



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

ISNART S.C.p.A.

Società Consortile delle Camere di Commercio

Presentazione della Società



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

L'ISNART - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche.- è una Società Consortile per Azioni a capitale misto pubblico e privato, costituita a Roma il 16.12.1992.

L'oggetto sociale è :

- la realizzazione di studi e pubblicazioni sul turismo, indagini, rilevazioni e progetti di fattibilità, anche su singole iniziative nell'ambito del settore,
- elaborazione dati, costituzione e forniture di banche dati ed Osservatori;
- svolgimento di attività editoriali e di promozione e diffusione con ogni mezzo dei propri servizi nonché attività di formazione su tematiche del turismo e del suo sviluppo
- organizzazione di convegni, seminari e dibattiti in ambito turistico.

Il **mercato di ISNART** riguarda l'intero fenomeno turistico, con tutti gli aspetti commerciali connessi e indotti.

I **clienti** sono, oltre allo stesso mondo camerale, le organizzazioni imprenditoriali, le istituzioni nazionali e locali, le singole aziende, le organizzazioni internazionali.

COMPAGINE SOCIALE

Camere dei Commercio

CCIAA ALESSANDRIA
CCIAA ANCONA
CCIAA AOSTA
CCIAA AREZZO
CCIAA AVELLINO
CCIAA BELLUNO
CCIAA BENEVENTO
CCIAA BIELLA
CCIAA BOLOGNA (*)
CCIAA BRESCIA
CCIAA BRINDISI
CCIAA CAGLIARI (*)
CCIAA CATANZARO
CCIAA COSENZA
CCIAA CREMONA
CCIAA CUNEO
CCIAA FERRARA (*)
CCIAA FOGGIA
CCIAA GENOVA
CCIAA ISERNIA
CCIAA LATINA
CCIAA LECCO
CCIAA LUCCA
CCIAA MANTOVA
CCIAA MASSA CARRARA
CCIAA MATERA
CCIAA MESSINA
CCIAA MILANO (*)
CCIAA MODENA (*)
CCIAA NAPOLI (*)
CCIAA NOVARA
CCIAA NUORO (*)
CCIAA ORISTANO
CCIAA PADOVA
CCIAA PALERMO
CCIAA PARMA (*)
CCIAA PIACENZA
(*) Socio Fondatore

CCIAA PESCARA
CCIAA PISTOIA
CCIAA POTENZA
CCIAA REGGIO CALABRIA
CCIAA RIMINI (*)
CCIAA SALERNO
CCIAA SAVONA
CCIAA SONDRIO
CCIAA TARANTO (*)
CCIAA TORINO
CCIAA TRIESTE
CCIAA VERCELLI
CCIAA VERONA
CCIAA VIBO VALENTIA
CCIAA VICENZA
CCIAA VITERBO

Unioni Camerali

UNIONCAMERE (*)
UNIONE CCIAA CAMPANIA
UNIONE CCIAA EMILIA ROMAGNA (*)
UNIONE CCIAA LIGURIA (*)
UNIONE CCIAA LOMBARDIA
UNIONE CCIAA PIEMONTE
UNIONE CCIAA SARDEGNA
UNIONE CCIAA TOSCANA
UNIONE CCIAA UMBRIA(*)

Altri Enti

CONFCOMMERCIO (*)
CONF TURISMO
FEDERALBERGHI
FIPE

ORGANIZZAZIONE

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Carica	Nome
Presidente	Renato VIALE
VicePresidente	Renato Borghi
Consiglieri:	Bernabò Bocca Giancarlo Deidda Ivanhoe Lo Bello Maurizio Maddaloni Beatrice Parodi
Collegio Sindacale	
Presidente	Luigi Litardi
Membri effettivi	Roberto Corona Antonio Guastoni
Membro supplente	Sandro Pettinato Marzio Baiocco

PRINCIPALI ATTIVITA'

1. STUDI E RICERCHE

Nell'ambito dell'**Osservatorio Nazionale sul Turismo**, cofinanziato da Unioncamere, Isnart effettua ogni anno le seguenti analisi:

