

## EDITORIALE

### La crisi della Grecia e la "solidarietà" tedesca

di Francesco Chiappetta

La copertina dell'ultimo numero di Focus, dedicata alla crisi ellenica e alla eventualità che la Germania sia chiamata a finanziare il salvataggio del partner europeo è emblematica dell'opinione che i cittadini tedeschi esprimono sulla vicenda. Germania e Grecia sono agli antipodi, quanto a gestione delle risorse: se i primi hanno addirittura inserito nella loro Costituzione il vincolo di bilancio in pareggio, anche se mitigato dalla frase "salvo situazioni eccezionali", i secondi hanno sistematicamente truccato i conti pubblici negli ultimi sette anni, ammettendo solo ora un rapporto deficit/Pil del 13% per il 2009. Dopotutto, avevano già falsificato i loro conti per accedere all'euro nel 2000!

I dati economici sottendono la differenza di due culture, una di matrice calvinista e protestante, dedita al lavoro e all'impegno personale come mezzo di affermazione dell'uomo, l'altra "mediterranea", che ha nei legami (familiari e di amicizia) tra le



persone il perno della società. Elemento che la espone maggiormente ai rischi della corruzione e del nepotismo, come dimostrano le statistiche: l'evasione fiscale è la più alta d'Europa, il familismo e l'ingiustizia sono elementi fondamentali del-

(Continua a pagina 2)

## INDICE

<b>WEB 2.0</b> Una community per gli interior design: acquistare tessuti con i propri disegni	<b>MARKETING</b> "Merenda Reale", turismo e gastronomia a Torino	<b>COMUNICAZIONE</b> National Geographics al Palazzo delle Esposizioni di Roma	<b>MERCATI</b> Come partecipare all'Expo 2010 con la consulenza di G180
--	---	---	--

## EDITORIALE

## La crisi della Grecia e la “solidarietà” tedesca

(Continua da pagina 1)

la vita pubblica, sia quando si assume un dipendente, sia quando si assegna una sovvenzione o un appalto. La Pubblica Amministrazione divora risorse enormi per remunerare una quantità eccessiva di dipendenti pubblici, poco produttivi e dotati di cospicui privilegi: vanno in pensione a 60 anni con il 96% dell'ultima retribuzione, che per un insegnante significa ricevere 28 mila euro l'anno di pensione.

La moneta unica ha aggravato i problemi del Paese: invece di contribuire alla crescita delle esportazioni, come in tutte le altre nazioni dell'area Euro, queste sono diminuite dal 9 al 7% sul Pil negli ultimi dieci anni. Per fare un confronto, in Italia le esportazioni costituiscono il 24% del Pil.

Ciò evidenzia anche la fragilità della moneta unica, che non ha sanato le contraddizioni tra le diverse economie nazionali e che non ha trasformato economie prodighe verso i settori meno produttivi in oculati amministratori del bilancio statale.

Diversa la situazione in Germania, che con un attento processo di deflazione interna ha ridotto il costo del lavoro e la spesa pubblica, rilanciando così la competitività delle esportazioni. I dati della Grecia sono ben diversi: secondo il Wall Street Journal, l'evasione incide sulle casse dello Stato per circa 15 miliardi di euro l'anno, pari al 25,1% del Pil, la percentuale più alta di tutte le nazioni europee (negli Usa, è al 7%). Il “sommerso” vale il 25% del Pil e viene evasa il 30% dell'Iva dovuta.

Il premier ha ammesso che la crisi è innanzitutto il risultato della “corruzione” che colpisce ogni livello della Pubblica Amministrazione: ispettorati fiscali distratti o facilmente corruttibili, grazie a cui solo cinquemila contribuenti (su una popolazione di 11 milioni) denuncia un reddito superiore ai 100mila euro. Uno Stato, come ha affermato il politologo Theodore Coloumbis, “*elefantiaco e ineffi-*

*ciente quanto la cultura che lo ha prodotto - la cultura del favore, della clientela, della bustarella, dell'eterno ricorso alle conoscenze per ottenere un impiego, una cattedra, un'esenzione”.*

Tra il 2001 e il 2008 il costo del lavoro è aumentato del 40%. Il peso della struttura pubblica, molto invasiva sulle casse statali non è sceso: i dipendenti pubblici, esclusi i settori della sanità e dell'istruzione, sono l'8,3% degli occupati rispetto al 7,2% della Germania e al 6,2% dell'Italia (dati Eurostat).

Questi dati dimostrano che non c'è alcun complotto finanziario dietro ai recenti avvenimenti, ma solo la presa di coscienza di una realtà che per anni si era celata dietro trucchi contabili e ardite operazioni finanziarie a cui avevano colpevolmente partecipato le principali banche d'affari mondiali.

