

La vetrina web del Paese, occasione persa

Venti milioni in fumo e gaffe in serie per il sito Italia.it. Se ne va anche il direttore

di **Gian Antonio Stella**

La ricetta del «cunigghiu a' stimpinata» proposta solo in italiano e senza sottotitoli anche ai turisti tedeschi, meno male, è sparita. E così tanti altri svarioni che fecero ridere il pianeta. Ma il tormentone di *Italia.it*, il sito che doveva «vendere» il nostro Paese sul mercato mondiale non è finito. Ieri ha sbattuto la porta il direttore, Arturo Di Corinto. Ritiene «poco dignitoso», a ragione, che lui e i pochi dipendenti rimasti lavorino da mesi senza essere pagati. Per un sito costato una cifra mostruosa: venti milioni di euro.

continua a pagina 23

Il caso

di **Gian Antonio Stella**

Querele, errori di traduzione e copia-incolla Così finisce il sito che voleva lanciare l'Italia

Il portale nato per promuovere il turismo. Dipendenti senza stipendio, il direttore si dimette

SEGUE DALLA PRIMA

In realtà, come ha confermato il governo rispondendo a un'interrogazione grillina, i milioni stanziati per il progetto dal ministro berlusconiano Lucio Stanca nel lontano 2004 erano addirittura 45. Incrementati più avanti da altri 10. Si trattava, però, di «fantastiloni di trilioni», per dirla in moneta di Paperon de' Paperoni: mai visti, tutti quei soldi. Erano solo sulla carta. In realtà, tra un rifacimento e l'altro (resta indimenticabile il primo logo, dove la «t» verde di Italia pareva un cetriolo) la costruzione del portale è durata quanto quella, assai più complicata, del tunnel sotto la Manica.

Colpa del solito interminabile contenzioso su uno degli appalti, delle indecisioni della politica, di un assurdo sbalottamento di competenze tra queste e quella società, di risse da comari interne finite con scambi di querele, di alcuni misteri che dovranno essere chiariti dalla magistratura che già sta indagando (la lettera di Di Corinto accenna addirittura a «fatti delinquenziali») ma più ancora di una lista di errori così lunga da riempire settanta

pagine di un rapporto al ministero.

Dagli strafalcioni nelle traduzioni fatte con translate.google.it per risparmiare sugli interpreti alle foto sbagliate, dalle citazioni errate ai link che portavano da tutta un'altra parte. Risultato, un disastro. Tale da far precipitare *Italia.it* al 184.594° posto fra i siti web più visitati del Pianeta. Per non dire delle pagine rivolte ai cinesi: nelle quattro grandi foto che riassumevano l'Italia c'erano una Ferrari, una Ducati, un pezzo di parmigiano e un prosciutto di Parma. In mezzo: Bologna. Come fosse la capitale d'Italia: per risparmiare, dopo aver buttato via pacchi di quaderni, avevano fatto un copia-incolla dal sito cinese della Regione Emilia-Romagna!

Ci sono voluti due anni, dal giugno 2012 in qua, per restituire un po' di decoro alla nostra «vetrina» sul web. Vetrina che oggi, nonostante la redazione della società «Unicity», composta da giornalisti, social media manager, traduttori, storici dell'arte, fotografi e videomaker si sia via via ridotta dalle venti del progetto iniziale a quattro persone e nonostante sia stato necessario chiudere il

portale in cinese per poter tornare in Rete con qualcosa di più serio, spiega nella sua lettera a Matteo Renzi e a Dario Franceschini Arturo Di Corinto (subito convocato al ministero, pare, nel tentativo di mettere una toppa allo scandalo), si compone di 259 mila pagine web. Per non dire di Facebook (da zero a 229 mila fans) e di Twitter (da zero a 67 mila follower), che hanno obbligato i ragazzi della redazione a una rimonta febbrile per recuperare anni di ritardi. E costretti a supplire con l'impegno e la fantasia al pressoché totale disinteresse della politica.

Pochi dati dicono tutto: per la «campagna turistica d'autunno» l'Irlanda del Nord ha stanziato un mese fa 9 milioni e mezzo di sterline. La Croazia, sulla campagna di quest'anno «Visit Croatia, Share Croatia», ha messo 7 milioni e mezzo. La Gran Bretagna, soltanto sui social network considerati fondamentali per la politica turistica in questi anni ha investito 25 milioni di sterline. E noi? Zero carbonella. Anzi, sui diversi strumenti offerti dal Web per agganciare i turisti, non è stato sganciato un solo euro dal 2010. Peggio: dal marzo di que-

st'anno non arrivano più, accusano i dipendenti del portale, neppure i 30 mila euro al mese dovuti per pagare gli stipendi.