- **Indagine sui comportamenti turistici degli italiani**
Analisi sui comportamenti turistici degli italiani, dinamiche della domanda, andamento quantitativo e qualitativo. **11.000** contatti con italiani (semestrale)
- **Rilevazione sulle prenotazioni /presenze**
Andamento turistico delle località leader del turismo, grado di occupazione delle strutture, caratteristiche della clientela italiana e straniera, modalità di comportamento, prenotazioni sui mesi successivi. **2.000** contatti con operatori (trimestrale)
- **Indagine sul turismo organizzato europeo**
Flussi e fatturato del turismo organizzato verso l'Italia e verso i Paesi competitors, previsioni, gradimento dei prodotti, caratteristiche dei turisti, problematiche di commercializzazione. **300** contatti con tour operator europei (annuale)
- **Indagine sul turismo straniero**
Esperienza di vacanza in Italia, caratteristiche della domanda, destinazioni e prodotti, previsioni di vacanza. **2.000** interviste a stranieri (annuale)
- **Indagine mensile sulle vacanze e i desideri degli italiani (Si Viaggiare TG2)**
1.000 interviste (mensili) agli italiani per un totale di 12.000 interviste annue sui comportamenti, i desideri e la soddisfazione della vacanza
- **Rapporto annuale sulla soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo.** Indagine sui punti di forza e le criticità dell'offerta turistica, sulla soddisfazione dei turisti, sui consumi turistici sul territorio e verifica del peso reale del turismo sul PIL della provincia/regione. **8500** interviste field, in settimane campione della stagionalità turistica (annuale)
- **Studio per una mappa delle imprese turistiche** Indagine per la definizione di variabili quali quantitative interessanti per la misurazione del comparto (annuale)



Isnart ha inoltre sviluppato un modello di **Osservatorio territoriale** (regionale e provinciale), attraverso un impianto metodologico coordinato con quello nazionale, che permette di ottenere i seguenti vantaggi:

- una comparabilità della situazione del turismo nel territorio regionale/provinciale con le tendenze a livello nazionale e di tutte le altre regioni italiane,
- un confronto temporale con i dati degli anni passati rielaborati ad hoc per il territorio.

Tutti i dati emersi a livello territoriale vengono, infatti, costantemente rapportati con il risultato a livello nazionale, in modo da cogliere le caratteristiche della domanda potenziale accanto a quella attuale ma anche di far emergere le specificità dell'appeal dell'offerta regionale/territoriale rispetto al turismo nazionale.

Inoltre, sempre nell'ambito delle ricerche Isnart si occupa di realizzare:

- **Analisi Conoscitive**
Mappatura comunale dell'offerta del territorio per la definizione delle vocazioni di prodotto, mappatura comunale delle vocazioni di prodotto e delle possibilità di commercializzazione, mappatura comunale della ricettività sommersa.
- **Analisi Strategiche**
L'occupazione turistica e l'andamento congiunturale nelle strutture ricettive, comportamenti turistici dei vacanzieri italiani, analisi sulla qualità attesa e percepita dalla domanda turistica (punti di forza e di debolezza), turismo organizzato europeo, mercato tedesco (andamento e previsioni).
- **Analisi Specializzate**
Piano di marketing turistico territoriale, indagini sulle ricadute economiche del turismo, scenario del mercato turistico, punti di forza e debolezza dell'immagine turistica, piano di promo-comunicazione turistica, piano di sostegno alla commercializzazione.



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

2. MARCHIO DI QUALITA'



Il progetto Marchio di Qualità nelle strutture turistiche coordinato da Isnart in collaborazione con le Camere di Commercio, nasce nel 1997 per il settore alberghiero dalla osservazione che l'attuale classificazione è ormai superata nei modi e nei contenuti in quanto non garantisce il consumatore, risponde solo parzialmente ad una logica di qualità del servizio, non fornisce indicazioni chiare al viaggiatore internazionale, ovvero a colui al quale il legislatore si riferiva.

Per ovviare a questa situazione la strada scelta dal Sistema delle Camere di Commercio più rapida e con maggiori possibilità di consenso tra gli operatori è quindi la soluzione dei Marchi di Qualità volontari, ovvero di un marchio volontario promosso da un ente istituzionale. Promuovere un Marchio di Qualità delle imprese turistiche costituisce inoltre un ottimo riferimento per le politiche di miglioramento delle località turistiche ed una spinta all'emulazione tra albergatori.

