



NASCE un progetto italiano per sostituire il classico Personal Identification Number con un codice più sicuro. Il Pin è entrato ormai nelle abitudini quotidiane di ognuno di noi: basta digitarlo e i nostri soldi raggiungono la destinazione voluta. Ma la sua funzione primaria, ossia metterci al riparo da frodi, è sempre infallibile? Purtroppo la cronaca insegna che non sempre è così. Dalle finalità del Pin alla volta di una maggiore sicurezza ha preso le mosse un progetto di security denominato «Freeple» ed elaborato dal ricercatore Carlo Filippo Follis. Il sistema si basa su un congegno di dimensioni analoghe a quelle di un apricancello, da usare in

tutte quelle circostanze in cui è chiesta un'autenticazione dell'utente: dall'utilizzo di carte di credito e bancomat all'accesso ad aree riservate di un'impresa, dal commercio elettronico ai pagamenti on line. «Alla base di Freeple - spiega Follis - c'è l'idea di mandare in pensione il Pin statico introducendo il concetto di Pin corrispondente a una identità variabile nel tempo». Freeple può attribuire a un utente un valore di identità variabile, in sostanza un codice alfanumerico, utilizzabile per un lasso di tempo limitato, 60 o 120 secondi. Il codice attribuito a una specifica operazione è basato su un'obsolescenza anticipata: diventa cioè automaticamente inservibile

Un Pin camaleonte per bloccare le frodi su bancomat e carte di credito

nel momento stesso in cui viene utilizzato e quindi risulta annullato per successive operazioni. «In tal modo - precisa Follis - l'identità variabile si colloca in un tempo di modificazione talmente breve che

elude la possibilità di frodi. Nel momento in cui la transazione rende valido il codice, l'identità diventa obsoleta». Il file delle identità variabili risiederà sull'host dell'azienda che deciderà di acquisire Freeple. «Il gestore delle identità variabili - afferma Follis - sarà anche il fornitore del congegno portatile di Freeple: "caricherà" il file delle identità sul dispositivo e lo sincronizzerà con l'orologio interno dell'host. L'utente finale, quindi, si recherà ad esempio in un negozio, consegnerà la propria carta di credito all'esercente, che la striscerà nel Pos. A quel punto l'utente digiterà il codice allo stesso modo in cui oggi ciascuno di noi digita il Pin del proprio bancomat. L'identità variabile verrà riconosciuta

come valida e il processo sarà chiuso con esito positivo». Tra le caratteristiche di Freeple che Follis tiene a sottolineare c'è la sua compatibilità con tutti i sistemi di pagamento oggi in uso e con quelli in fase di sviluppo, quali per esempio la carta con microchip. Non sarà dunque necessario sostituire la nostra carta di credito o il nostro bancomat. «Il progetto Freeple - afferma il ricercatore - è stato sviluppato in un'ottica, oltre che di security, anche di agevolazione della vita quotidiana nel rapporto con i diversi strumenti di credito, soprattutto per coloro che, anche solo temporaneamente, a causa di disabilità fisica, non hanno possibilità di apporre firma olografa sulle memorie di spesa».

CONSUMI

«PREMIO OSPITALITÀ ITALIANA» PER LE MIGLIORI STRUTTURE

Stelle sotto accusa Negli alberghi arriva il marchio di qualità

Da Camere di Commercio e Isnart nuove valutazioni omogenee in tutta Italia sulla funzionalità dell'offerta

Carlo Novara

DA anni, ormai, le stelle non garantiscono più la qualità di una struttura alberghiera. Sulla carta ci sono, ma spesso li rimangono. I clienti se ne rendono conto sulla propria pelle: disservizi, contrattamenti, maleducazione del personale, scarsa pulizia, apparecchi che non funzionano, servizi ai minimi termini. «Il fatto è - spiegano all'Isnart, Istituto nazionale di ricerche turistiche - che le stelle vengono attribuite su richiesta del titolare che "autocertifica" i requisiti e che ogni Regione adotta propri criteri di valutazione». Manca insomma uno standard comune di qualità, soprattutto la certezza che il livello attribuito non venga meno in futuro. Infatti, i pochi controlli, per lo più formali, tengono conto delle dotazioni, non del loro funzionamento. «Un piccolo esempio - dice Flavia Maria Coccia, responsabile del Centro Studi Isnart - ma assai chiaro. Quando si legge sul dépliant: "televisore in camera", non se ne precisa la dimensione né se "per caso" sia rotto, non si spiega se sia a colori o in bianco e nero, se riceva tutti i canali, se abbia o meno il telecomando e se lo si debba chiedere e restituire al personale. Piccole cose, certo, ma se c'è diffidenza tra chi acquista e chi vende si creano sacche di "non qualità"».

