IL 98% DEI NOSTRI CLIENTI ARRIVA DALL'ITALIA E ORA SENTIAMO UN PO' LA CONCORRENZA DI MENDRISIO

Investimenti? Per quest'anno dobbiamo solo completare la sala vip

SALMOIRAGHI DIFENDE IL «SUO» CASINO'

INTERVISTA ALL'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA CASA DA GIOCO

Le polemiche? Inutili e dannose! Roberto Salmoiraghi, 53 anni, medico di successo, ex sindaco di Campione d'Italia dal 1994 al 2001 e attuale amministratore delegato del Casinò, è deluso e amareggiato per le continue «frecciate velenose» indirizzate alla casa da gioco. Il «re di Campione», come lo chiamano i suoi 3000 concittadini, assomiglia a un leone ferito. Fatica a capire i motivi di queste polemiche, anche perché questa autentica «gallina dalle uova d'oro» distribuisce copiosi dividenti ai suoi cinque soci. Nel 2002 - solo alle province di Como, Lecco e Varese - sono arrivati quasi 8 milioni di euro. Un'autentica manna per le sempre più sofferenti casse pubbliche. Nonostante ciò Salmoiraghi preferisce gettare acqua sul fuoco.

«Con un utile di 62 milioni di euro le polemiche non possono essere causate dalla cattiva gestione. Evidentemente i motivi esulano dalla gestione aziendale della casa da gioco. Questa è la realtà dei fatti», esordisce il «numero uno» del Casinò di Campione.

Come si spiega questo «fuoco incrociato» contro la casa da gioco?

«La proprietà del Casinò fa riferimento a cinque soci, ma uno solo chiacchiera. Vorrà pur dire qualcosa... Evidentemente sono problemi interni all'Amministrazione provinciale di Como».

Il segretario della Lega Lombarda e presidente della Commissione Bilancio della Camera, Giancarlo Giorgetti, ha proposto un «triumvirato» per superare le divisioni all'interno del Consiglio di Amministrazione. Condivide questa proposta?

«Innanzitutto all'interno del CdA non ci sono divisioni: ci si confronta, si lavora e si producono risultati concreti. Sono contrario alla proposta di Giorgetti, è un'idea che la Lega aveva già avanzato in passato».

Il 2002 per le case da gioco è stato un anno negativo. Campione, invece, è andato in controtendenza: il fatturato ha raggiunto 1 124 milioni di euro (+12,5% rispetto all'esercizio precedente). Come spiega questo trend positivo?

Con un utile di 62 milioni di euro, le polemiche non possono essere causate dalla cattiva gestione

«Il CdA ha lavorato bene, programmato eventi di grande richiamo, messo a punto una serie di investimenti indispensabili per reggere la concorrenza. Ma di questi risultati dobbiamo rendere merito anche ai dipendenti che, pur ampliando l'orario di apertura della casa da gioco, hanno offerto la massima collaborazione e non hanno fatto un'ora di sciopero».

Mendrisio e Lugano stanno erodendo quote di mercato a Campione?

«Oggi la competizione è molto agguerrita. Il 98% dei nostri clienti arriva dall'Italia e qualcuno si ferma a Mendrisio, un po' per la comodità, un po' per la curiosità. Certo, le polemiche di questi ultimi tempi non ci aiutano... L'unico risultato è quello di vanificare il nostro lavoro».

Continuerete anche quest'anno con la politica degli investimenti?

«Dobbiamo solo completare la sala per la clientela vip, che sarà pronta fra due mesi. Non dimentichiamo che la straordinaria maggioranza degli investimenti potrà essere riutilizzata anche nella nuova casa da gioco».

Il Cda ha lavorato bene: si lamenta solo la provincia di Como, forse hanno problemi interni

Quando sarà pronta la nuova sede?

«Nel 2005».

La nuova casa da gioco si sviluppa su sei piani, oltre a tre interrati destinati all'autosilo. La superficie a disposizione è più che doppia rispetto all'attuale. Oltre al Casinò ci sarà qualche altra attrazione?

«Campione, grazie alla sua tradizione e alla sua collaudata professionalità maturata in 70 anni di attività, ormai può contare su un bacino preciso e su un introito abbastanza stabile. La nuova sede comporterà inevitabilmente un aumento dei costi. Proprio in questi giorni abbiamo affidato a una società specializzata uno studio sui costi di gestione in modo da programmare meglio il lavoro quando ci trasferiremo. Non sono in programma altre attività rispetto alla casa da gioco. Stiamo invece pensando di destinare uno o più piani a un grand hotel per ospitare i nostri migliori clienti».

Le maggiori spese potrebbero essere compensare anche da una gestione dei costi più attenta.

