

Sotto, il ministro del Turismo Piero Gnudi e la schermata iniziale del sito www.italia.it, costato finora più di 10 milioni di euro.



IMAGOECONOMICA

Il sito di Penelope

E quattro. Anche l'attuale ministro del Turismo **Piero Gnudi**, dopo i predecessori **Lucio Stanca**, **Francesco Rutelli** e **Michela Vittoria Brambilla**, si prepara a lasciare le sue impronte digitali su www.italia.it, il famigerato portale del turismo italiano, costato finora più di 10 milioni di euro, senza calcolare i link alle varie regioni. È diventato una tela di Penelope. Un mese fa il Consiglio di Stato aveva scritto quello che sembrava fosse l'ultimo capitolo: respinto il ricorso del consorzio capeggiato dalla Monrif Srl del gruppo Monti-Riffeser, che in un primo momento aveva vinto la gara d'appalto (2,5 milioni), bandita a maggio 2010 dal ministro Brambilla, ed era stata poi esclusa sulla base di un ricorso della seconda classificata, la Unicity Spa. Ma c'è il colpo di scena: Gnudi è insoddisfatto del lavoro fatto finora. Pensa (confortato, a quanto pare, dal parere di alcuni consiglieri eccellenti come l'ex amministratore delegato di Google Italia **Massimo Magrini**, e il fondatore di Yoox, **Federico Marchetti**) che il bando fosse orientato troppo a fare una «vetrina» e troppo poco a offrire servizi ai potenziali turisti. Così Gnudi ha provato a capire se Unicity potesse essere esclusa per un vecchio contenzioso con l'Inps da alcune centinaia di euro di contributi non versati. Ma pochi giorni fa è arrivato il via libera dell'Agenzia delle entrate, e ora il ministro ha due alternative: rifare il bando, perdendo tempo ed esponendo l'amministrazione al rischio di nuovi ricorsi, oppure chiedere un'integrazione alla società vincitrice. A quanto risulta a *Panorama Economy* seguirà la seconda via. Con qualche incognita: Unicity saprà e vorrà fare di più? I costi finali resteranno gli stessi?

Stefano Caviglia