

## Fiuggi



# Terme, nuova frontiera tra innovazione e startup

Il programma Factor impresa turismo del Ministero per i beni e le attività culturali

Dal servizio di analisi personalizzate per scegliere il percorso termale su misura, fino al portale dedicato al cicloturismo con noleggio bici e cura del corpo dopo passeggiate nella natura, passando per l'app che mette in rete le piscine termali e non nei giardini delle case private.

Ma anche la promozione della 'via delle Terme' e un vero e proprio Thermadvisor per avere sotto controllo, sul proprio device, l'offerta di cure termali, ma soprattutto di occasioni di divertimento, di conoscenza dei beni culturali del luogo.

A seguire, l'innovativo progetto di medical tourism e un motore di ricerca sulla ristorazione sana e naturale con soggiorni ecocompatibili e di relax. Sono questi alcuni dei progetti presentati nel corso della due giorni di Fiuggi dell'Accelerathon, l'iniziativa di accelerazione per la

creazione di nuove imprese innovative realizzata nell'ambito del programma Factor Impresa Turismo del ministero per i Beni e le Attività culturali e il Turismo e coordinata da Invitalia. La sfida ha visto la partecipazione di 28 startup selezionate da Invitalia e ammesse alla gara non stop di 20 ore realizzata con la supervisione di tutor dell'Agenzia nazionale per lo sviluppo delle imprese e degli esperti del Mibact. Alle sei startup vincitrici è stato consegnato un premio dal valore di 10 mila euro ciascuna, mentre le quattro aggregazioni hanno ricevuto 15 mila euro sempre per avviare le attività imprenditoriali.

"Siamo partiti da una sfida, che è quella che il Mibact ha chiesto a Invitalia di realizzare, ossia di far crescere un'imprenditoria turistica innovativa. L'obiettivo che ci siamo posti è

quello di lavorare sulle competenze", ha affermato Andrea Miccio, responsabile Area Imprenditorialità di Invitalia, annunciando: "I buoni risultati hanno convinto il Mibact a proseguire anche nel 2018 con questo iniziativa, e proseguiamo sicuramente con l'obiettivo di ripetere questo tipo di esperienza. Dobbiamo ancora individuare insieme al Mibact i settori tematici, che stavolta probabilmente saranno più specifici rispetto a quelli che abbiamo avuto nel 2017". "Abbiamo voluto dare attenzione, con Invitalia, a un settore che riteniamo tra i più strategici del paese, quale quello del turismo termale. Il modello legato alla sussidiarietà rispetto al sistema sanitario nazionale da solo non regge più al cambiamento naturale della domanda.

Anche in questo settore, quindi, si gioca la sfida più grande

per il paese che è quella dell'innovazione", ha dichiarato Francesco Tapinassi, dirigente per le Politiche del turismo della direzione generale Turismo del ministero dei Beni culturali.

"Con Invitalia, attraverso questo progetto, abbiamo voluto dare un'impulso di fiducia a chi vuole innovare. E ogni esperienza ci serve anche a migliorare gli strumenti a disposizione", ha sottolineato. Da parte sua, il presidente di Federterme, Costanzo Jannotti Pecci, ha osservato che "il tema è centrale: il sistema termale rappresenta una grande opportunità per il paese ma necessita di quella linfa nuova che i giovani possono dare". "Per questo - ha proseguito - vedo molto positivamente questa iniziativa e il fatto che proprio i giovani guardino al nostro settore con interesse e fiducia. Un settore che può aiutare a frenare la fuga dei cervelli".

## Incontro pubblico a Milano



## Gori incontra Cida: «Da manager contributo decisivo per la politica»

"Incontro i manager perché sono convinto che la politica commetterebbe un errore se non si avvallesse delle competenze di chi gestisce aziende grandi e piccole e sa far funzionare la macchina della pubblica amministrazione". Lo ha detto Giorgio Gori, candidato per il centrosinistra alla presidenza della Regione Lombardia, durante un incontro pubblico organizzato a Milano dalla Cida, la Confederazione dei dirigenti e delle alte professionalità pubbliche e private.

"Conosco bene il mondo manageriale, da cui provengo -ha affermato Gori- e so quale contributo di professionalità, idee e capacità progettuale può dare a chi gestisce la cosa pubblica. Condivido, quindi, la scelta di Cida di proporre occasioni di conoscenza e di confronto. Occasioni nelle quali ritengo che la politica debba anche dimostrare di saper ascoltare le proposte provenienti da una realtà che è un vero e proprio 'concentrato' di competenze e capacità".

"La Cida -ha sottolineato il presidente nazionale, Giorgio Ambrogioni- con oggi ha aperto una fase nuova del suo modo di fare rappresentanza. Una fase più impegnativa ma fortemente voluta dai nostri

iscritti e dai nostri associati. Abbiamo deciso di 'fare politica', ovvero di confrontarci con i candidati politici nazionali e locali, sulle cose concrete da fare, sulle idee e sui progetti".