«Ovviamente. Infatti stiamo pensando a una miglior distribuzione delle attività promozionali. Manterremo gli investimenti pubblicitari su televisioni e i giornali, ma ridurremo alcune sponsorizzazioni che mal si conciliano con la nostra mission. Ci dedicheremo di più al cliente. Ma cercheremo anche di allargare la base della clientela».

Come?

«Stiamo collaborando con Fiera Milano, dove abbiamo uno stand e con cui pensiamo di organizzare eventi».

■ Roberto Salmoiraghi, ex sindaco di Campione e attuale amministratore delegato del Casinò dell'enclave

Risultato migliore dell'anno scorso

«In data odierna (2 aprile 2003, ndr) si è riunito il Consiglio di Amministrazione della società di gestione del Casinò di Campione che, preso atto della lettera rilasciata dalla società di Revisione, la quale anticipa l'emissione di un giudizio positivo sulla corretta predisposizione del documento contabile, ha poi approvato all'unanimità lo schema di bilancio 2002, la nota integrativa e la relazione di gestione. Alla riunione hanno partecipato tutti i componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio sindacale. I documenti sono stati messi a disposizione dello stesso Collegio sindacale per la redazione della prescritta relazione. Gli utili del Casinò, al netto delle spese di gestione, portano a un risultato per gli enti destinatari (Province di Como, Lecco e Varese) superiore a quello dell'anno precedente». Questo lo scarno comunicato inviato la scorsa settimana dal Consiglio di Amministrazione della società di gestione del Casinò di Campione. Dopo le roventi polemiche che hanno caratterizzato le ultime settimane e che hanno visto protagonisti principali il Casinò da una parte e l'Amministrazione provinciale di Como dall'altra, il CdA vuole mettere la parola fine alla diatriba verbale, con un comunicato che si chiude proprio con una stilettata proprio alla Provincia, ricordando che gli introiti per Villa Saporiti saranno maggiori rispetto allo scorso anno. Ma c'è da giurare che la battaglia non sia ancora conclusa. Gli amministratori provinciali, infatti, avevano chiesto di poter visionare il documento contabile, con un particolare occhio di riguardo per alcune voci dalla parte delle spese. A quanto se ne può sapere, però, l'Amministrazione provinciale non è stata accontentata. Il presidente Leonardo Carioni aveva minacciato in questo caso di non approvare il bilancio: si tratta di attendere solo qualche settimana...

L'AZIENDA DI TAVERNERIO

Videodidatticaonline un altro grande successo di Meroni Comunicazione

TAVERNERIO - Videodidatticaonline sceglie Meroni per comunicare. Un'altra grande vittoria per l'agenzia di comunicazione e marketing con sede a Tavernerio, che si aggiudica le attività di media e public relations di videodidattica.it. *«Dopo un periodo in cui ci siamo dedicati al consolidamento della nostra struttura, concentrandoci soprattutto sull'utilizzo delle nuove tecnologie, sullo sviluppo del nostro sito internet e sull'offerta altamente qualificata dei nostri servizi* - spiega il direttore di Videodidatticaonline - *adesso reputiamo che i tempi siano maturi per far partire la nostra attività di comunicazione, in modo da supportare, con investimenti mirati, sia la crescita dell'azienda che lo sviluppo e la promozione dei nuovi servizi di formazione online in videocomunicazione».*

Avvalendosi di manager e docenti altamente qualificati e operativi da diversi anni nella formazione, Videodidatticaonline è oggi fra le realtà più innovative e competitive in Italia nella formazione online in videocomunicazione destinata agli studenti universitari e delle scuole superiori di ogni specializzazione, alle aziende, ai lavoratori che necessitano di un qualificato ed efficiente aggiornamento, corso o master e a tutti coloro che necessitino di una formazione professionale, aziendale e di ogni attività di e-learning.

Le attività di ufficio stampa e di pubblic relation di Videodidatticaonline saranno coordinate in Meroni Comunicazioni da un team coordinato da Tiziana Lori (director Pr), affiancata da Andrea Testa. L'agenzia, inoltre, firmerà anche la campagna stampa. Meroni comunicazione è fra le più innovative agenzie di comunicazione a 360 gradi, presenta sul mercato ormai da cinquant'anni.