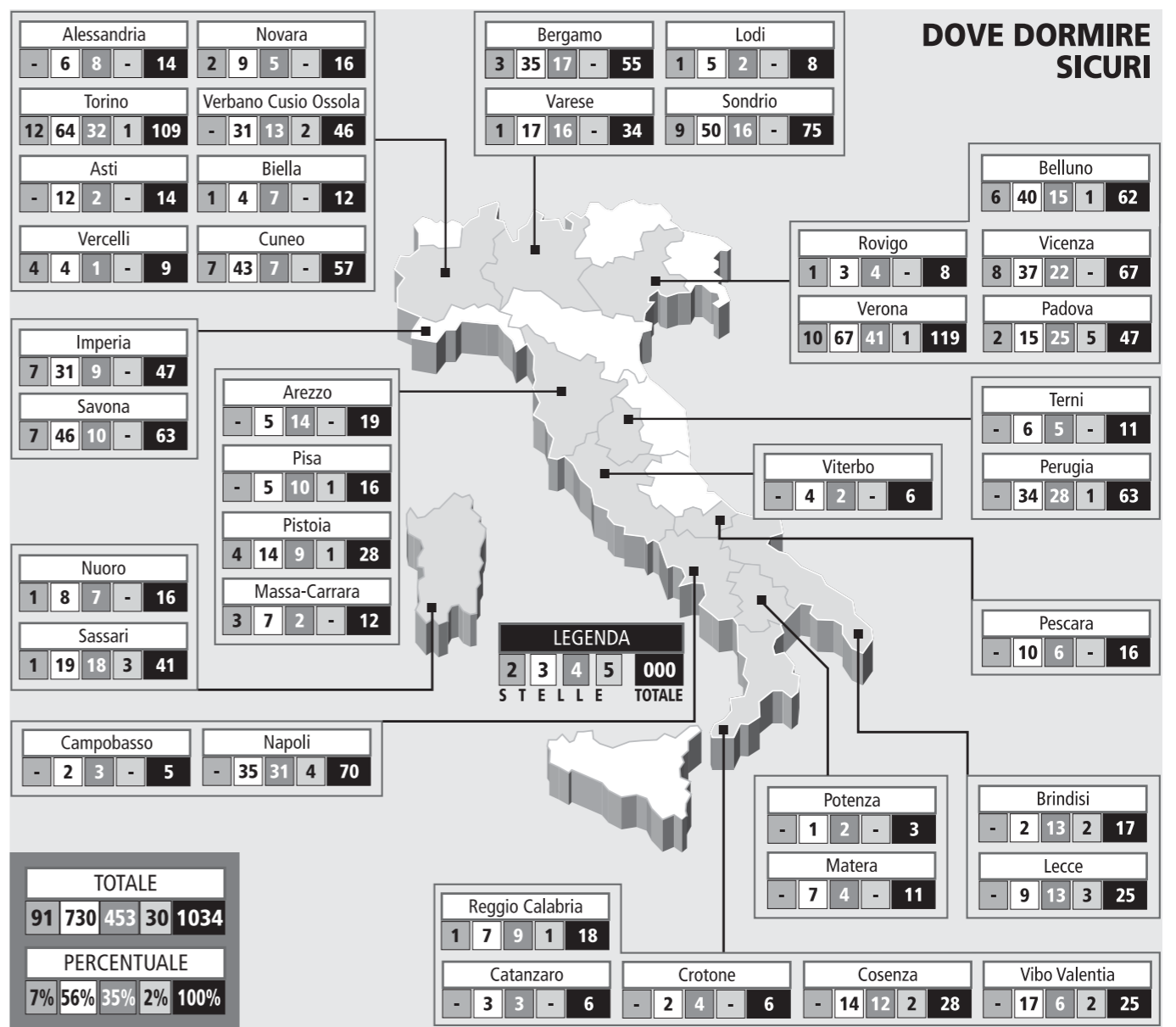
Il progetto del marchio di qualità - vale a dire l'esigenza di individuare degli standard comuni e affidabili capaci di indicare con la massima trasparenza quali aziende potessero fregiarsene - è nato nel 1997 nel Veneto, da Isnart e Camere di Commercio. «Nel '98 - dice il direttore Isnart, Giovanni Antonio Cocco - aderivano già alberghi di 5 province, che ora sono diventate 45, per un totale di 1304 hotel certificati su oltre 6 mila esaminati». L'iniziativa ha poi coinvolto i ristoranti (sono 809 di tutte le tipologie su 1900 visitati) e, dallo scorso anno, agriturismi (140 dei 250 visitati sono stati promossi), campeggi, bed & breakfast e stabilimenti balneari. Piemonte, Calabria e buona parte della Toscana sono quelle che hanno seguito con più entusiasmo il progetto, ma anche Lecce, Brindisi, Roma, Cagliari e la Costa Smeralda, Napoli, non sono rimaste indietro; albergatori e ristoratori di Lombardia e Liguria stanno recuperando il tempo perduto.