"Cida -ha chiarito- è, e resta apartitica, ma non vogliamo sottrarci per responsabilità e senso di appartenenza allo Stato, a svolgere un ruolo proattivo in un momento nevralgico per la vita del Paese. La prossima campagna elettorale nazionale e gli appuntamenti elettorali più significativi a livello locale, saranno banchi di prova per noi manager, per le nostre proposte e per le nostre analisi su 'cosa fare'. Ma lo saranno soprattutto per la politica e i suoi rappresentanti, chiamati a prendere impegni sui quali saranno poi valutati e giudicati".

"Il dialogo con la politica è naturale per i manager -ha spiegato Franco Del Vecchio, segretario di Cida Lombardia- perché quotidianamente impegnati a costruire e generare valore. Questa loro attitudine, oggi più che mai, deve servire come supporto alla politica per una buona gestione della cosa pubblica, per colmare i gap che ancora ci separano dalle economie più avanzate e, soprattutto, per ridare fiducia al Paese".

## Moda home e creatività

L'Artigiano in Fiera si conferma, ancora una volta, come la più grande vetrina della genialità e originalità delle micro e piccole imprese artigiane, dall'Italia e dal mondo. Sempre nel segno del claim 2017 'Artigiani creatori di bellezza e bontà' - tra le aree speciali della prossima edizione, che si terrà a Fieramilano (Rho-Però) dal 2 al 10 dicembre, i visitatori potranno visitare i saloni Moda & Design, Abitare la Casa, Salone della Creatività e Bridal show, che debuta in fiera.

Nell'area Moda & Design (pad. 4), per nove giorni, saranno protagoniste l'intraprendenza e l'entusiasmo dei giovani. I visitatori potranno scoprire la qualità dell'arte sartoriale e incontrare i talenti

emergenti che, recuperando la tradizione artigiana, realizzano prodotti innovativi legati al design e al complemento d'arredo. Nella capitale della moda, L'Artigiano in Fiera rappresenta un palcoscenico per le start up di un settore che difficilmente trova spazi adeguati al confronto diretto con il pubblico: realtà locali ma dall'anima internazionale.

Moda & Design si confermerà come uno spazio giovane e dinamico: qui i look dei giovani stilisti calcheranno la passerella, anticipando le tendenze della prossima stagione. Gli studenti del corso di moda dell'Istituto di Istruzione Superiore di Inveruno, diretti da Stefano Carbone, saranno ancora protagonisti dei défilé.

## A Roma presentata l'iniziativa di Federprivacy

## «Marchio di qualità per siti che rispettano privacy»

Uno strumento che aiuterà gli utenti a valutare rapidamente il livello di conformità a uno specifico codice di condotta e ai principi generali della normativa in materia di privacy di siti e app. E' il marchio di qualità 'Privacy OK', realizzato da Federprivacy, e di cui si è parlato nel corso del workshop "Il regolamento Europeo sulla protezione dei dati", tenutosi al Palazzo dell'Informazione a Roma.

Il marchio arriva in un momento in cui, il Global Privacy Enforcement Network (Open), al termine di un'indagine internazionale condotta da ventiquattro Autorità per la protezione dei dati personali, tra le quali anche il Garante italiano, ha evidenziato come il 67% dei siti e delle app non rivela agli utenti dove sono conservati i loro dati personali, e il 51% non chiarisce se e con chi vengono condivise le informazioni. Policy

generiche, imprecise e prive di dettagli, e nel 44% dei casi agli utenti non sono neanche comunicate le modalità di accesso per l'esercizio dei loro diritti.

La ricerca, che è stata svolta su 455 siti web e app di vari settori come viaggi, sanità, banche, social media, giochi d'azzardo, e retail, ha infatti evidenziato che solo il 35% delle informative sulla privacy menziona l'adozione di misure di sicurezza a protezione delle informazioni personali degli utenti. Non solo le Autorità hanno rilevato policy spesso generiche e talvolta imprecise con riferimenti normativi obsoleti, ma a quasi metà degli utenti (44%) non vengono neanche comunicate le modalità di accesso per l'esercizio dei loro diritti.

"Per contribuire -ha spiegato Nicola Bernardi, presidente di Federprivacy- a un

clima di fiducia che favorisca lo sviluppo del mercato digitale, le aziende virtuose che operano in modo trasparente e lecito hanno ora l'opportunità di ottenere un marchio di qualità ed esporlo sui propri siti web e app per dare evidenza che hanno aderito al nostro codice di condotta assumendosi l'impegno vincolante di rispettarne tutte le regole".

"Inoltre, gli utenti possono contare -continua Bernardi- sul fatto che non si tratta di un semplice bollino rilasciato in maniera autoreferenziale. Infatti, le attività di assessment non vengono svolte dal nostro staff interno ma sono state affidate all'organismo di terza parte e indipendente TÜV Italia, che assicura l'imparzialità del processo di valutazione per determinare se un sito o una app è effettivamente conforme e meritevole di fregiarsi del marchio".