L'INIZIATIVA Un ciclo di incontri sulle tematiche legate a Basilea 2

Dialogo tra banche e imprese

Giovanni Pontiggia, presidente della Bcc di Alzate, ha avanzato la proposta della nascita di «Progetto impresa», ben accolto dalle associazioni di categoria

ALZATE - (lpe) *«Alle banche locali e, tra queste, alle banche di Credito Cooperativo, spetta il compito di assecondare il riequilibrio delle passività delle imprese piccole e medie verso il capitale di rischio e forme di indebitamento a lungo termine. Esse devono saper indirizzare la clientela verso gli strumenti finanziari più idonei a sostenere lo sviluppo nel tempo, migliorando l'analisi delle esigenze finanziarie delle imprese e offrendo servizi di finanza aziendale in collaborazione con le strutture di categoria e con intermediari specializzati».* Con queste parole Giovanni Pontiggia, presidente della Banca di Credito Cooperativo dell'Alta Brianza, ha chiuso il ciclo di incontri sulle tematiche legate a Basilea 2. E proprio in questa frase può essere riassunto il significativo ultimo valore degli incontri promossi dalla Bcc dell'Alta Brianza, ai quali hanno partecipato i rappresentanti delle Associazioni di categoria di Como e Lecco (Api, Aia, Cna, Unione Industriali, Imprese Edili e Compagnia delle Opere).

■ Giovanni Pontiggia, presidente della Bcc di Alzate, ha chiuso il ciclo di incontri sulle tematiche legate a Basilea 2 proponendo la nascita del «Progetto impresa»

Lo scopo di questi incontri era di esaminare congiuntamente con i rappresentanti delle categorie le problematiche relative a Basilea 2, al fine di giungere alla formulazione di un rating condiviso con le aziende. L'ingresso del sistema creditizio italiano nell'era immediatamente antecedente l'applicazione del trattato di Basilea 2 sulle modalità di ammissione al credito bancario, può creare una forte stretta creditizia che potrebbe penalizzare in modo preminente le piccole e medie imprese. Queste ultime rischiano di risentire di questa diminuzione di affidamenti che si può riflettere in modo negativo sia sulla gestione degli investimenti che sulla quotidianità della vita aziendale. Di qui la necessità di nuove metodologie di dialogo tra cliente e banca, che deve divenire più strutturato e rapportato a indici economici e finanziari aziendali che devono essere esaltati ed evidenziati.

Per meglio approfondire le tematiche è stata accolta con particolare favore dai rappresentanti delle associazioni la proposta della Bcc di dar vita al «Progetto impresa», per realizzare un percorso formativo-consulenziale per le imprese locali che risponda alle esigenze di una loro maggiore competenza manageriale e know-how finanziario e per enfatizzare il ruolo e la figura della Bcc sul territorio quale interlocutore privilegiato e qualificato per le Pmi.

Progetto impresa, dunque, è un'iniziativa che vuole tendere con reale efficacia ad avvicinare il tessuto economico-imprenditoriale della propria zona di riferimento alla finanza. Al progetto banciario dalla Banca di Credito Cooperativo hanno già aderito Cna, Collegio Edili, Api e Compagnia delle Opere.

SPT E NAVIGAZIONE LAGO

Torna l'iniziativa «Como e Lugano, due laghi per sognare»

COMO - «Due laghi per sognare». Torna la vantaggiosa offerta di Spt Linea, Navigazione lago di Como e di Lugano, ferrovie confederali e trasporti pubblici luganesi, che lo scorso anno aveva letteralmente «sbancato i botteghini». Si tratta di un pacchetto turistico, denominato esattamente «Como e Lugano: due laghi per sognare», che vuole appunto unire almeno dal punto di vista dei trasporti pubblici le due nazioni confinanti. Verrà quindi messo in commercio un biglietto unico per autobus e battelli, tra l'Italia e la Svizzera.

L'iniziativa, presentata in settimana, disegna una sorta di circolare che tocca le località turistiche più suggestive tra Como e il Ticino. Il tour, ovviamente, può essere intrapreso in entrambi i sensi, attraversando tutto il Mendrisiotto e scendendo verso Como o verso Porlezza e Menaggio.

E anche il prezzo è speciale: 26 euro per un biglietto che rimane comunque valido fino al prossimo 5 ottobre. E' importante sapere inoltre che è possibile viaggiare per due giorni dalla data di convalida del biglietto: il cliente, dunque, può iniziare e poi interrompere il suo viaggio quando vuole nell'arco delle 48 ore.

«Quella che viene denominata dei «Due laghi» è un'offerta turistica vera e propria - hanno spiegato il direttore della Navigazione Lago Como, Massimo Checcucci, e il presidente di Spt Linea, Paolo Colombo - *L'obiettivo, infatti, è quello di risvegliare l'interesse specifico nei confronti del territorio a ridosso del confine comasco-ticinese, un'area carica di bellezze naturali e di località di interesse artistico e storico».* E visto il successo ottenuto lo scorso anno, anche grazie alla fattiva collaborazione dei trasporti svizzeri, sembra proprio che i comaschi abbiano apprezzato l'iniziativa.