Né la soluzione può essere accettare l'aiuto della Cina, che con Cosco Pacific gestirà per i prossimi 35 anni le due banchine-containers del Pireo avendone il controllo totale, ovvero potendo decidere autonomamente chi è autorizzato ad attraccare. Un ottimo modo per controllare il commercio internazionale! La Cina avrebbe già acquistato 25 miliardi di dollari di debito greco – come scrive il Financial Times – ma la contropartita richiesta era entrare nel capitale azionario della principale banca greca: una richiesta a cui – con saggezza – il Governo greco ha risposto negativamente.

Ora in molti non credono che un prestito di venti miliardi di euro del governo tedesco possa risolvere la crisi ellenica. Come era già avvenuto nella crisi finanziaria del 2008, si sa che essa potrà solo essere rimandata, come avvenne dopo il salvataggio di Bear Stearns, che rinviò solo di poche settimane il momento della verità per il mondo finanziario Usa. E così entro alcuni mesi il governo greco chiederà altri prestiti, cercando nell'Europa una stabilità finanziaria che la sua irresponsabile gestione gli ha precluso. La Germania non potrà finanziarla all'infinito: il ministro delle Finanze Schäuble ha già avvertito che i greci hanno vissuto “*ben al di là dei loro mezzi, e adesso non possiamo essere noi a pagare*”. Per le cicale, i tempi saranno duri.

ASSOCIAZIONE  
GIOVANI PER ROMA

spazio  
Novecento

GIOVANI PER ROMA

presentano  
**Domenica 7 Marzo 2010**  
**ore 21.30**

**ROME4LADY**  
per Haiti

madrina della serata: **GABRIELLA LABATE**

presenta: **STEFANO SABATINI**

con la comicità di

**DARIO CASSINI e**  
**VALENTINA PERSIA**

... e molti altri ospiti!

L'incasso della serata sarà devoluto alla  
**FONDAZIONE FRANCESCA RAVA - N.P.H. ITALIA ONLUS**

In collaborazione con:



Sponsor:



Con il patrocinio di:



Per info: Riccardo 393 3681955 - info@rome4lady.it - sorbarariccardo@gmail.com - www.rome4lady.it - www.giovanixroma.org

## WEB 2.0

## Una community per i tessuti d'arredamento: gli utenti disegnano e acquistano i tessuti con le proprie "opere" stampate

di Viviana Lucca

La teoria della Long Tail di Chris Anderson trova l'ennesima conferma della sua validità nelle iniziative di alcuni siti che consentono agli utenti di inserire disegni da stampare su tessuto da arredamento, da acquistare per sé stessi o per chiunque li desideri.

Nella logica del web 2.0, tutto è condiviso: sia le opere degli *interior designer* "casalinghi", sia i giudizi sulle loro realizzazioni, costituendo community numerose (40 mila utenti in meno di due anni per Spoonflower).

E' sorprendente come il web riesca a fare emergere esigenze che si potrebbero immaginare come

residuali nel mercato. A quante persone può interessare scegliere un tessuto d'arredamento che non sia stato vagliato da una fabbrica? Sulla carta, potrebbero essere pochi, non sufficienti a costruirci sopra un business. Così come si può pensare siano poco numerosi coloro che sono in grado di disegnare un tessuto d'arredamento per proprio uso personale, rinunciando alle opere già in commercio. Invece, la Long Tail dimostra che anche un piccolo mercato, quando si è sul web, può offrire numeri significativi e costituire un valido modello di business.

Per i creativi e gli aspiranti *interior designer*, anche italiani: in questi siti web potete inviare i vostri disegni ed acquistare a prezzi competitivi i tessuti per arredare casa (tende, divani, cuscini) con le vostre opere.



### custom printed fabric

- No minimum order
- \$18-\$32 per yard  
\$5 swatches
- Premium natural fabrics
- Eco-friendly textile printing
- International shipping



design and print your own fabric

Get Started Now >

## MARKETING

## “Merenda Reale”, marketing esperienziale per promuovere turismo e dolci del Piemonte

di Monica Polito

Dal 13 febbraio e fino al 14 marzo prossimo, le caffetterie storiche di Torino offrono ai visitatori l'esperienza del rito della “merenda” aristocratica, che la corte sabauda aveva in uso dalla fine del Seicento.

Il personale di servizio è vestito in livrea, come all'epoca dei Savoia: gonna lunga per le donne e pantalone marrone scuro per gli uomini, camicia bianca e coccarda blu Savoia. I tavoli sono “vestiti” con tovaglie di colore rosso o bianco - i colori della corte sabauda - e le tazze in cui viene versata la cioccolata, protagonista della “Merenda Reale” sono alte e strette, sul modello di quelle settecentesche di porcellana chiamate 'macerina' o 'trembleuse'.