Il progetto Marchio di Qualità nelle strutture turistiche ha raggiunto dal 1999 ad oggi le seguenti dimensioni:

- Oltre **70** province coinvolte,
- oltre **10.000** strutture visitate
- **1.700** alberghi certificati,
- **1.335** ristoranti certificati;
- oltre **740** strutture certificate tra agriturismi, stabilimenti balneari, campeggi e bed & breakfast e happy hours

Il progetto ha sviluppato per ogni categoria di impresa turistica un disciplinare ad hoc sulla base di indicazioni fornite da commissioni nazionali composte da esperti di settore e rappresentanti e operatori del turismo. I disciplinari sviluppati su criteri di valutazione oggettivi ma anche rappresentativi delle caratteristiche delle tipologie imprenditoriali sono i punti chiave per la scheda di valutazione che attraverso oltre 100 voci presenti nelle check list individuano il livello di qualità del servizio dell'azienda.



In particolare i disciplinari e le relative liste di riscontro riguardano le seguenti tipologie di impresa/struttura turistica:

- **Hotel:** con specifiche per le differenti categorie standardizzate per un ideale livello nazionale e comparabili a livelli internazionali;
- **Ristoranti:** con una caratterizzazione legata al livello di ristorazione che va dalla trattoria tipica al ristorante gourmet;
- **Agriturismo:** in tutte le accezioni previste dalla legge: ricettivo, ristorativo, e relative specializzazioni da fattorie didattiche, a quelle che offrono servizi sportivi – maneggi, ecc.;
- **Campeggi:** il disciplinare da particolare attenzione alla tutela ambientale;
- **Bed & breakfast**
- **Stabilimenti Balneari**
- **Happy Hours:** il disciplinare riguarda l'attività di happy hour all'interno di un esercizio, ma considera anche aspetti coerenti di qualità del locale;
- **Locali etnici:** il disciplinare mette a fuoco oltre che la qualità del servizio anche la capacità di rendere conto della tradizione e della cultura del Paese di riferimento;
- **Discoteche:** viene posta particolare attenzione sui problemi della sicurezza e della pressione interna ecc.)
- **Charter Nautici**

Per maggiori informazioni sui disciplinari rimandiamo al sito www.10q.it

PRINCIPALI PUBBLICAZIONI

L'Economia Italiana del Turismo:

Il Rating dei comuni turistici italiani"
"L'economia della ricettività"
"Le vacanze invernali degli Italiani"
"Le vacanze degli italiani nel '95"
"Estate '95: una stagione d'oro".
"Le vacanze invernali del 1996"
"Le vacanze degli italiani nel '96"
"Estate '96 : Stagione d'oro anno III"
"Le vacanze invernali del 1997"
"Le vacanze degli italiani nel '97"
"Estate '97: tra incertezza e oculatezza"
"Le vacanze invernali degli italiani 1998"
"La destinazione Italia e gli Europei" (studio sul turismo organizzato verso l'Italia)
"Vacanze Italiane 1998"
"Estate '98 : La Conferma"
"Il sistema delle imprese turistiche" (1998)
"Le vacanze invernali del 1999"
"1999: vacanze italiane"
"Estate 1999: il turismo naviga tra effetti speciali e tradizione"
"La destinazione Italia e gli Europei: Prospettive della domanda organizzata europea (Benelux, Scandinavia e Germania)" (2000).
"La mobilità turistica nel Mezzogiorno: verso un modello di sistema intermodale" (gennaio 2000), studio condotto con Uniontrasporti.
"2000: vacanze italiane" (febbraio 2000)
"Le vacanze invernali del 2000" (aprile 2000)
"La destinazione Italia e gli Europei: Prospettive della domanda organizzata europea - Spagna, Portogallo, Grecia" (luglio 2000).
"Estate 2000 - Turismo italiano: con Internet passa lo straniero"(ottobre 2000).

