

Ticino

& REGIONI



Cent'anni fa... 8 marzo 1908

La fiera di San Provino ha ridato al borgo di Agno, solitamente così quieto e dignitosamente tranquillo, l'animazione tumultuosa, caotica ed anarchica che costituisce, unitamente ai fiori, ed ai ravioli, la caratteristica di questa secolare e sempre popolare fiera prettamente ticinese. Le sue origini si perdono nelle tenebre del Medio

Evo e forse non si sbaglia chi ne vedesse la genesi prima nel culto pagano della Primavera, essendo questa eminentemente la festa dei fiori... artificiali, in attesa di quelli che la dea dei fiori suole, a poca distanza di tempo, spargere a profusione nella rinascenza vita della natura dopo gli invernali rigori (...).

Percorsi formativi per combattere molestie sessuali sul posto di lavoro

Il progetto «Rispettare i confini personali» prenderà avvio in Ticino durante il prossimo autunno

■ Durante la propria vita professionale il 28% delle lavoratrici ed il 10% dei lavoratori sono stati vittima di molestie sessuali. Bastano questi dati per dimostrare come in Svizzera il fenomeno, che si riguarda entrambi i sessi, sia più diffuso di quanto si pensi. Dati che hanno spinto la Confederazione ad avviare un'ampia campagna di informazione e sensibilizzazione attraverso iniziative e progetti in tutta la Svizzera. Il Ticino, evidentemente, non sta a guardare: in autunno partirà infatti un progetto «Rispettare i confini personali» promosso dall'Ufficio federale per l'uguaglianza tra donna e uomo (UFU) e l'Ufficio cantonale legislazione e pari opportunità (ULPO). Particolare attenzione sarà rivolta al mondo del lavoro - a cui è principalmente destinata la campagna nazionale - e alla scuola. Le responsabili del progetto sono Nicoletta Mariolini (UFU) e Marilena Fontaine (ULPO), la direzione scientifica è stata affidata alla psicologa Anita Testa-Mader, mentre la giornalista Françoise Gehring curerà la comunicazione. Le responsabili dell'iniziativa ticinese hanno volutamente scelto l'8 marzo, giornata internazionale della donna che si celebra oggi, per annunciare l'avvio del progetto. Tuttora in fase preparatoria, l'iniziativa intende contribuire a sviluppare una maggiore consapevolezza nei confronti di un problema, quello delle molestie sessuali, ancora troppo spesso sottovalutato. Attraverso percorsi di formazione differenziati nelle aziende e nelle scuole, si intende porre l'accento sul rispetto dei confini personali. Quei confini che non dovrebbero mai essere oltrepassati nel nome della dignità e, appunto, nel nome del rispetto dell'altro. Indipendentemente dal genere. Sebbene le molestie sessuali riguardino nella maggior parte dei casi le donne, le promotrici hanno espressamente scelto di privilegiare la dimensione di genere, senza esclusioni. L'intento è di meglio tenere in considerazione le caratteristiche, contesto aziendale e professionale di imprese, enti e associazioni, favorendone il coinvolgimento nel progetto. Le aziende e le associazioni interessate possono già annunciarsi.

«Più visibilità per Agno»

Verdetto dell'indagine di mercato sull'aeroporto

L'80% degli operatori turistici dell'area insubrica intervistati dagli studenti della Scuola superiore alberghiera e del turismo hanno un grado di conoscenza basso o addirittura nullo della struttura di Lugano Airport

■ Clienti attuali, campione rappresentativo di persone residenti in Ticino e nelle provincie di Varese e Como, operatori turistici. Sono queste le tre categorie prese in considerazione dall'indagine di mercato volta a valutare sia la conoscenza di Lugano Airport nel bacino d'utenza insubrico, sia il grado di soddisfazione dei passeggeri che già lo utilizzano. Indagine di mercato che, con la supervisione delle docenti Nadia Chierici e Manuela Ambrosetti, è stata svolta dagli allievi della classe 2B Turismo della Scuola superiore alberghiera e del turismo (SSAT) di Bellinzona tra il 6 novembre 2007 ed il 9 gennaio di quest'anno. Dall'analisi dei 650 formulari compilati dalle tre categorie di persone citate, riassunta dalla studentessa della SSAT Francesca Fenini, risulta che Lugano Airport deve investire maggiormente nella promozione. Lo scalo ticinese, infatti, risulta poco conosciuto sia da una larga fetta dei suoi potenziali clienti, sia soprattutto da quasi l'80% degli operatori turistici delle provincie di Como e Varese. Ma vediamo il dettaglio dei risultati presentati ufficialmente ieri ad Agno, iniziando dalla radiografia dei clienti che oggi utilizzano lo scalo ticinese: «La maggior parte dei passeggeri - ha spiegato Stefania Grassi, studentessa SSAT - è composta da uomini (72%) tra i 40 ed i 65 anni (56%), che risiede nella Svizzera italiana, segnatamente nel Sottoceneri, e che sceglie lo scalo ticinese per la vicinanza al luogo di domicilio o di lavoro, nonché per i tempi brevi del check-in e la buona accessibilità». Nel 70% dei casi Lugano Airport è il punto di partenza per viaggi di lavoro per impiegati e dirigenti attivi principalmente nei rami finanziario, commerciale e dell'edilizia-industria. La destinazione più gettonata è Zurigo (49%), che tuttavia per la maggior parte dei passeggeri è solo luogo di scalo prima di proseguire verso altre città europee (Londra, Parigi e Vienna in testa) o statunitensi (Miami su tutte). Roma e Ginevra sono invece destinazioni finali della maggior parte dei passeggeri. Le indicazioni fornite dal campione rappre-

