



Collodi, Villa Garzoni

NUOVE REGOLE SUI DATI PERSONALI: pronti per Maggio?

CON HYPERBOREA, IL GDPR È UN'OPPORTUNITÀ: ECCO COME.

Lil 25 maggio 2018 sarà definitivamente operativo il nuovo Regolamento sul Trattamento e la Gestione dei Dati, il GDPR (General Data Protection Regulation). Per molte Aziende l'adeguamento significa rivedere la propria infrastruttura, l'organizzazione dei processi e nuove soluzioni informatiche. Ma tutto questo non deve essere affrontato come un obbligo costoso e complicato. Le Aziende possono trasformare l'adempimento in un'opportunità per migliorarsi, adottando strategie e politiche di digitalizzazione della propria Gestione Documentale.

Pensate alla vostra Azienda in un qualsiasi giorno della sua vita, alla sua organizzazione, ai documenti che genera, alle applicazioni informatiche che utilizza e alle normative che deve rispettare. Sempre più frequenti, incrociamo

termini come:

- fatturazione elettronica
- posta elettronica certificata
- repository documentale
- workflow management
- conservazione a norma.

Affrontare l'adeguamento al GDPR isolandolo dal resto del proprio contesto aziendale può metterne a rischio l'efficacia. Potreste scoprire, per esempio, effetti successivi e imprevisi su altri aspetti aziendali che richiedono nuovi interventi, più costosi perché non pianificati, e la proliferazione di fornitori e soluzioni non integrate. Il GDPR diventa un'opportunità se lo si affronta come una parte dell'eco-sistema aziendale, sfruttando l'occasione per definire una **strategia complessiva di Gestione Documentale Digitale**.

Un percorso di digitalizzazione della gestione documentale realmente strategico ed efficace deve centrare tre obiet-

tivi.

- Integrare le applicazioni informatiche fra loro, al servizio di regole e processi aziendali.
- Migliorare le prestazioni, ridurre i costi e supportare la semplificazione organizzativa.
- Essere conforme alle normative vigenti come tutela aziendale e garanzia per i "terzi".

In questo scenario l'approccio di **Hyperborea** diventa "vincente".

- **Visione organica** > i dati sono calati in un contesto organizzativo più ampio, basato su processi scanditi da azioni, regole, vincoli e finalmente documenti.
- **Competenze multidisciplinari** > occorre conoscere il quadro normativo, saper analizzare un'organizzazione e i suoi processi documentali ed implementare soluzioni tecnologiche di supporto alla gestione documentale digitale.

- **Metodologie certificate** > qualsiasi intervento deve essere gestito in costante sinergia con il Cliente per fornire visione e controllo sull'andamento e garantire il risultato finale nei termini previsti.

Il mix di questi elementi consegna all'Azienda una strategia di gestione documentale digitale e una pianificazione progressiva realmente funzionali al contesto di partenza e agli obiettivi finali

La convinzione che sia questa la strada migliore per farvi "cogliere l'opportunità" non nasce da valutazioni o ipotesi astratte ma dalla nostra storia: da oltre 20 anni Hyperborea si dedica in questo modo alla Gestione Documentale.

Hyperborea

Centralino (+39) 050754241
Polo Tecnologico - Pisa
marketing@hyperborea.com
www.hyperborea.com



COME TUTELARE I PROPRI MARCHI E PRODOTTI NEL MERCATO GLOBALE?

LA BREVETTAZIONE DI PRODOTTI E PROCEDIMENTI INDUSTRIALI
E LE AGEVOLAZIONI PER LA REGISTRAZIONE DEI MARCHI

La globalizzazione dei mercati e il crescente appeal del Made in Italy hanno reso necessario per le aziende italiane tutelare i propri marchi e prodotti, dissuadendo la contraffazione e difendendo legalmente la proprietà intellettuale dei segni distintivi e del know-how. Davanti a sempre più frequenti tentativi di imitazione diventa imprescindibile per le imprese dotarsi di un'assistenza completa in Italia, nel mercato europeo e davanti a competitor extracontinentali, al fine di salvaguardare gli investimenti in ricerca e sviluppo e mantenere i vantaggi competitivi acquisiti.

Il Codice della Proprietà Industriale, la Convenzione sul Brevetto Europeo ed il Trattato di Cooperazione in materia di Brevetti (PCT) offrono un sistema capace di tutelare con efficacia prodotti e procedimenti industriali che posseggono caratteristiche di novità e originalità.

Le procedure di brevettazione previste sono molto meno costose di quanto si pensi; i problemi riguardano principalmente la scarsa conoscenza e l'aprioristica diffidenza verso questi strumenti di tutela. E proprio allo scopo di favo-



rire l'internazionalizzazione delle imprese è stato recentemente emanato il bando Marchi+3 che prevede cospicue agevolazioni per la registrazione dei marchi nell'Unione Europea e tramite la procedura di Marchio Internazionale. Quest'ultima, in particolare, consente, con un'unica domanda, di tutelare un marchio in uno o più dei 116 Paesi attualmente aderenti all'Accordo ed al Protocollo di Madrid, fra i quali Cina, Corea, Giappone, India, USA, Russia e tutti i Paesi dell'Unione Europea.

Riccardo Martini - ItalPatent

Consulenza in Proprietà Industriale
Info: 055.5320202 - 0574.597610
info@italpatent.com

UNO INFORMATICA

SOLUZIONI A VALORE

Specializzata in analisi, progettazione, sviluppo e integrazione di sistemi complessi ad alto contenuto tecnologico e soluzioni software personalizzate, Uno Informatica dal 1984 opera nel mercato dell'ICT.

40 professionisti, 3 sedi - Arezzo, Perugia e Padova - e 34 anni di esperienza nell'information technology: questi i numeri di Uno Informatica, storica azienda toscana specializzata nella progettazione e fornitura di soluzioni tecnologiche complesse per importanti aziende di tutta Italia. Ne parliamo con il titolare Francesco Camorri.

Come nasce l'azienda?

Uno Informatica nasce grazie alla passione e all'esperienza di mio padre Danilo. Dopo aver lavorato come capocentro per la Stilbert, ha deciso di lanciarsi in una propria avventura imprenditoriale, con l'obiettivo di creare un polo informatico. Obiettivo che ha dato vita alla stessa impresa che oggi può vantare di essere una

delle realtà italiane più prestigiose del settore ICT per valore, volumi e competenze acquisite.

Quali sono i punti di forza di Uno Informatica?