PRINCIPALI PUBBLICAZIONI *(continua)*

L'Osservatorio Nazionale sul Turismo (dal febbraio 2001)

2001 - Febbraio	“Le Vacanze Italiane nel 2000”
2001 - Aprile	“Le Vacanze invernali nel 2001”
2001 - Aprile	“Le Vacanze Italiane nel 2001 - rapporto inverno”
2001 - Aprile	“I prodotti turistici italiani” – rapporto inverno”
2001 - Dicembre	“Le Vacanze Italiane nel 2001 - rapporto estate”
2001 - Dicembre	“I prodotti turistici italiani” – rapporto estate”
2002 - Luglio	“Estate 2002: nuovi mercati, nuove destinazioni”
2002 - Ottobre	“Le vacanze italiane nel 2002 e le previsioni di vacanza per l’inverno”
2002 - Dicembre	“ La congiuntura economica del Turismo”
2003 - Gennaio	“ Indagine sul Turismo straniero – il mercato Tedesco”
2003 - Aprile	“ Analisi del comparto turistico”
2003 - Maggio	“Pasqua 2003: gli italiani al verde negli agriturismi”
2003 - Giugno	“Estate 2003: l’onda lunga della crisi”
2003 - Luglio	“Le Vacanze Italiane nel 2003 e le previsioni di vacanza per l’estate” 1° report - indagine sui comportamenti turistici degli italiani
2003 - Luglio	“Indagine sul turismo organizzato europeo”
2003 - Settembre	“Estate 2003: un vento caldo di ottimismo ”
2003 - Novembre	Un prototipo innovativo di scenario sul settore turismo
2003 - Dicembre	Natale 2003: un inverno turistico meno rigido
2004 - Gennaio	Le vacanze italiane nel 2003 e le previsioni per l’inverno 2004 2° report
2004 - Febbraio	Indagine sul turismo straniero - il mercato tedesco
2004 - Aprile	“Pasqua 2004: germogli di ripresa”
2004 - Giugno	“Estate 2004: L’Italia si riprende l’estate”
2004 - Luglio	Le vacanze italiane nel 2004 e le previsioni per l’estate
2004 - Luglio	Indagine sul turismo organizzato europeo
2004 - Luglio	Indagine sul turismo straniero – il mercato statunitense
2004 - Settembre	“Estate 2004: Vacanze fuori stazione”
2004 - Novembre	“Natale 2004: vacanze sulla neve”
2005 - Gennaio	Indagine sul turismo straniero – il mercato tedesco
2005 - Gennaio	Le vacanze italiane nel 2004 e le previsioni per l’inverno 2005
2005 - Marzo	Osservatorio Nazionale sul turismo – “Pasqua 2005”
2005 - Luglio	Le vacanze italiane nel 2005 e le previsioni per l’estate. 1° report
2005 - Luglio	“Estate 2005”– indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree leader e sui segmenti di prodotto

PRINCIPALI PUBBLICAZIONI *(continua)*

2005 - Luglio	Indagine sul turismo organizzato europeo
2005 - Settembre	Indagine sul turismo straniero – il mercato statunitense
2005 - Settembre	“Estate 2005: Le strategie delle imprese (politiche dei prezzi e internet) sostengono l’estate italiana - indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree leader e sui segmenti di prodotto
2005 - Novembre	“Impresa Turismo” – un’analisi della competitività dei prodotti turistici italiani
2005 - Novembre	“Vacanze invernali: il turismo fa lo slalom tra tariffe scontate e prenotazioni telematiche” - indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree leader e sui segmenti di prodotto
2006 - Gennaio	Indagine sul turismo straniero – il mercato tedesco
2006 - Gennaio	Le vacanze italiane nel 2005 e le previsioni per l’inverno 2006
2006 - Maggio	Osservatorio Nazionale sul turismo – “Pasqua 2006”
2006 - Giugno	Indagine sul turismo organizzato europeo
2006 - Luglio	Le vacanze italiane nel 2006 e le previsioni per l’estate. 1° report
2006 - Luglio	“Estate 2006: al mare come in montagna si attende il last minute, ma c’è ottimismo tra gli operatori”– indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree leader e sui segmenti di prodotto
2006 - Settembre	Indagine sul turismo straniero – il mercato statunitense
2006 - Settembre	“Estate 2006: Il turismo in Italia ha più velocità: più prodotti per più turisti soprattutto stranieri” - indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree leader e sui segmenti di prodotto
2006 - Novembre	La cultura come prodotto turistico: Studio di pre-fattibilità per la creazione di un circuito turistico dantesco
2006 - Dicembre	L’impatto economico del turismo in Italia
2007 - Gennaio	Studio per una mappa delle imprese turistiche
2007 - Gennaio	“Vacanze d’inverno aspettando la neve” - indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree leader e sui segmenti di prodotto
2007 - Gennaio	Le vacanze italiane nel 2006 e le previsioni per l’inverno 2007: “Febbre da vacanza ma non per tutti”
2007 - Febbraio	“Impresa Turismo” – un’analisi della competitività dei prodotti turistici italiani
2007 - Maggio	Osservatorio Nazionale sul turismo – “Il 2007 parte premiando le piccole grandi eccellenze turistiche - Pasqua 2007”