Per ogni impresa gli esperti dell'Isnart compilano un dettagliato questionario (per i soli alberghi ci sono 222 voci divise in 10 capitoli) dal quale scaturisce una sorta di radiografia che individua ogni possibile pecca nella struttura esaminata. Se supera l'esame, l'azienda si può fregiare del marchio di qualità (nell'ambito della propria categoria) che dovrà dimostrare di meritare anche nel corso dei controlli annuali successivi.

Tuttavia, se il pubblico conosce le tradizionali categorie (stelle) che definiscono la qualità dei servizi offerti, poche persone tra i potenziali clienti sono al corrente dell'ancora giovane marchio di qualità. «Vero - dice Giovanni Antonio Cocco - fino ad ora abbiamo puntato ad aiutare gli imprenditori più preparati a raggiungere velocemente un buon livello e a sensibilizzare sul tema della professionalità quelli che ancora non ne erano convinti. Nello stesso tempo abbiamo cominciato a promuovere le strutture

da noi certificate negli incontri all'estero». Un primo risultato è stato raggiunto: gli alberghi «di qualità» hanno il 61% di camere vendute contro una media italiana del 51% e la loro clientela è formata al 36% da stranieri, contro il 29% delle restanti strutture. Per promuovere e diffondere tra il grande pubblico il marchio di qualità, alla Bit di Milano è stato lanciato il «Premio ospitalità italiana 2005», da assegnare alle 9 categorie di alberghi e ristoranti e un superpremio. Saranno i titolari e i gestori a presentare la scheda del concorso ai propri clienti, invitandoli a mandare un sms con un punteggio da 1 a 10 alla segreteria della manifestazione. Anche i votanti potranno partecipare all'estrazione di premi, ospitalità e cene gratuite. È atteso il commento di 10 milioni di clienti.

Le aziende del turismo che vogliono fregiarsi del «marchio di qualità» devono superare una «disciplinaria» che analizza minuziosamente il loro servizio: ai ristoranti vengono posti 288 quesiti, agli alberghi 222



I POSTI LETTO	
■ Alessandria	1335
■ Arezzo	1653
■ Asti	735
■ Belluno	3980
■ Bergamo	793
■ Biella	4119
■ Brindisi	2863
■ Campobasso	568
■ Catanzaro	4145
■ Cosenza	3624
■ Crotone	1014
■ Cuneo	3748
■ Imperia	2414
■ Lecce	2669
■ Lodi	520
■ Massa-Carrara	782
■ Matera	1102
■ Napoli	9320
■ Novara	1370
■ Nuoro	2296
■ Padova	7487
■ Perugia	1199
■ Pescara	5681
■ Pisa	2026
■ Pistoia	3097
■ Potenza	248
■ Reggio Calabria	2038
■ Rovigo	612
■ Sassari	4644
■ Savona	5406
■ Sondrio	3767
■ Terni	10.756
■ Torino	865
■ Varese	2141
■ Verbania	5267
■ Vercelli	279
■ Verona	5751
■ Vibo Valentia	11.397
■ Vicenza	449
■ Viterbo	4876
■ TOTALE	127.036

In calo le vecchie pensioni

statistica

I nuovi alberghi italiani confortevoli, quelli a 3 stelle, hanno registrato negli ultimi dieci anni, il maggior incremento numerico, raggiungendo le 12 mila unità (+10%) mentre le pensioni sono diminuite nello stesso periodo del 23%, gli alberghi a una stella hanno segnato un calo del 17% e quelli a due del 9%. In termini quantitativi meno evidenti gli incrementi percentuali maggiori li hanno segnati i cinque stelle +50% e i quattro stelle +20% e anche le nuove forme di ospitalità bed & breakfast e agriturismo hanno segnato un +24% contro una media complessiva del settore ricettivo del +9%. A livello territoriale il maggior incremento si registra al Sud e nelle isole con la Sicilia che nel triennio ha registrato un +13%, seguita dalla Puglia (+12%), dalla Calabria (+10%) e dalla Basilicata (+8%). La contrazione della quantità degli esercizi alberghieri interessa in genere il Nord del Paese a partire dall'Emilia Romagna e dal Trentino Alto Adige, dove gli alberghi sono calati del 4%, il Veneto che segna -1% e, soprattutto, la Liguria e il Piemonte con -7%.