Senza ombra di dubbio le persone. I nostri collaboratori, oltre ad avere una consolidata esperienza, hanno un approccio al problem solving ben strutturato: vagliano tutte le possibili alternative insieme al cliente, garantendo la massima riservatezza su informazioni e dati e ricercando la miglior soluzione nel minor tempo possibile. Altro nostro punto di forza sono le partnership strategiche, come quelle con IBM e altri operatori internazionali, che ci consentono di utilizzare in anteprima le migliori tecnologie disponibili sul mercato. Il nostro plus resta comunque la capacità di fornire tutta una serie di servizi aggiuntivi, mantenendo i massimi livelli di flessibilità, qualità e professionalità.

Sede Legale & Head Office
Via Puccini, 150 - Arezzo
Tel. + 39 0575 98321
info@unoinformatica.it
www.unoinformatica.it

FIEL CONSULTING

CONSULENZA STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE



FIEL Consulting offre consulenza strategica e direzionale per le imprese: incontriamo Francesca Sottile, titolare dell'azienda, per capire meglio cosa si intende per "consulenza strategica" e perché questa è diventata un elemento fondamentale per le aziende che vogliono essere competitive.

Dottoressa Sottile, di cosa si occupa la Sua azienda?

Offriamo servizi di consulenza su strategia aziendale, marketing management e controllo di gestione: un ambito spesso sottovalutato dalle aziende. Obiettivo della gestione strategica è conseguire performance superiori, ecco allora che il nostro compito è quello di individuare delle fonti di profitto disponibili per l'impresa e formulare e attuare una strategia che sfrutti tali fonti. Purtroppo a volte si confonde l'attenzione ai parametri economico finanziari con il fare strategia; le aziende leader, invece, riescono a raggiungere e a difendere il loro vantaggio competitivo, quali che siano le condizioni ambientali esterne. La strategia si occupa del successo: proiettarsi nel medio-lungo periodo minimizza i rischi e permette di massimizzare i risultati.

Come reagiscono le imprese toscane davanti a questa "nuova" necessità?

In Toscana ci sono aziende che fanno strategia, riuscendo a ottenere vantaggi competitivi: le grandi imprese hanno un ottimo

management interno, ma le PMI, che sono la base del nostro tessuto produttivo, spesso non conoscono i vantaggi che una consulenza strategica potrebbe portare loro. Abbiamo aziende estremamente capaci, che offrono prodotti e servizi di eccellenza, ma che a volte faticano a sottolineare le proprie qualità e a proporsi adeguatamente sui mercati.

Cosa la affascina di più del Suo lavoro?

La passione è fondamentale nel mio lavoro: poter aiutare le aziende a svilupparsi, a valorizzare le loro potenzialità, a ottenere vantaggi competitivi sostenibili sono obiettivi che mi stimolano, e che cerco io stessa di portare avanti con i miei collaboratori, applicando gli stessi principi: eccellenza, esperienza e voglia di migliorarsi sono parole d'ordine e obiettivi che ogni giorno cerco di portare avanti con il massimo impegno e dedizione.

FIEL CONSULTING

Via Emilia 182/B – 56121 Pisa (PI)
www.consulenzastrategicaedirezionale.it

STUDIO FIORENZI

PERIZIE INFORMATICHE FORENSI E INDAGINI INFORMATICHE



La sicurezza online è un tema delicatissimo, e anche per le imprese diventa sempre più importante tutelarsi contro violazioni di dati, attacchi alla web reputation e tutti i possibili rischi provenienti dalla rete. Alessandro Fiorenzi, fondatore e titolare dell'omonimo Studio, in oltre 20 anni di attività ha maturato competenze in tutti gli ambiti della digital forensics, specializzandosi nelle indagini informatiche forensi in ambito aziendale. Lo incontriamo per capire meglio l'importanza del suo lavoro per le aziende.

Dottor Fiorenzi, di cosa si occupa il suo Studio?

Il nostro Studio si occupa di cyber securi-

ty in tutti i suoi aspetti: tutela i clienti con perizie informatiche forensi civili, penali e stragiudiziarie; offre una completa gestione degli incidenti informatici; previene la violazione di dati e informazioni riservate di privati e aziende. Non per niente, siamo partner di agenzie investigative e studi legali e collaboriamo con le autorità giudiziarie su tutte le questioni che riguardano crimini informatici.

Quali sono le principali minacce alle imprese oggi?

Le indagini informatiche che riguardano smartphone, computer, o Internet e Social Network, sono sempre più decisive per risolvere una contesa e fondamentali per dimostrare illeciti e reati come la condotta di dipendenti infedeli, spionaggio industriale, pratiche commerciali scorrette, frode, violazioni privacy e norme e regolamenti aziendali. Lo Studio Fiorenzi è da sempre attento e impegnato nella tutela delle imprese, del patrimonio aziendale, della proprietà intellettuale, contro azioni di spionaggio industriale, furto di dati, clonazione siti; ma anche nella protezione della web reputation

della azienda da pratiche commerciali scorrette e gestendo il data breach e gli attacchi informatici a norma GDPR.

Che valore possono avere le prove digitali?