PRINCIPALI PUBBLICAZIONI *(continua)*

Studi e analisi che focalizzano alcune realtà turistiche territoriali:

Basilicata	Osservatorio Turistico della Regione Basilicata. (1999-2000) Osservatorio Turistico della Regione Basilicata. (2001)
Calabria	Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Vibo Valentia Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Cosenza La fotografia del turismo nella provincia di Crotona
Campania	Benevento : quali prospettive per lo sviluppo del turismo ? (1996) Il turismo a Capri: alla ricerca di un punto di equilibrio (1997) L'arcipelago campano: una analisi della domanda (1998)
Emilia Romagna	Appennino forlivese : un giardino per la riviera". (1995) Spesa turistica ed impatto sull'occupazione in Emilia Romagna (1996). Ravenna e la sua nuova porta di accesso marina: le opportunità turistiche derivanti dal nuovo terminal passeggeri (2000) L'Appennino Romagnolo: studio sulle potenzialità di sviluppo turistico di prodotto (2000) Indagine sull'offerta di appartamenti per l'ospitalità turistica in Emilia Romagna (ottobre 2001) L'offerta appenninica e le politiche di nicchia legate al turismo sportivo e vacanza attiva (ottobre 2002)
Lazio	Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Ferrara Un turismo da reinventare (1995)
Liguria	Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Savona
Lombardia	Milano: capitale del turismo culturale (1999) Turismo a Milano - analisi delle caratteristiche del consumo turistico nell'area di Milano (2002) Osservatorio del turismo del STL Lago di Como Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Varese Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Pavia Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Mantova
Marche	Osservatorio turistico della provincia di Macerata
Piemonte	Osservatorio Turistico della provincia di Cuneo – studio sulle ricadute economiche del Turismo della Neve (febbraio 2004) Osservatorio Turistico della provincia di Cuneo – Guida alle opportunità di sviluppo (2000) Osservatorio Turistico della provincia di Cuneo - Guida tecnica alle modalità di investimento per nuove imprese turistiche (ottobre 2002)
Puglia	Osservatorio turistico della Regione Puglia Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Brindisi
Veneto	Osservatorio turistico del STL Puglia Imperiale Il turismo nel Veneto nel 1995



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

PRINCIPALI PUBBLICAZIONI *(continua)*

Toscana	Pisa : la città delle isole (indagine sul turismo culturale di un giorno). Progetto Lucano Pisa - Cordoba- Lille - Unione Europea DG XVI (1998) Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Pistoia
Umbria	Indagine sulle previsioni di turismo straniero organizzato verso la regione Osservatorio turistico della Regione Umbria
Valle d'Aosta	Osservatorio turistico della Camera di Commercio di Terni Osservatorio turistico della Valle d'Aosta

Ricerche sulle problematiche dell'offerta in Italia e nelle singole regioni.