Molti gli albergatori laureati

identikit

Le commissioni che valutano gli aspiranti al marchio di qualità, hanno stilato un identikit delle imprese promosse. In primo luogo sono a conduzione familiare nell'83% dei casi e il 33% impiega da 6 a 12 addetti, il 29% dal 1 a 5, il 24% da 13 a 22 e il 14% oltre 23. Nel 70% dei casi il personale viene scelto direttamente dal proprietario che ne cura l'addestramento affiancandolo a figure già esperte (77% dei casi), ma il 43% degli addetti segue corsi di aggiornamento; in taluni casi si verifica dunque una sovrapposizione dei due metodi. Il 94% delle strutture dichiara di avere un proprio sito su Internet e il 76% accoglie prenotazioni on-line. Infine età e titolo di studio dei titolari/gestori: nei ristoranti sono più giovani, con una media di 35 anni, negli hotel hanno 43 anni e negli agriturismi 50; il 57% è diplomato, il 29% ha una laurea.

IL CRITICO: «STESSA CATEGORIA, CI SI PUÒ TROVARE IN UNA STANZA A ORE O IN UN PICCOLO PARADISO»

«Giudizi a caso e superlusso polverosi»

Raspelli: troppe differenze da regione a regione, meglio il passaparola

intervista
Agnese Vigna

SE si va in un 2 stelle in una grande città, come Milano o Roma, è facile capitare in un albergo a ore. Può anche avere dei risvolti interessanti, ma non sempre è il momento adatto... Se invece il 2 stelle è in Alto Adige, allora si trova anche la sauna, il bagno turco, la piscinetta coperta con l'idromassaggio e magari il centro benessere. Questo è il panorama dell'albergo italiano». Parola di Edoardo Raspelli, il giornalista e critico gastronomico, conduttore di Melaverde su Rete 4, che da 15 anni, per professione, gira con una media di un centinaio di alberghi in dodici mesi. Allora in albergo si va allo sbaraglio... E le stelle che cosa ci stanno a fare? «C'è molta confusione, tutto dipende dalle Regioni. La classificazione in stelle dovrebbe codificare la categoria dell'albergo, ma invece si pren-

do delle musate spaventose». Meglio allora puntare sugli alberghi di prestigio? «Il 4 stelle è l'ex prima categoria, la categoria dei piè di lista, degli agenti di commercio di un certo tono. Ma anche qui fioccano le sorprese. Al Fleming di Roma, uno dei preferiti dalla Rai per gli ospiti quando vanno negli studi della Dear, per esempio, se chiedi un quotidiano non previsto dalla loro mazzetta ti indirizzano all'edicola. In Sardegna spesso il giornale non ce l'hanno proprio. Oppure non c'è il servizio bagagli. Magari c'è il portiere di notte, ma il facchino no. Per non parlare delle barriere architettoniche. Gli alberghi del boom economico, della ricostruzione, quelli costruiti negli Anni Sessanta, sono pieni di scalini all'ingresso. Ma possibile che nessuno ha pensato che si arriva con le valigie? E in un 5 stelle a Firenze mi hanno suggerito di andare dall'altra parte della piazza per fare le fotocopie. Talora non c'è l'aria condizionata in tutte le stanze, e in bagno fai la sauna». All'estero va meglio?

«Ho avuto una grossa delusione al Sacher di Vienna: un 5 stelle polveroso, che sa di chiuso. Ma in generale l'aggravante in Italia è che non c'è più la disponibilità, la tradizione, il piacere dell'ospitalità. Una volta per diventare cameriere si studiava, poi si andava a Losanna a perfezionarsi. Eravamo i migliori al mondo: giravano sulle navi, sapevamo tante lingue. I camerieri erano dei veri professionisti. Ora queste scuole sono fatiscenti, senza mezzi. E più nessuno ambisce a fare questo lavoro. Purtroppo è un atteggiamento di disinteresse lo troviamo anche agli sportelli postali. Ma lì non paghi trecento euro per fare un bonifico». Allora, come difendersi dalle stelle? «Il passaparola e due le rubriche: la mia su Tuttolibri de La Stampa, il sabato, e il mensile Tuttoturismo». Le guide? «Quelle dedicate agli alberghi ospitano valanghe di pubblicità, degli alberghi stessi che si fanno autopromozione. Quindi spesso sono di parte». Che cosa si potrebbe fare, per



Edoardo Raspelli

tentare di migliorare questo sistema? «Il meccanismo delle stelle è automatico, fatto di punti: ma i sorrisi, la cordialità, la professionalità, la disponibilità, non si conteggiano. Meglio sarebbe che le stelle fossero assegnate non dagli enti localmente, ma da ispettori indipendenti, che vigilano periodicamente sulla qualità dell'albergo». Gli hotel migliori? «Sono quelli dove i proprietari sono ben presenti. Quelli a conduzione familiare. Questa è una garanzia di tranquillità». E farsi guidare da Internet? «E' meglio di niente... La rete ti mette tecnicamente a disposizioni tanti dépliant. Si sfogliano e poi si decide: si può essere fortunati oppure no».