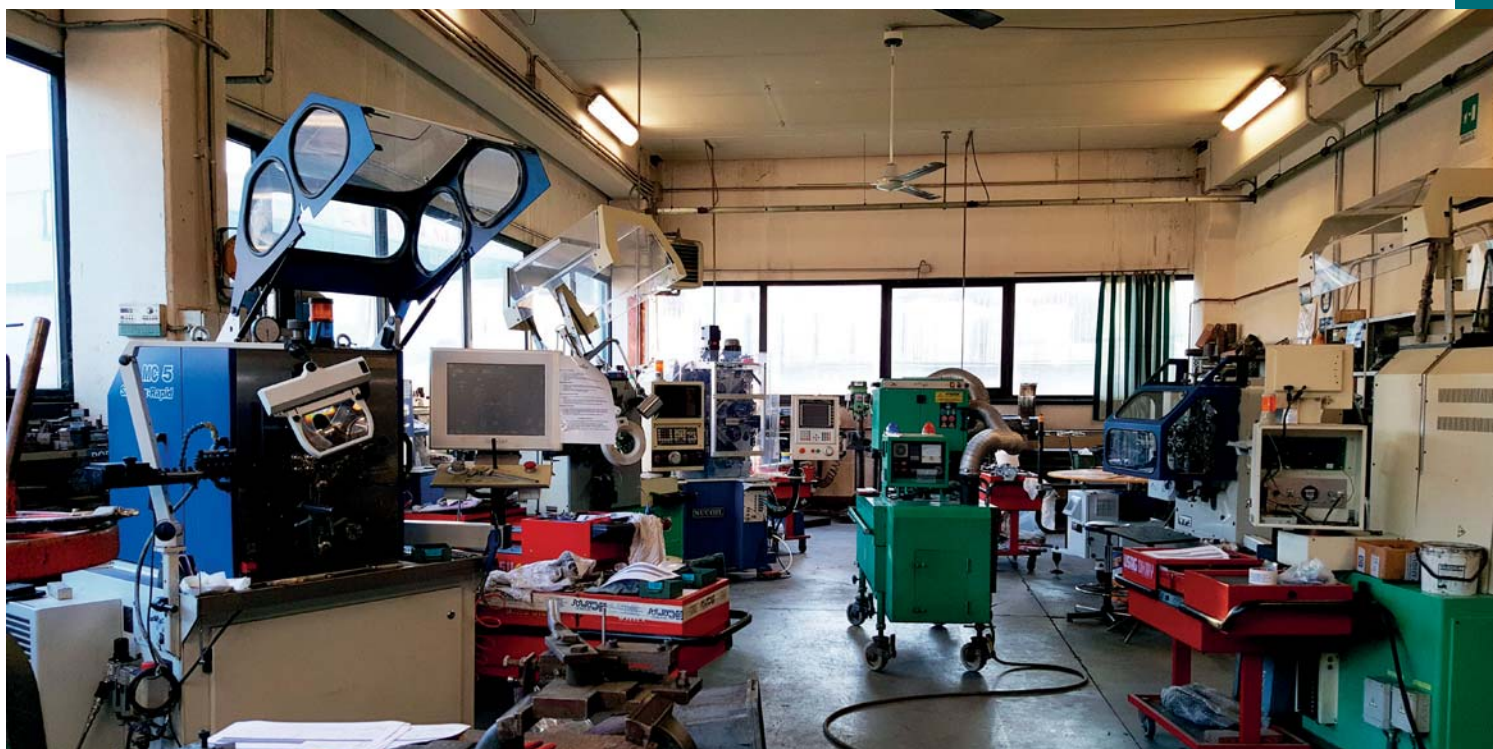
L'uso degli strumenti informatici è oggi pervasivo nella vita di tutti, e a maggior ragione nello svolgimento di un'attività di impresa: ogni dispositivo informatico tiene traccia del suo utilizzo, trasformandosi di conseguenza nel testimone più attendibile di ogni evento. Ma le prove digitali per avere valore legale devono essere raccolte mediante procedimenti forensi che sono garanzia di autenticità e originalità delle prove, al fine di poterle opporre a terzi in qualsiasi sede giudiziaria o stragiudiziaria. La consulenza in digital forensics e cyber security che offriamo fornisce all'azienda gli strumenti concreti e operativi per proteggere e fortificare il proprio business.

Studio Fiorenzi - Security & Forensics

Via D. Manin 50
50019 Sesto Fiorentino - Firenze
info@studiofiorenzi.it
www.studiofiorenzi.it

MOLLIFICIO COMAF SRL

SPECIALISTI NEL SETTORE DELLE MOLLE E COMPONENTI ELASTICI



Oltre 40 anni di esperienza nella produzione di molle su misura, uniti all'impiego di tecnologie all'avanguardia: queste le caratteristiche che hanno reso il Mollificio Comaf un partner di sicura affidabilità per le aziende del comparto della moda e del lusso.

Quanto conta il know-how per produrre una molla di qualità?

Il saper fare artigianale e la manualità – risponde Laura Piccioli, titolare dell'azienda – è fondamentale. Mio padre Valerio, che ha fondato l'azienda 43 anni fa, mi ha trasmesso tutte le sue conoscenze e segreti del mestiere. Quando sono entrata a lavorare in azienda avevo 19 anni. Oggi siamo un team di 6 persone e ognuno conosce profondamente la meccanica e il funzionamento delle molle: l'abilità di chi utilizza i macchinari e di chi rifinisce il prodotto è ciò che fa davvero la differenza nella qualità del risultato finale. Non nascondo che è difficile trovare giovani leve che abbiano la pazienza di imparare a lavorare al banco e capire i processi produttivi del nostro settore.

E la tecnologia che ruolo ha nel processo produttivo?

Puntiamo molto sull'innovazione tecnologica. Ogni anno introduciamo in azienda nuovi macchinari, tutti a controllo numerico e con touch screen. Ma ci stiamo strutturando

anche per avvalerci di apparecchiature a tecnologia 4.0, che possono essere comandate da remoto: a giugno è previsto l'arrivo del primo macchinario dotato di questa tecnologia. Inoltre, ogni volta che introduciamo nuove macchine, tutto lo staff partecipa a corsi di formazione e aggiornamento per il corretto utilizzo dei dispositivi.

Entriamo nel dettaglio dei prodotti. Che tipologie di molle produce?

Tutti i nostri prodotti vengono realizzati su misura e in base alle specifiche richieste del cliente. Abbiamo la possibilità di variare le dimensioni della molla e di utilizzare diverse tipologie di filo – in acciaio al carbonio o inossidabile e, in alcuni casi, anche ferro crudo o ottone crudo – o di nastro, che può essere temprato o temprabile, in acciaio al carbonio o inossidabile dolce, semi-crudo o crudo. Realizziamo molle a compressione, a trazione, a torsione o doppia torsione, molle a nastro e componenti elastici di varia tipologia. Internamente effettuiamo anche trattamenti termici ad ogni prodotto, per garantirne l'elevata qualità. Inoltre collaboriamo con fornitori qualificati per la realizzazione di finiture galvaniche come zincatura, cromatura, nichelatura o brunitura.



Quali sono i punti di forza di Mollificio Comaf?

Oltre alla pluriennale esperienza nel settore, siamo un'azienda molto flessibile: questo ci permette di intervenire nel processo produttivo con rapidità e, di conseguenza, di rispettare i tempi di consegna. Non ultimo, forniamo al cliente un'assistenza completa.

Mollificio COMAF SRL

Via dell'Albereto 19/A

Calenzano (FI)

Tel. +39 055 8876709

info@mollificio-comaf.com

www.mollificio-comaf.com



La **COSTA TOSCANA**, un **TURISMO** da **RECORD**

di ELENA POZZOLI

CROCEVIA DI POPOLI E CULTURE, LA COSTA TOSCANA È CULLA DI TESTIMONIANZE E DI CIVILTÀ, DI PAESAGGI E DI NATURA INCONTAMINATA CHE, ATTRAVERSO I SECOLI, HANNO RESO QUESTA TERRA UNICA E FAMOSA NEL MONDO. SEBBENE IL TURISMO COSTIERO ABBAIA REGISTRATO NEL 2017 NUMERI DA RECORD, SONO NECESSARIE POLITICHE ATTIVE E COORDINATE, ATTE A PRESERVARNE IL PRIMATO

Il 2017 ha rappresentato l'anno della svolta per il turismo nella Toscana. I dati positivi ed in continua crescita hanno finalmente decretato la fine della crisi per le imprese del settore.