Come nella tradizione, la merenda si compone di due portate: la prima è costituita dalla cioccolata calda preparata con l'acqua, come nella ricetta originale, e non con il latte; essa è servita con i “bagnati” i biscotti da intingere, le paste savoiarde alla provenzale, le paste Savoia alla piemontese, i canestrelli, i torcetti, le lose golose, i gofri, le lingue di suocera e altri dolci simili della tradizione. La seconda portata è di solo cioccolato e specialità piemontesi: praline, torte, torrone e i famosi “diablottini”, i cioccolatini più antichi del mondo.

L'impatto sul visitatore è notevole: egli compie un breve ma intenso viaggio nel passato, vive in prima persona l'atmosfera di una antica corte, che risveglia in lui la memoria di antichi dipinti o di lezioni di storia. E si appassiona alle eccellenze della gastronomia, che forse assaggia per la prima volta.

L'iniziativa dell'ufficio promozione turistica di



Torino e provincia ha già avuto un grande successo nelle edizioni degli anni scorsi richiamando persone attratte non solo dalla possibilità di assaporare i dolci tipici del luogo, ma di vivere per un'ora l'esperienza di una corte regale.

Infatti “Merenda Reale” non è solo cibo: è anche cultura ed soprattutto “esperienza”, un'emozione che sarà per sempre collegata a quei luoghi e a quei sapori, promuovendone il turismo e il consumo. Infatti l'emozione di questo viaggio nella nostra storia indurrà a nuove visite a Torino, per conoscere meglio i luoghi della dinastia sabauda da cui ha avuto origine l'identità nazionale, mentre la conoscenza dei dolci assaggiati orienterà i prossimi acquisti “dolci” verso prodotti di qualità e di antica tradizione.

Un'ottima operazione di “marketing esperienziale” che dimostra la vitalità e la creatività del nostro territorio nel promuovere il suo patrimonio di luoghi e sapori. E che inoltre conferma il valore del binomio cultura - gastronomia per la valorizzazione turistica dei luoghi nei confronti di visitatori di livello medio alto, *big spender* che sono il target di maggiore interesse nel mercato del turismo.

Infine, azioni di marketing innovativo, che possano “colpire” emotivamente il visitatore per la loro originalità e per l'attenzione nei suoi confronti si confermano i migliori investimenti nel settore.

## COMUNICAZIONE

## National Geographic: le visioni del nostro mondo al Palazzo delle Esposizioni di Roma

di Annalisa Mancini

Dopo 'Aria, acqua, fuoco, terra' e 'Terra madre', i fotografi della celebre istituzione scientifica e redazione di fotogiornalismo naturalistico tornano a Roma con una nuova mostra. 'Il nostro mondo', al Palazzo delle Esposizioni dal 6 febbraio al 3 maggio 2010, raccoglie 90 scatti inediti di 48 fotografi italiani e stranieri del National Geographic. Stavolta al centro dell'obiettivo c'è la nostra civiltà, con il contrasto tra modernità e tradizione, Occidente e Oriente, tecnologia e natura, abbondanza e povertà, gioia e fatica. Ne risulta un mondo a due facce, in cui quella coloratissima e spontanea delle zone più povere del globo mette in ombra quella un po' appesantita e convenzionale dei Paesi occidentali.

Così la vedono i fotoreporter del National Geographic. Le immagini, suddivise in quattro aree: donne, uomini, bambini, genti (popoli), dialogano con lo spettatore senza parlare: così Hope (Speranza), di James Blair, ha il volto rugoso e iconico di un cercatore d'oro brasiliano e Innocence (Innocenza), del caporedattore Chris Johns, il sorriso di una bambina che fa capolino da un pesante velo.

Una serie di documentari, in programma ogni mercoledì alle 18.30, svelano i retroscena degli scatti e delle avventure dei fotografi più famosi. Scopriamo che le foto sono il frutto di lunghi e complessi reportage: 'missioni' li chiamano al National Geographic. Due o tre mesi in zone selvagge o inospitali del globo, a stretto contatto con il soggetto. Su 30.000 fotogrammi la rivista ne seleziona 10-20, i migliori. Di norma un professionista non abbandona il campo finché non ha scattato la foto perfetta, unica e intensa, quella che *'colpisce a livello personale'* e *'stabilisce un faccia a faccia'* con lo



spettatore, come spiega Johns nel documentario sulle 10 migliori foto dell'anno. Spesso lo scatto perfetto non è dissimile da un'opera d'arte.

Una sala ottagonale è riservata alle immagini più significative, riprodotte a grandezza naturale, e nulla è a pagamento, come il mondo che osserviamo ogni giorno e che il National Geographic ritrae in modo così straordinario o: né l'ingresso alla mostra (da via Milano 13, sul lato sinistro del Palazzo delle Esposizioni), che è libero, né i documentari del mercoledì, completamente gratuiti.