1995	L'innovazione commerciale nella PMI alberghiera italiana
1995	Interventi innovativi nell'attività e nella gestione delle imprese alberghiere
1995	Analisi di alcuni enti stranieri preposti alla promozione turistica
1996	Nuove praterie dell'Est : economia, consumi e vacanze nell'Europa orientale
1996	Ricerca ed inventario delle attività del sistema camerale in materia di turismo
1996	Progetto per l'avvio di un servizio di orientamento sui finanziamenti comunitari
1996	Oltre il Sole (Turismo & Sud) competere nell'ospitalità : il rating territoriale dell'offerta, la divaricazione dei servizi alberghieri, la matrice trasporti-ospitalità
1997	La promozione turistica e le Regioni: analisi dei programmi e delle attività
1997	Il turismo nel Mezzogiorno: verso la destagionalizzazione
1998	I Vincoli e le Opportunità per le imprese alberghiere
1998	Il Vino : Ambasciatore del territorio
2000	Lo Sviluppo del Territorio attraverso la Gastronomia, i Prodotti Tipici, il Turismo
2001	Il turismo del Golf in Italia
2003	Il destino delle imprese turistiche
2007	L'evoluzione del sistema delle infrastrutture: un confronto internazionale



Quotidiani e inserti

Affari e Finanza
Alto Adige
Avanti!
Avvenire
Bargiornale
Bresciaoggi
Corriere Adriatico
Corriere Alto Adige
Corriere di Firenze
Corriere di Siena
Corriere del Mezzogiorno
Corriere del Veneto
Corriere di Viterbo
Corriere dell'Umbria
Corriere del Giorno di Puglia e Lucania
Corriere della Sera
Corriere delle Alpi
Corriere di Arezzo
E-businet
Eco di Bergamo
Espansione
Euro Travel News
Europa
Finanza Mercati
Girinale dell'Umbria
Il Centro
Il Denaro
Il Gazzettino
Il Giornale
Il Giornale d'Italia
Il Giornale della Toscana
Il Giornale di Brescia
Il Giornale di Calabria
Il Giorno
Il Mattino
Il Mattino di Padova
Il Messaggero
MessaggeroVeneto
Il Nuovo Giornale di Bregamo
Il Piccolo

IL Quotidiano di Foggia
Il Resto del Carlino
Il Resto del Carlino Ed. Ancona
Il Secolo XIX
Il Sole 24 Ore
Il Tempo
Il Tirreno
Italia Oggi
La Città
La Discussione
La Gazzetta del Mezzogiorno
La Gazzetta del Sud
La Gazzetta dell'Economia
La Nazione
La Nuova Basilicata
La Nuova di Venezia e Mestre
La Nuova Sardegna
La Nuova Venezia
La Padania
La Prealpina
La Provincia
La Provincia Pavese
La Repubblica
La Sicilia
La Stampa
La Tribuna di Treviso
La Voce di Cremona
La Voce di Rimini
L'agenzia di Viaggi
Liberio Roma
Lucania
L'Unione Sarda
Master Viaggi
Milano Finanza
Mixer
Nazione-Carlino-Giorno (gruppo Carlino)
Nuova Distribuzione
Nuovo Molise
Nuovo Quotidiano di Puglia-Lecce
Prealpina
Puglia

CREDITS

Secolo d'Italia
Trentino
Tutta Finanza Ed Umbria
Quotidiano Cosenza
Quotidiano Travel

Agenzie di Stampa

Adn Kronos
Agi
Ansa
Asca
Radiocor
Reuters

Periodici

Air Press
Guida Viaggi
Gente Viaggi
Panorama
Trend
Trentino
TTG Italia
Turismo e Attualità
Turismo Stampa
Turismo oggi
Voyager
L'Impresa
Regalo d'Affari
Master Meeting
Diario di bordo
Food
Giornale della libreria
Terre del Vino
La Madia Travelfood
Uomini e Business
Men's Health
L'Espresso
Soprattutto (ed. Emilia Romagna)
Suppl. Five Stars (cronache turistiche)

Televisioni

TG1
TG2
TG2 Costume e società
TG2 Dossier
TG3
GR RAI (GR1-GR2-GR3)
Televideo
TG5
RADIO
rds
radio montecarlo
radio 24
radio uno (radiorai)

Internet

CNN Italia.it
Guida Viaggi.it
Sole24ore.com