L'estate 2017 sarà infatti ricordata come una delle migliori degli ultimi anni per il turismo regionale. La conferma è arrivata dai risultati dell'indagine realizzata dal Centro Studi Turistici di Firenze. Nel corso del trimestre estivo il sistema turistico toscano ha consolidato la sua posizione con circa tre milioni di arrivi internazionali (+3,4 per cento) che hanno totalizzato oltre undici milioni di pernottamenti (+3,5 per cento).

In particolare, sulla Costa Toscana il turismo estivo è cresciuto del 3,3 per cento, con segnali di aumento di presenze da giugno fino alla fine di agosto.

La bellezza dei paesaggi e della natura dalle spiagge incontaminate, la

campagna punteggiata di vigneti e cipressi, i reperti archeologici, i borghi medievali sono alcuni degli elementi che contraddistinguono la Costa Toscana: dalle colline al mare, dal litorale alle isole dell'Arcipelago.

Ne è la sua perla più brillante in un mare cristallino l'Isola d'Elba che, già nel 1814 Napoleone, scegliendola come luogo del suo esilio, la definì "l'isola dalla bontà del clima e dalla mitezza dei suoi abitanti".

Luca Bartolini è il proprietario dell'**Hotel Le Acacie**, presidente della **Banca dell'Elba** e socio fondatore della **Fondazione Isola d'Elba**. La sua famiglia conduce, da oltre 50 anni, con passione e dedizione il resort situato direttamente sulla spiaggia di Naregno, nel comune di Capoliveri, destinato soprattutto a famiglie con bambini piccoli.

Cosa rende l'Isola d'Elba così speciale?

"La nostra azienda è stata fondata nel

1949 dai nostri genitori e zii ed è sempre stata seguita personalmente dalla nostra famiglia. Adesso siamo alla terza generazione.



Luca Bartolini

**“LE BELLEZZE
NATURALI SONO UN
FIORE ALL'OCCHIELLO
DEL TURISMO
TOSCANO”**

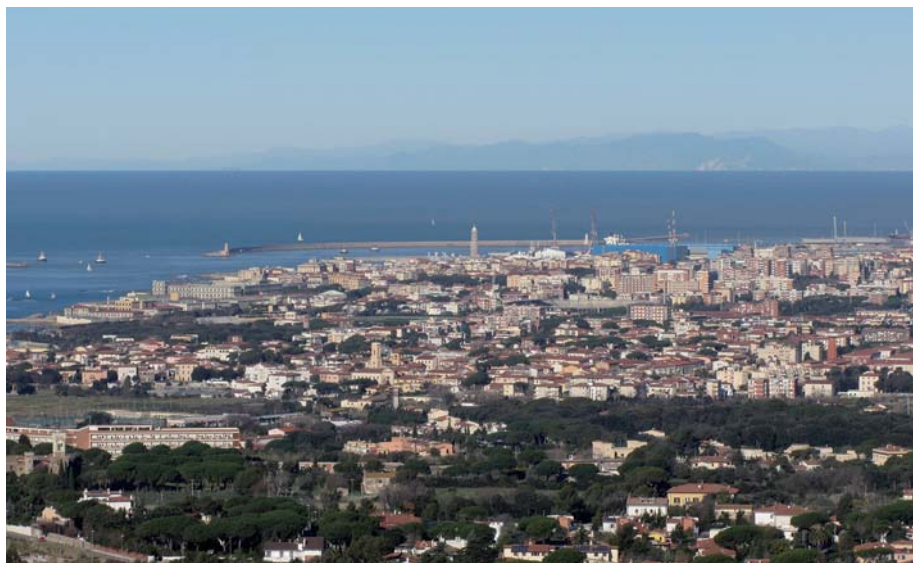
Credo che uno dei motivi principali del successo dell'Isola d'Elba, oltre alle qualità naturalistiche ed ambientali, sia che l'Elba è l'isola più vicina alla Costa Toscana e che si può definire, sinteticamente, ‘un pezzo di Toscana in mezzo al mare’”.

Com'è cambiato il turismo in questi anni?

“Il turismo è ormai un cosiddetto ‘prodotto maturo’. Il cliente è molto sensibile non solo alle caratteristiche e alla configurazione dell'offerta ma a tutto quanto ruota intorno alla vacanza, dall'ambiente alle escursioni proposte e all'atmosfera che si respira in azienda”.

Nel primo semestre 2017 si è registrato un vero e proprio record di presenze sull'Isola, con un incremento del 24,18 per cento sulla vendita dei biglietti dei traghetti. Fare sistema e perseguire un piano strategico di promozione e di marketing sono gli ingredienti necessari per mantenere questo trend positivo?

“Il turismo, in generale, è un settore in crescita e, nel 2017, le tensioni in-



ternazionali, dovute alle minacce terroristiche, hanno stimolato il turismo interno.

All'Elba è in funzione un sistema di gestione accentrata delle risorse destinate alla promozione turistica, basato su una programmazione e su una pianificazione degli interventi di promozione e di marketing”.