sentativo di persone che risiedono in Ticino e nelle provincie di Como e Varese, sottolineano, da un lato, la necessità di offrire un maggior numero di destinazioni, dall'altro di attuare una politica d'informazione più incisiva. «La maggior parte degli intervistati - ha aggiunto Imem Mohammed, pure lei studentessa SSAT - utilizza principalmente l'aeroporto di Malpensa (57%) oppure quello di Zurigo (30%). Solo il 4% fa capo a Lugano Airport». Le note più dolenti giungono dalle interviste fatte agli operatori attivi nelle agenzie di viaggio, negli alberghi e negli enti turistici al di qua e al di là della frontiera. «Gran parte degli operatori turistici delle provincie di Como e di Varese (77%) - ha spiegato lo studente SSAT Claudio Leone - non consiglia Lugano Airport quale scalo di partenza, in quanto non lo conosce. Per contro è da ritenersi buono il grado di conoscenza della struttura da parte degli operatori ticinesi».

S.Db

Identikit del cliente che utilizza lo scalo ticinese

Sesso:
maschile

Età:
tra i 45 ed i 60 anni

Provenienza:
Svizzera italiana, in particolare Sottoceneri

Settore lavorativo:
finanziario

Posizione:
dirigente

Motivo del viaggio:
business

Destinazione:
Zurigo



STRATEGIA Migliorare le strutture di accoglienza e intensificare la promozione. È la ricetta degli studenti della SSAT per rendere più concorrenziale Lugano Airport. (foto Fiorenzo Maffi)

LE MOSSE DI LUGANO AIRPORT

Emilio Bianchi: «Promozione da affinare con le compagnie»

■ «Crediamo nel potenziale di Lugano Airport che non deve aver paura di farsi schiacciare da malpensa e da Zurigo. Deve solo riuscire a farsi conoscere maggiormente». È questa la conclusione alla quale giungono gli studenti della Scuola superiore alberghiera e del turismo alla luce dei risultati dell'indagine di mercato condotta sul potenziale di sviluppo dello scalo ticinese. «Risultati che confermano quelle che erano le nostre sensazioni» ha commentato Patrick Montalbetti, direttore di Lugano Airport. «Per quanto riguarda l'invito ad avere spazi più accoglienti ed attrezzati, posso dire che ci siamo già messi al lavoro» ha aggiunto, assicurando che si farà tesoro anche delle indicazioni riguardanti un potenziamento della strategia promozionale dell'aeroporto. «Strategia promozionale - gli ha fatto eco Emilio Bianchi, presidente del Cda

della società di gestione di Lugano Airport - che dovrà essere affinata e portata avanti d'intesa con le compagnie aeree, alle quali ritengo spetti il ruolo trainante in questo specifico campo». Bianchi ritiene poi che i motivi della scarsa conoscenza dell'aeroporto ticinese nelle provincie italiane confinanti siano da ricondurre soprattutto a due ragioni: il numero limitato di destinazioni e la macroscopica differenza tra i passeggeri che ogni anno transitano per Malpensa (20 milioni) e quelli che invece fanno capo a Lugano Airport (200 mila). «Dobbiamo poi riuscire a combattere il cliché secondo il quale Lugano Airport sia appannaggio esclusivo di una clientela business e, di conseguenza, più caro rispetto ad altri. Il volo su Roma, in determinati casi, è ad esempio più vantaggioso da Lugano che non dagli altri scali lombardi» ha concluso Emilio Bianchi.

