

**Lodovico Festa,
Giulio Sapelli**

Capitalismi

Crisi globale ed economia italiana. 1929-2009

**Boroli, Milano 2009,
pp. 176, euro 14,00**



La crisi del 2008 dispiega ancora i suoi effetti, dimostrando che certe riflessioni sarebbe stato meglio farle prima dei crolli di Wall Street.

Questo il senso delle conversazioni tra i due Autori sulla crisi, lo sviluppo, l'economia pubblica e il bancocentrismo.

Maurizio Stefanini

Ultras

Identità, politica e violenza nel tifo sportivo da Pompei a Raciti e Sandri

**Boroli, Milano 2009,
pp. 192, euro 14,00**

L'Autore ripercorre le vicende del tifo violento dai primi episodi in Inghilterra nel 1885 e in Italia nel 1905 fino ai giorni nostri.



Un problema non solo italiano, che ha trovato risposte decise.

Ugo Finetti

Storia di Craxi

Miti e realtà della sinistra italiana

**Boroli, Milano 2009,
pp. 160, euro 14,00**



Il volume passa in rassegna tutte le tappe della vita di Craxi, dall'esperienza di leader studentesco, alla conquista di Palazzo Chigi, fino al declino.

L'Autore, giornalista, è stato dirigente del Psi e vicepresidente della Regione Lombardia.

www.borolieditore.it



VENETO. TURISMO CONGRESSUALE

Venezia: pronto per l'estate il Convention Bureau

Venezia vive di turismo e, stufa del "mordi e fuggi", punta su un turismo d'élite che abbia notevole ricaduta sul territorio, proprio come il turismo congressuale, ritenuto risorsa succulenta da tutte le città internazionali di grande richiamo turistico. Si pensi che in Italia, nel solo 2009, si sono tenuti ben 107mila eventi congressuali per circa 19 milioni di partecipanti.

"In questi ultimi anni lo sviluppo degli "altri turismi" è diventato non solo una sfida, ma anche una necessità, - spiega Giorgia Andreuzza (vedi foto a destra), assessore al Turismo della Provincia di Venezia - ed è per questo che la Regione del Veneto ha compiuto due importanti atti di accelerazione verso la crescita del settore congressuale: ha trasferito alle Province risorse finalizzate a favorirne lo sviluppo e l'organizzazione ed ha in seguito individuato nei Con-

vention Bureau le forme più idonee per l'aggregazione delle imprese operanti nel settore, assegnando alle Province stesse l'obiettivo di istituirli e sostenerli con iniziative mirate."

Per informazione, il primo **convention bureau** nacque negli USA a fine Ottocento ed era composto da un giornalista di Detroit che si occupava di alberghi e da una segretaria.

Ma passiamo a Venezia.

"La Provincia di Venezia, a sua volta - continua l'Assessore -, ha accolto la sfida creando un tavolo di lavoro per la costituzione di un **Convention Bureau veneziano** condiviso tra APT (Azienda di Promozione Turistica) della Provincia

di Venezia, associazioni di categoria e consorzi di promozione turistica. Tali soggetti hanno elaborato un piano di attività che prevede: la definizione delle regole di funzionamento del futuro **Convention Bureau**, la raccolta ed elaborazione dei dati relativi all'offerta turistica congressuale, la realizzazione di supporti cartacei e multimediali, la partecipazione ad eventi fieristici specializzati, iniziative mirate di promozione verso gli operatori della domanda e dell'informazione."

L'APT della Provincia di Venezia ha organizzato con cadenza mensile incontri di coordinamento in occasione dei quali è stato predisposto il



piano operativo di lavoro, realizzata la ricognizione della filiera congressuale e la strutturazione del database.

Sono stati inoltre individuati nome e logo (vedi sopra) del costituendo **Convention Bureau: Welcome2Venice convention bureau**.

Welcome2VeniceCB ha ultimamente partecipato alla BIT di Milano (17-20 febbraio) nello spazio strutturato "meetings and events" dello stand della Regione Veneto ed alla **Convention Nazionale di Federcongressi** a Firenze il 28 febbraio scorso. Da ultimo, il 31 marzo il **Welcome2VeniceCB** è stato presentato alle aziende della filiera congressuale per raccogliere le adesioni alla costituzione della nuova società

M.L.N.