Lo sviluppo economico dell'isola è da sempre soggetto a interventi

**“IL CLIENTE È, OGGI,
SENSIBILE A TUTTO
CIÒ CHE RUOTA
ATTORNO ALLA
VACANZA”**

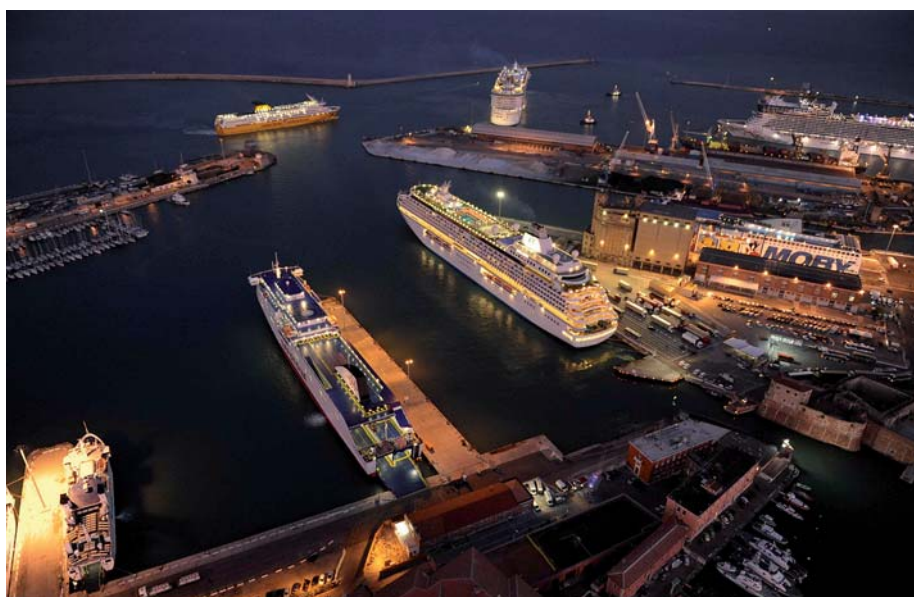
che vedono l'Elba più come un'appendice anziché parte integrante del territorio. È un dato di fatto suffragato dalla carenza di politiche attive rispondenti alle esigenze fondamentali per lo sviluppo dell'economia quali la continuità territoriale e la dotazione infrastrutturale. Quali sono gli interventi più urgenti in termini di sviluppo?

“In una visione prospettica vedrei, come prioritari, interventi finalizzati a creare una rete efficiente di collegamenti aerei, a completare il sistema dei collegamenti via mare con linee marittime veloci fra l'Elba, Livorno e Roma Fiumicino e la messa a punto della intermodalità con il trasporto ferroviario e stradale.

L'Elba è, infatti, tutt'ora un'isola ancora incompleta nelle infrastrutture e quindi nello sviluppo.

È indispensabile, quindi, potenziare i collegamenti tra il ‘continente’ e l'isola e sviluppare un sistema di porti turistici per il rafforzamento dell'accessibilità e della fruibilità turistica della costa e delle isole.

Occorre inoltre incrementare la varietà e la qualità dei servizi offerti dei vari mezzi di collegamento, sia marittimi sia aerei, anzitutto favorendo politiche tariffarie capaci di rendere effettivamente fruibile la mobilità perché, inevitabilmente, ne dipende il mantenimento della continuità territoriale e la prosecuzione dell'offerta turistico-alberghiera di alto livello, anche nel periodo invernale”.



Livorno, panoramica notturna



Luciano Guerrieri

“LA STAGIONE TURISTICA DEVE DURARE DODICI MESI L'ANNO, COSÌ L'ECONOMIA CRESCE”

re che quello dei traghetti. Abbiamo chiuso l'anno con trecentoquarantadue scali per un totale di circa settecentomila passeggeri per le crociere. Sul fronte traghetti abbiamo superato i due milioni di passeggeri con un aumento significativo in termini di veicoli e un potenziamento dei collegamenti con le isole maggiori e Capraia da parte dei nostri clienti più importanti.

Le prospettive per il 2018 sono mi-

gliori: per le crociere abbiamo già prenotati trecentosettantasette scali per settecentocinquantamila passeggeri. Per il prossimo anno non avremo mesi vuoti senza navi ma avremo una stagione che si articolerà per tutti i mesi dell'anno, da gennaio a dicembre, con giornate nelle quali vi saranno sei navi contemporaneamente. Il traffico traghetti anche per il 2018 si attesterà ad oltre due milioni di passeggeri in quanto i nostri due clienti storici Moby e Forship hanno confermato i loro impegni con tutte le linee di collegamento per la Corsica e la Sardegna, compresa Toremar che opererà con la linea giornaliera per l'Isola di Capraia”.

Quali sono state le novità più significative introdotte da Porto di Livorno 2000 nell'anno che si è appena concluso?

“La nostra azienda ha avviato un importante processo di rinnovamento che da una parte riguarda l'aspetto infrastrutturale dall'altro l'assetto societario della nostra organizzazione.

Se sul primo fronte il Piano Regolatore Portuale è il vero motore dello sviluppo e della crescita del nostro traffico in ragione del ridisegno e della ridefinizione di un Porto Passeggeri più ampio e all'avanguardia, sul fronte della 'governance' del Terminal Passeggeri di Livorno, la conclusione del processo di privatizzazione della nostra società costituirà il volano per la realizzazione di un programma di investimenti importante che offrirà opportunità di crescita per il nostro

Potenziare i collegamenti è obiettivo primario anche della società **Porto di Livorno 2000 S.r.l.**, di cui è neopresidente **Luciano Guerrieri**.

Presidente, qual è il bilancio per il 2017? Crescono crociere e traghetti nel porto di Livorno? E le previsioni per l'anno 2018?

“Il 2017 è stato un anno positivo sia per quanto riguarda il traffico crocie-

“CONSOLIDARE L'IMMAGINE DEI TERRITORI AUMENTA LA PLATEA RAGGIUNGIBILE”



porto”.

Nel 2017 Porto di Livorno 2000 è stata impegnata a promuovere il marketing project "Why Livorno", dedicato al territorio di Livorno e alla sua provincia. Di che cosa si tratta?

“‘Why Livorno’ è un ambizioso progetto di marketing che mira a consolidare non solo l’immagine del nostro scalo per le crociere a livello internazionale ma è concepito anche per rafforzare il brand Toscana nel mondo. Da anni, infatti, Porto di Livorno 2000 sta portando avanti un’intensa attività di marketing, in partenariato con la Regione Toscana e la loro agenzia per il turismo, Toscana Promozione, per promuovere il turismo nelle città d’arte della Toscana (Firenze, Pisa, Lucca, Siena, Volterra, S. Gimignano), con una particolare rilevanza data all’area della Costa Toscana ed in particolare la costa di Livorno”.

La Regione Toscana ha recentemente lanciato il brand "Costa di Toscana", il marchio pensato per la promozione integrata dell'area costiera. Quali sono le misure necessarie per il rilancio della Costa Toscana?

“La Regione Toscana è da sempre partner attivo delle nostre azioni di marketing e riconosce l’importante ruolo che il turismo crocieristico svolge per lo sviluppo e la crescita del turismo in tutta la nostra regione. Livorno, il principale gate per la Toscana, svolge un ruolo fondamentale



“IL BRAND COSTA TOSCANA ARRICCHISCE L'OFFERTA TURISTICA REGIONALE”

per il turismo proveniente dal mare. La Costa rappresenta senz’altro un bacino interessante per arricchire l’offerta turistica di una tra le regioni più famose e attrattive al mondo e anche il nostro brand ‘Costa Toscana Cruise’, il quale contribuisce a veicolare la cosiddetta ‘altra Toscana’, quella dei territori della Costa che comprendono: la città di Livorno, Bolgheri e la Strada del Vino, la Costa degli Etruschi e l’Isola d’Elba, meno

conosciuta rispetto alle grandi città d’arte ma ricca di storia, di arte, di cultura e di percorsi naturalistici, capaci di accrescere il turismo nell’intera regione.