Eppure mai si era visto nella storia un boom quanto quello del turismo negli ultimi anni. Basti dire che nel 2004, quando il governo di Silvio Berlusconi avviò (sia pure con grave ritardo e coi capitomboli che abbiamo detto) il progetto del portale *Italia.it*, gli abitanti del Pianeta che viaggiavano per vacanze erano 765 milioni. Dieci anni dopo, cioè nel 2013, sono stati un miliardo e 87 milioni. Con un aumento complessivo del 42%.

Per contro l'Italia, nonostante sia in cima ai desideri dei turisti di tutto il mondo (che però devono fare i conti, purtroppo, con una serie di handicap pesanti a partire dal costo degli hotel, che secondo Eurostat sono da noi nettamente più cari che in Spagna, in Grecia, in Croazia, in Portogallo, in Germania, in Turchia, in Austria e in Gran Bretagna), ha visto i suoi visitatori passare in dieci anni da 37 a 47 milioni, con un aumento molto più basso di quello mondiale. Peggio ancora negli ultimissimi anni: dando ragione a Jeremy Rifkin («L'espressione più potente e

visibile della nuova economia dell'esperienza è il turismo globale: una forma di produzione culturale emersa, ai margini della vita economica appena mezzo secolo fa, per diventare rapidamente una delle più im-

portanti industrie del mondo» il boom planetario ha visto dal 2009 a oggi crescere i turisti mondiali di oltre duecento milioni. Un diluvio. Del quale ci è arrivata solo una pioggerella. Anzi, nel 2013 l'Ita-

lia, nonostante sia saldamente la quinta al mondo per numero di visitatori (e pensare che fino a trent'anni fa eravamo i primi...) ha subito addirittura, nelle presenze, un calo del 4,5%.

Il guaio è che mancano solo pochi mesi all'Expo. E come dimostrano centinaia di grafici e tabelle e report sull'e-commerce, il turismo nel terzo millennio si muove sempre di più seguendo i percorsi della Rete. O ci diamo una mossa o rischiamo davvero una figuraccia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le cifre

LE NOTTI TRASCORSE NELLE STRUTTURE TURISTICHE EUROPEE

(principali Paesi - dati in milioni)

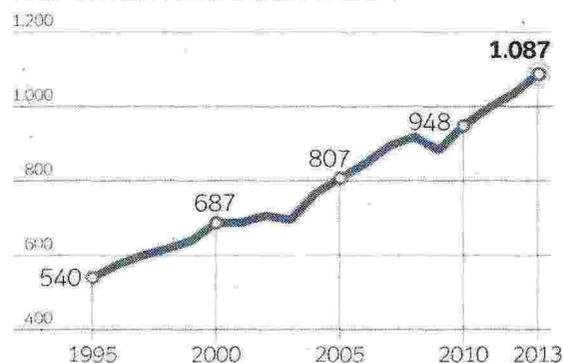
	2013	Differenza rispetto al 2012
Germania	355,3	+1,3%
Grecia	87,3	+11,7%
Spagna	386,5	+1%
Francia	405,2	+1,1%
ITALIA	363	-4,6%
Regno Unito	319,9	+6,5%
Unione Europea 28	2.618,5	+1,6%

I PAESI CON PIÙ VISITATORI

(dati in milioni relativi al 2013)



I TURISTI NEL MONDO (dati in milioni)



IN ITALIA

161,2 miliardi di euro
 Il contributo del turismo sul Prodotto interno lordo nel 2012

1.099.500
 Le persone che lavorano nel settore turistico



fonti: Eurostat, World travel & tourism council, Organizzazione mondiale del turismo

Corriere della Sera



Che cos'è



● Ideato nel 2002 come progetto per la promozione turistica del Bel paese sul web, dopo il lancio il portale *Italia.it* viene sospeso tra il 2006 e il 2008

● Riapre nel luglio del 2009 quando il governo Berlusconi lo fa ripartire con un finanziamento di dieci milioni di euro

● Nel 2012 la società Unicity Spa assume l'incarico di riorganizzare il sito e sviluppare nuovi contenuti turistici

47,7

Milioni

Il numero di turisti stranieri arrivati in Italia nel 2013 secondo l'Organizzazione mondiale del turismo

26^a

La posizione

dell'Italia nella classifica dei Paesi più a misura di turista. La Svizzera è al 1° posto, seguita da Germania e Austria