### “Il nostro mondo”

Palazzo delle Esposizioni - Spazio Fontana, Roma  
Dal 6 febbraio al 3 maggio - Ingresso Gratuito

*Orari:* dom- mar-mer-gio: 10.00/20.00;  
ven-sab: 10.00/22.30; lun chiuso

L'ingresso è consentito fino a un'ora prima della chiusura.

*Documentari:* ogni mercoledì alle 18.30,  
fino al 7 aprile

## MERCATI

## Expo Shanghai 2010, come partecipare al Padiglione Italia con G180

di Andrea Chiappetta

Tra meno di due mesi aprirà l'Esposizione Universale di Shanghai 2010, che per sei mesi accoglierà milioni di persone (se ne prevedono 80) segnando l'inizio di una nuova era negli scambi commerciali a livello mondiale. Oltre a 50 organizzazioni internazionali, parteciperanno 192 Paesi con un padiglione nazionale, a conferma dell'immenso interesse verso la manifestazione.

Il nostro Paese sarà presente con un suo spazio, il Padiglione Italia, vetrina delle eccellenze nazionali con l'obiettivo di mostrare alla Cina e al mondo intero il valore della nostra cultura e dei nostri prodotti, rendendoli facilmente comprensibili anche ad altre culture. Beniamino Quintieri, Commissario Generale del Governo per l'Expo di Shanghai 2010 ha così descritto lo spazio dedicato all'Italia: "Sarà un padiglione simbolo della capacità italiana di innovare nel rispetto della tradizione, un padiglione che con i suoi materiali innovativi, con le sue tecnologie bioclimatiche d'avanguardia, con le sue strutture ardite ed i suoi giochi di luce ed acqua, offrirà una sintesi delle conoscenze e della creatività italiana".

Un'occasione splendida per tutte le aziende italiane, che assicura prestigio e visibilità e che diventa



alla portata anche delle imprese di dimensioni più piccole grazie al progetto G180, mirato esclusivamente alle PMI. G180 offre alle aziende i servizi di logistica per organizzare il viaggio a Shanghai, gli incontri di business e una buona visibilità al pubblico, grazie all'esperienza di Alessandro Rosso Group (viaggi incentive ed eventi) e Lowe Pirella Fronzoni per la comunicazione integrata. Le due aziende, leader dei rispettivi settori, operano in partnership, e hanno il patrocinio del Commissariato Generale del Governo per l'Esposizione Universale di Shanghai 2010.

Operativamente, G180 organizza 100 partenze giornaliere dall'Italia a Shanghai per l'intera durata (sei mesi) dell'Expo: in tutto, 18.000 occasioni per le aziende italiane, per incontrare e conoscere un mondo imprenditoriale e una società, qual è la Ci-

*(Continua a pagina 8)*



*Il logo che contrassegna la presenza italiana prende spunto dagli stilemi del progetto architettonico del Padiglione Italia, utilizzando uno strumento tipico della cultura cinese: la bacchetta, che si presta anche ad un ulteriore livello di lettura, rimandando alla molteplicità di incroci e vie della città*

## MERCATI

## Expo Shangai 2010, come partecipare al Padiglione Italia con G180

(Continua da pagina 7)

na la cui crescita la pone ai vertici dello sviluppo mondiale.

L'Expo è centrata sul tema "Better City, better life": ciò significa che molto spazio sarà dedicato ai problemi delle metropoli e alla loro vivibilità. Pertanto le aziende che possono maggiormente beneficiare di una loro presenza sono color che operano nelle costruzioni nella fornitura di impianti e macchi-



城市,让生活更美好  
Better City, Better Life

nari, nei servizi alle persone e nella vendita dei beni di consumo. Sono straordinarie opportunità d'affari, che le PMI italiane possono cogliere al volo per uscire con maggiore successo dalla crisi: si prospetta una "better life" anche per milioni di lavoratori a rischio di licenziamento.



CHIAMACI AL NUMERO  
06-51956778



### SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 - Roma  
Tel. 06 5195 6778  
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma  
n. 538 del 4 dicembre 2007

#### Direttore responsabile

Francesco Chiappetta  
f.chiappetta@sentieridigitali.it

#### Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano  
m.giordano@sentieridigitali.it

#### Redazione

Andrea Chiappetta  
a.chiappetta@sentieridigitali.it  
Andrea La Mesa  
a.lamesa@sentieridigitali.it

Hanno collaborato a questo numero:

Viviana Lucca  
Annalisa Mancini  
Monica Polito

Per la pubblicità su questo periodico scrivere a:  
promo@sentieridigitali.it

#### Editore

SI-IES  
Istituto Europeo Servizi Srl  
Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 Roma