Oltre al lavoro indispensabile di comunicazione, è evidente che i territori devono investire per rendere veramente fruibile questo patrimonio e, in accordo con i tour operator e le linee da crociera, potenziare l’accoglienza, focalizzando gli sforzi su quelle che rappresentano ormai le vere attrattive riconosciute di questa parte della Toscana.

La Porto di Livorno 2000 S.r.l., in partnership con l’Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settenzionale, ha svolto recentemente un accurato lavoro di indagine, affidato all’Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana per la parte tecnica, per caratterizzare la domanda dei crocieristi sulla base della loro nazionalità e del tipo di crociera scelto: si sono ottenute importanti indicazioni sull’impatto economico del crocierismo in Toscana, individuando i punti di forza del territorio e le opportunità che si possono creare per lo sviluppo della Toscana della costa”.

“IL CROCIERISMO OFFRE GRANDI OPPORTUNITÀ PER LO SVILUPPO DEL SETTORE”



Livorno, alto fondale con nave da crociera



JERSEY MODE

TINTURA E FINISSAGGIO DI TESSUTI A MAGLIA

Jersey Mode nasce all'inizio degli anni '70 quando Adriano Bellu e Luigi Conti, ora supportati dai rispettivi figli Annalisa e Guido, fondano una società destinata a diventare un punto di riferimento per la lavorazione del tessuto a maglia per conto terzi. Lo stabilimento, situato alle porte di Prato, comprende un reparto rifinitura e tintoria, un laboratorio e un magazzino di stoccaggio di tessuti grezzi, oltre a un prezioso archivio, sviluppato in 40 anni di attività, che conta 85mila ricette e costituisce uno dei valori aggiunti a cui l'azienda attinge per soddisfare puntualmente ogni richiesta del Cliente. Jersey Mode è infatti capace di offrire, con i vantaggi di un processo industriale, un servizio e una qualità caratte-



ristici fino a qualche anno fa del solo lavoro artigianale. «Ciò che ci contraddistingue è la capacità di lavorare anche piccole quantità di tessuto offrendo la possibilità di personalizzazione totale sia dal punto di vista tintoriale che di rifinitura», spiegano orgogliosamente i titolari. La flessibilità di progettazione e di programmazione e l'ampia gamma di materiali lavorati sono i tratti caratteristici di un'azienda che propone tutte le lavorazioni tessuti possibili: tintura in pezza, aperta o tubolare, lavaggio in continuo, lavorazioni in cesto per capi finiti e pezze, garzatura, cimatura, smerigliatura, sanforizzo, termofissaggio, asciugatura, vaporizzo, bottalatura, calandratura, folatura e KD. Contestualmente ad un servizio dove i Clienti possono monitorare online in tempo reale, l'avanzamento della produzione e confrontandosi con l'azienda per valutare eventuali modifiche. Jersey Mode, infine, dispone di un moderno laboratorio, utilizzato per lo studio e la progettazione di ricette di colori su tutti i tipi di materiale tessile e per il controllo qualità attraverso l'uso dello spettrofotometro per la verifica del colore. Il reparto Ricerca e Sviluppo guarda con particolare attenzione all'impatto ambientale delle lavorazioni: non a caso



Jersey Mode già dispone del Sistema di Gestione Qualità certificato secondo la norma ISO 9001-2008, di un Sistema di Gestione Ambientale certificato ISO14001:2004 e dell'attestato di conformità EMAS al regolamento CE n.1221/2009. L'impegno verso l'ambiente è stato ulteriormente rafforzato nel luglio 2016, quando Jersey Mode è entrata nel Consorzio Italiano Implementazione Detox di Greenpeace insieme ad altre 30 aziende manifatturiere del distretto pratese, associate a Confindustria Toscana Nord. L'attenzione al Cliente, l'impegno verso l'ambiente e la continua ricerca rendono Jersey Mode un punto di riferimento nel settore della tintoria e del finissaggio di tessuti a maglia.

Jersey Mode Spa
Via Delle Fonti, 384/b
59100 Prato
Tel. +39 0574.590751
info.jerseymode@jerseymode.it
www.jerseymode.it

ELETTROMECCANICA GIACOMO BONCIOLINI

IMPIANTI E MANUTENZIONI ELETTRICHE
AUTOMAZIONE INDUSTRIALE

Elettromeccanica Giacomo Bonciolini è una ditta di impianti elettrici e manutenzione che si occupa anche di automazione industriale e di una vasta gamma di impianti elettronici. Nata nel 1984, EGB non ha mai perso la voglia di rinnovarsi e migliorare la qualità e il prezzo dei suoi servizi.

L'esperienza maturata in questi anni e la volontà di migliorare continuamente hanno permesso all'azienda di rimanere aggiornata su tutte le trasformazioni tecnologiche, implementando la propria gamma di servizi e proponendo soluzioni capaci di conciliare sicurezza, efficienza e risparmio energetico. Nel dettaglio le attività di EGB includono: manutenzione e installazione di cabine di trasformazione MT/BT; progettazione e installazione di impianti di video-sorveglianza, impianti antifurto e rilevatori antincendio; consulenza per risparmio energetico e progettazione illuminazione LED; realizzazione di quadri elettrici per l'automazione e la distribuzione; impianti di raccolta dati di processo e supervisione.

L'azienda può vantare tra i suoi clienti alcune tra le più importanti realtà industriali della Toscana: la **Nuovo Pignone**, con cui collabora dal 1986; **Ferrovie dello Stato**, per cui EGB progetta e installa equipaggiamenti elettrici ed effettua spostamenti e manutenzione di macchinari; **ALIVAL**

Spa, per cui EGB ha realizzato l'impianto elettrico del centro logistico e numerose altre attività; **Cromology** multinazionale francese per cui, fra le altre numerose attività, la EGB ha sostituito l'illuminazione del centro logistico toscano con più performanti plafoniere a LED.