Tribuna elettorale per i candidati agli Esecutivi e ai Legislativi

Uno spazio privilegiato per le idee e i progetti dei singoli candidati con precise regole uguali per tutti

■ È stato detto e ripetuto da più parti - anche a sostegno dell'opportunità di procedere all'aggregazione di piccoli Comuni - trovare persone che si mettono a disposizione dell'amministrazione e gestione della cosa pubblica non è più impresa da poco. Ecco quindi che, a maggior ragione, aprire degli spazi privilegiati per coloro che, in vista delle prossime elezioni comunali, hanno accettato di rivoluzionare la propria vita è un gesto dovuto. Non possiamo però dimenticare che i candidati, in Ticino, superano i 4000 e che alcuni di loro sono più avvezzi di altri con i media e la comunicazione. Proprio per garantire a tutti le medesime possibilità, in vista delle elezioni del 20 aprile, il Corriere del Ticino apre dunque la «Tribuna elettorale» ai candidati alle elezioni negli Esecutivi e nei Legislativi. I testi, della lunghezza massima di 3000 battute (spazi inclusi) dovranno essere realizzati «in esclusiva» per il CdT. In altri termini: testi inviati in copia ad altre testate o già pubblicati altrove non verranno presi in considerazione. I candidati che volessero approfittare di questa possibilità debbono inviare i loro elaborati alle rispettive redazioni regionali (Bellinzona, Chiasso, Locarno o Lugano) o al coordinamento cronaca, per posta tradizionale o per posta elettronica. Nelle pagine di cronaca i candidati avranno a disposizione un'unica Tribuna. Nel caso di ulteriori prese di posizione di particolare interesse per il dibattito pubblico questi elaborati saranno dirottati in una «Tribuna elettorale» che sarà ospitata nella pagina delle lettere. Resta comunque inteso che, anche le opinioni che verranno inviate successivamente alla prima, dovranno essere «in esclusiva» per il CdT e rispettare le 3.000 battute (spazi compresi). Questo per quanto riguarda i candidati. Per quel che concerne invece le opinioni degli elettori il sito www.cdt.ch/votazioni ospita, da due settimane, l'indagine d'opinione «E tu, che ne pensi? VOTACITTA'». Molti coloro che, nel forum, hanno inserito riflessioni, suggerimenti, pareri e opinioni davvero interessanti. Visitatelo. **m.c.**

Una petizione per le donne vittime di tratta

La raccolta di firme sarà promossa da oggi in Ticino e nel resto della Svizzera

Combattere la tratta delle donne in occasione dei campionati europei di calcio: è la campagna indetta da 23 associazioni umanitarie, che sarà attiva anche in Ticino

■ Combattere la tratta delle donne, cioè quel fenomeno che, solamente in Svizzera, determina un flusso stimato tra le 1.500 e le 3 mila persone. È quanto chiedono alla Confederazione 23 organizzazioni riunite nella coalizione dal nome «Euro 08 contro la tratta delle donne». L'iniziativa toccherà anche il Ticino e ha scelto l'occasione della competizione calcistica per poter raggiungere un pubblico più vasto ed eterogeneo. Le associazioni coinvolve-

te, tra le quali Amnesty International, agiscono già quotidianamente nel settore sociale a più livelli. Tra i promotori troviamo dai gruppi per i diritti umani, o di difesa dei diritti delle donne, ai servizi specializzati e alle associazioni religiose oltre a sindacati. La loro azione è prevista tramite una serie di manifestazioni in tutta la Svizzera ed una raccolta di firme. La petizione verte su diversi punti. In primo luogo, si reclama il diritto, per ogni vittima che

risulti coinvolta nel fenomeno, un permesso di dimora. In seguito, che le autorità ricevano un'adeguata formazione e che siano tenute a collaborare con i servizi specializzati. Inoltre, che si fissino degli standard nazionali omogenei. Il terzo punto riguarda la richiesta di una maggiore assistenza professionale per le vittime. La petizione, successivamente, si focalizza anche sull'opinione pubblica: allo Stato viene chiesta una più efficace sensibilizzazione ed informazione dei cittadini. L'ultimo punto riguarda la ratifica della convenzione del Consiglio d'Europa sulla lotta contro la tratta, risalente al 2005, prendendo come esempio

applicazioni che in altri Paesi producono buoni risultati. In Ticino la campagna ha raccolto il sostegno di numerosi esponenti politici di diversi partiti e schieramenti: le deputate al Gran Consiglio Paola Bagutti, Marina Carobbio e Pelin Kandemir Bordoli e la loro presidente Monica Duca Widmer, oltre alla consigliera nazionale Chiara Simoneschi-Cortes. Nei prossimi mesi, nella Svizzera italiana saranno organizzate manifestazioni di piazza, azioni simboliche, oltre ovviamente alla raccolta di firme. Iniziative che si concentreranno la settimana precedente l'inizio dei campionati di calcio. Nell'imminenza della partita



SOLIDARIETÀ La campagna chiede alla Confederazione e a tutti i singoli Cantoni di agire a tutela delle vittime di tratta. (Foto Keystone)

inaugurale, infatti, avranno luogo attività di formazione e sensibilizzazione, oltre a nuove promozioni in strada. La più importante sarà quella di mercoledì 6

giugno in piazza Governo a Bellinzona, con la partecipazione di un gruppo teatrale. Ulteriori informazioni si possono ottenere sul sito www.frauenhandeleuro08.ch.