La E.G.B. inoltre si occupa di tutte le verifiche preventive sugli impianti elettrici richieste dalle normative vigenti: controllo dell'illuminazione di emergenza, dei quadri elettrici e degli interruttori differenziali, con relativa implementazione e rilascio dei registri di prova. EGB Ha maturato negli anni anche una notevole esperienza nella strumentazione industriale di processo; potenza (consumi); temperatura; pressione; conducibilità, ecc. collabora con i maggiori costruttori internazionali di strumentazione, e ha tecnici in grado di analizzare e implementare una soluzione su misura.

Un assetto organizzativo estremamente funzionale ha anche permesso all'azienda di ottimizzare i costi di gestione, mettendola in grado di lavorare in qualità con costi estremamente competitivi. EGB quindi non è solo in grado di realizzare un impianto elettrico industriale, ma anche di offrire consulenze e sviluppare preventivi, valutare l'automazione di macchine e impianti e proporre un'ampia gamma di soluzioni per l'impiantistica elettrica ed elettronica.



E.G.B. Di Giacomo Bonciolini
Via C. Battisti, 490
51015 Monsummano Terme (PT)
+39 0572 951938
info@egb.it





STUDIO LUCCA TRADUCE

Dal 2010 lo Studio Lucca Traduce, con sede nel coworking Multiverso del Polo Tecnologico Lucchese, offre un servizio di traduzione e interpretariato in varie combinazioni linguistiche e in molteplici settori. Da saggistica a testi culturali, per arrivare a temi tecnici e commerciali, con garanzia di massima cura del testo, coerenza di traduzione e tempi di consegna e costi competitivi.

Lo Studio Lucca Traduce nasce dalla professionalità e dall'amicizia di Anna Lisa Pace, italo-tedesca, e Katia Salvadori, cresciuta a Boston e trasferitasi in Italia a 20 anni. Entrambe traduttrici diplomate e iscritte all'albo dei traduttori presso il Tribunale di Lucca, si sono conosciute in una multinazionale dove si occupavano di traduzione e comunicazione. Da 8 anni si sono tuffate nell'avventura del libero professionista.



Tradurre è come trovare la nota giusta. Qual è il vostro approccio?

Noi ci occupiamo personalmente dell'inglese e del tedesco e collaboriamo con dei professionisti per le altre lingue. Tradurre non significa tradurre alla lettera. La definizione di Wikipedia è calzante: "la traduzione è un'attività che comprende l'interpretazione del significato di un testo e la successiva produzione di un nuovo testo". Le lingue sono in evoluzione, per questo ci aggiorniamo costantemente seguendo quotidiani, riviste, televisione e internet. Partecipiamo anche a rassegne ed eventi di settore per confrontarci con gli altri professionisti.

Cosa vi piace di più del vostro lavoro?

La soddisfazione di esprimere significati e culture da una lingua all'altra. È come cimentarsi con un rebus da decifrare per arrivare alla soluzione: ogni progetto è affrontato con passione per trovare le giuste chiavi di lettura e sfumature espressive che lo rendono fruibile a chi non conosce la lingua sorgente. Anche instaurare con il cliente un rapporto di reciproco rispetto è gratificante: ascoltiamo i suoi feedback, cerchiamo di capire perché preferisca un vocabolo o un certo registro al posto di un altro e, da parte nostra, spieghiamo le nostre scelte. È un arricchimento continuo.

L'esperienza in azienda è stata utile per l'attuale progetto?

Certo, ci ha permesso di conoscere bene le esigenze, dinamiche e aspettative che il cliente ha nei confronti del fornitore:



su questo adesso costruiamo la base più importante dei servizi che offriamo.

Perché avete scelto Multiverso per svolgere la vostra attività?

Dall'home office siamo passate al coworking per avere uno scambio quotidiano con le persone e una sede dove interfacciarci con clienti e collaboratori. Questa soluzione ci offre anche la possibilità di collaborare con le altre realtà presenti nella struttura, come studi grafici, agenzie di comunicazione e sviluppatori software.

Studio Lucca Traduce S.a.s.

c/o Polo Tecnologico Lucchese
Via della Chiesa XXXII, trav. I 231
Loc. Sorbano - Lucca
Tel. +39 328 0521010 / +39 329 3979661
info@lucattraduce.it
www.lucattraduce.it

TOSCO DATA

STAMPA E GESTIONE DOCUMENTALE PER LE IMPRESE

Tosco Data nasce nel 1984 per volontà di Adelio Tucci e della moglie Daniela; l'azienda si fa subito apprezzare offrendo consulenze, prodotti e servizi office per la gestione aziendale. Con il tempo, l'azienda si specializza nelle tecnologie di stampa hardware e software, ottimizzando i flussi analogici di stampa e grafica e proponendo nuove soluzioni nell'ambito della gestione documentale e dei processi aziendali.

L'azienda pistoiese sviluppa software personalizzati per le imprese, sempre più necessari per non affogare nella marea di informazioni prodotte dal mondo delle nuove tecnologie. L'attenzione alle soluzioni più innovative è dimostrata anche dalla scelta di allargarsi al mondo cloud. Con esperienza e lungimiranza, Tosco Data è riuscita quindi a interpretare le esigenze di una società sempre più mutevole, affrontando al meglio difficoltà interne ed esterne: la scomparsa di Adelio Tucci ha responsabilizzato lo staff, che sotto la guida del figlio Pierluigi ha migliorato la sua predisposizione al problem solving e rafforzato le collaborazioni con i più importanti marchi del settore. L'azienda è attualmente partner accreditato di marchi di eccellenza come Canon e Kyocera e vanta, dal 2004, una partnership con Able Tech, la software house sviluppatrice del primo software documentale interamente italiano: Arxivar. Scelto da Tosco Data per la sua semplicità di utilizzo e le sue possibilità di customizzazione, Arxivar permette di creare, gestire, condividere, modificare, inviare, archiviare e conservare in modo sicuro tutte le informazioni aziendali unicamente in forma digitale. Anche grazie a queste sinergie, Tosco Data ha saputo garantire negli anni una crescita costante della qualità del proprio servizio di consulenza e assistenza tecnica e sistemistica, fino a offrire un servizio completo per la gestione integrale dell'ambiente di lavoro. L'altro ambito su cui Tosco Data eccelle è proprio la consulenza aziendale: i suoi esperti sono in grado di analizzare i flussi di lavoro



Pierluigi Tucci titolare di Tosco-Data

di ogni azienda, trovando la soluzione migliore per ogni realtà, grazie al continuo aggiornamento sulle ultime novità nel settore IT, Copy e Informatico. Un altro esempio è il software "Memento" completamente sviluppato dall'azienda che, dal 2005, padroneggia nel settore delle onoranze funebri di tutta Italia e che dal 2018 si contraddistingue come la prima soluzione in cloud per il settore. Del resto, la formazione continua è un principio inderogabile per una realtà che

ha come motto "Gli uomini imparano finché vivono, le aziende vivono finché imparano". Grazie a questa filosofia Tosco Data è riuscita ad affermarsi in un mercato altamente competitivo, arrivando a contare oltre tremila imprese tra i propri Clienti.

Tosco Data Srl
Via Borgognoni 2/i
51100 - Pistoia (PT)
Tel. 0573 22160
www.toscodata.it





PRODURRE PULITO

RACCOLTA, STOCCAGGIO E SMALTIMENTO DI RIFIUTI SPECIALI

Nata nel 1988 su impulso del Comune di Sesto Fiorentino, Produrre Pulito è oggi una delle più importanti realtà toscane di smaltimento, trattamento e avvio recupero di rifiuti speciali, pericolosi e non pericolosi. La trasformazione in società a carattere esclusivamente privato ha favorito ulteriormente lo sviluppo dell'azienda che, cresciuta di pari passo con il tessuto industriale e commerciale dell'area sestese a cui ha saputo dare risposte economiche e sostenibili, opera oggi su tutto il territorio Regionale. Produrre Pulito è infatti capace di gestire in modo corretto oltre 130 codici di rifiuto, rappresentando per le aziende un partner competente, affidabile e disponibile nella corretta gestione e nello smaltimento dei rifiuti speciali. La piattaforma di stoccaggio temporaneo di Produrre Pulito occupa una superficie di oltre 3.000 mq e consente di accogliere una vasta gamma di rifiuti: liquidi, solidi e fangosi. L'azienda tratta oltre 6.000 tonnellate l'anno di rifiuti (3.500 tonnellate di rifiuti l'anno nel proprio impianto e circa 3.000 tonnellate intermediando codici non gestibili direttamente), concentrandosi particolarmente nella gestione di oli minerali esausti e di altri rifiuti liquidi e solidi provenienti da officine meccaniche, impianti di vernicia-

tura, aziende tessili e conciari.

Produrre Pulito effettua, direttamente o tramite intermediari di propria fiducia, un servizio di microraccolta presso le attività commerciali e industriali cui presta servizio, per poi selezionare e stoccare i rifiuti da inviare successivamente presso gli impianti finali per smaltimento e/o recupero. L'azienda, dotata delle certificazioni di qualità ISO 9001 e ISO 14.001, è membro del Consorzio Nazionale degli Oli Usati (CONOU) ed anche del Consorzio Nazionale Batterie (COBAT), associazioni che richiedono un'eccezionale attenzione nel trattamento dei rifiuti. Il rispetto dell'ambiente e la sicurezza dei processi hanno permesso all'azienda di imporsi come realtà innovativa, capace di offrire i propri servizi in maniera ecologicamente sostenibile e rappresentando per le imprese un partner competente e affidabile. Oltre al ritiro e allo stoccaggio dei rifiuti, Produrre Pulito svolge anche servizi di consulenza e formazione per quanto riguarda la gestione dei rifiuti. Il servizio offerto parte quindi da un sopralluogo nei siti di produzione per determinare insieme al produttore l'effettiva natura del rifiuto prodotto e aiutarlo nella corretta classificazione, di cui egli è responsabile. Produrre Pulito assiste anche le aziende nella compilazione dei MUD



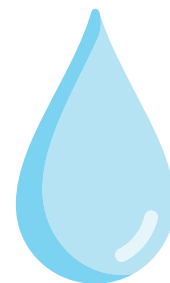
annuali e nella gestione delle pratiche SISTRI che permette la tracciabilità dei rifiuti pericolosi (es. olio esausto, batterie, ecc.) come richiede la normativa in vigore.

Produrre Pulito Srl
+39 055300235
Via Ponte dell'Asse, 25
50019 Sesto Fiorentino (FI)
info@produrrepulito.it

TREELIUM

T-Sonik OM

DISPOSITIVO ANTICALCARE

Il risparmio
passa dall'acqua.**ZERO
MANUTENZIONE****NESSUN
MAGNETE****NESSUN
ADDITIVO
CHIMICO**

T-Sonik OM è l'esclusivo e brevettato dispositivo anticalcare e antibatterico per uso industriale e domestico. Grazie al principio dell'attivazione idrodinamica, l'acqua passa attraverso il dispositivo creando oscillazioni meccaniche che generano **ultrasuoni in grado di eliminare le incrostazioni di calcare e i batteri** rispettando al contempo le qualità chimiche dell'acqua. L'impiego dell'esclusivo sistema T-Sonik OM nei processi produttivi e, in generale, nella vita aziendale apporta **una serie di benefici che si traducono ben presto in un risparmio economico** anche grazie al fatto che questo rivoluzionario dispositivo, modificando le caratteristiche fisiche dell'acqua, consente di **ridurre drasticamente la quantità di prodotti chimici nei processi di lavaggio sia in ambito industriale che domestico.**

**SODDISFATTO O
RIMBORSATO PER 6
MESI****100% GREEN****PER USI CIVILI
E INDUSTRIALI****100%****eliminazione delle
incrostazioni di calcare**e, dunque, dei suoi effetti
negativi sui macchinari e
sull'acqua stessa.**-50%****di utilizzo detersivi**grazie ad un aumento del-
le potenzialità detersivi
dell'acqua stessa.

CINQUE ANNI DI GARANZIA

ZERO MANUTENZIONE

FACILE DA INSTALLARE

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO

paesaggi
d'acquaSCOPRI DI PIÙ SU: www.paesaggidacqua.com/t-sonik

RICHIEDI UN SOPRALLUOGO GRATUITO:

Info-line: 0586 68.48.98 • tsonik@paesaggidacqua.com



Lorenzo de' Medici

UN AMBIENTE DI CLASSE

Dal 1950 il **Ristorante Lorenzo de' Medici** propone la miglior cucina tipica tradizionale toscana anche senza glutine. La provenienza degli ingredienti utilizzati all'interno del ristorante è tutta fiorentina, dal vicino mercato di San Lorenzo a piccoli produttori locali. Il nostro menù senza glutine spazia dai migliori piatti di terra a quelli di pesce ed è corredato di eccelsi antipasti, contorni e dolci, degni del nostro nome, nonché la pizza direttamente dal nostro forno a legna e non dimenticatevi del vino!

Via del Giglio, 49/51r - 50123 - Firenze - Tel. 055 212932 - info@lorenzodemedici.eu - www.firenzesenzaglutine.it