

Fulvio Fassone

Indici Atri e Etrc, gennaio-agosto 2016

Atri and Etrc Index, January-August 2016

Atri index and European Travel Retail Confederation index show the 2016 first eight month complex situation. Terrorist attacks on Europe and difficulties in certain economies contributed to depress traffic and especially travel retail during the year. Details show that quality food and beverages was the sector which better resisted the slump. Comparison with previous year are given.

Vincenzo Sinibaldi, Weronika Kontykiewicz-Biel

Dwell Travelling Time: Marketing the Opportunities

Dwell Travelling Time: Marketing the Opportunities

Along with airline industry development, as well as change of reality, dwell time became increasingly longer. From the commercial perspective this can be perceived by the airports like an amazing opportunity to increase non aeronautical revenues, introducing a fusion of the mobile application, location based services and beacons.

Peter Mohn

Millennials: Who are They?

Millennials, who are they?

Millennials represent around 20% (200 million) of the global international trips, rising to 320 million by 2020. They spend around 180 billion Usd on travel and tourism. The article describes the phenomenon analyzing its evolution. Instructions for marketing Millennials are also provided.

Donatella Lucente

Tempo, categoria del pensiero

Human Thought on Time

The concept of time through the interpretation of philosophers and thinkers. By exploring the ways time has been defined and analyzed, the shaping of ancient and modern world appears.

Oreste Bazzichi

Etica e teologia del tempo

Time's Ethics and Theology

Having special reference to Franciscan theology, the attention is focused on how Social Ethics interact with the appropriate use of the time, in terms of economical processes in production and credit.

Conversazione del direttore con Lamberto Zannier

Il tempo nella diplomazia

Time factor in Diplomacy

In Europe, geopolitics is back. However, the confrontation we face today in the international arena could be seen as an opportunity to design and build a new international system. Besides the above, transnational challenges like climate change, migration and terrorism require co-operation and mutual trust among states. In this fast-changing environment, the role a good diplomat can play is a key role, today more than ever

Fausto Capelli

Il tempo come aforisma

Time as an aphorism

In 2015, the author edited a success book of anecdotes and aphorisms. He makes references to some of them,

tracing the time of life with humor and wisdom.

Sara Simone

Iconografia del tempo

Iconography of the time

From the beginning of human artistic behavior, time has been represented through myths and images. Pictures from different times and cultures witness the arguments of the author.

Antonino Urso

La psicologia del tempo

Psychology of the Time

The new Antropocene's era imposes the acceptance of change and the understanding of time's flowing and change. The article examines different authors' contribution to Psychological studies, underlining the existing options in understanding and managing time.

Orientations on time and change, with their implications in terms of company life and competition are also examined.

Alessandro Profumo

Il tempo della finanza

Time and financial activities

Three are the dimensions of the proposed analysis. Time and risk/return: mainly focussing on two functions of financial sector, i.e. transfer of wealth from present to future and vice versa and maturity transformation. Time and visible horizon for different stakeholders: customers, management, employees and shareholders. Time for leaders in financial sector: how to manage the seniority in the position and to defend the work-life balance.

Carlo Maria Lolli Ghetti Fattore tempo e decisione all'acquisto

Time Factor and Decision to Shop

The paper takes into consideration the idea of time as a key factor to analyse customers' behaviours towards real-life shopping. In an era dominated by a new internet-based time and space paradigm, it is crucial to understand how shopping practices have changed in relation to the old utilitarian models.

Simone Alessandria Computare il tempo nel nostro tempo

Computing time in our age

Time in information technology is a fascinating topic: it follows its own rhythm, disregarding and sometimes contradicting physical rules. Artificial intelligence and self driving cars are two of the most exciting promises of this new fast paced time.

Alja van Klinken Time and Communication

Time and Communication

From ever, humanity expresses contentant forms of communication. During the flowing of time, communication has been manifold. Ict gave specific impulse to real time communication, and made enormous the technical options for communicating. Besides that, in relations to the time factor, cultures continues to communicate differently, being monochronic or polychronic.

Giancarlo Perego, Carlotta
Venturi

Il tempo nel viaggio del migrante

Time in the migrants' journey

The technology provides many options for travelling and emigrating. An unknown number of people sets off in totally precarious conditions and anonymity, often moving through dangerous and even murdering routes. That people carry in their bodies the marks of poverty and desperation. On the migrant's body appears the story of the time of a journey which changed the destiny of many.

Michela Curridor

Il tempo si specchia nel cinema

*Time is reflected in Motion-Picture
Industry*

Time is a typical element of the seventh art. In watching the movie, the spectator becomes the visitor of a story realized in a certain time and place. Motion Picture Industry operates in relation to time and territory, i.e. with the constraints of budget. Film Commissions help.

Evelina D'Avolio

Migliorare le reti ferroviarie regionali: il caso Abruzzo

*To Improve the Regional Railways: the
Case of Abruzzo*

Railways stations are one of the favorite places of travel retail activities. The author takes the case of the Abruzzo's regional system of railways, to point out some technicalities on how to improve the Italian railways infrastructure.

Gli autori

Simone Alessandria -

Fondatore e titolare di Softwarehouse.it, e Microsoft Certified Trainer. Autore di "SharePoint guida pratica", Amazon, e membro del Cdr di Travel Retail Italia, per il settore tecnologie e informatica.

Oreste Bazzichi - Già dirigente di Confindustria, e docente di Filosofia sociale ed Etica economica alla Pontificia facoltà teologica san Bonaventura in Roma. E autore di numerosi saggi; l'ultimo, "Dall'economia civile francescana all'economia capitalistica moderna", Armando Editore, 2015.

Fausto Capelli - Direttore della rivista "Diritto comunitario e degli scambi internazionali", professore di Diritto dell'Unione Europea presso il collegio Europeo/università di Parma. Ha curato "Il libro aperto degli aforismi", Rubbettino, 2015.

Michela Curridor - Critico cinematografico con esperienze nell'audiovisivo e nella conservazione del patrimonio filmico, ha lavorato presso l'archivio dell'istituto Luce (Cinecittaluce). Collabora con il centro studi Amidei di Gorizia per il premio Sergio Amidei.

Evelina D'Avolio - Funzionario della Regione Abruzzo, con competenze dirette nel settore infrastrutture e trasporto ferroviari.

Fulvio Fassone - Da sempre coinvolto come dirigente nel travel retail, e direttore commerciale in Aeroporti di Roma dal 2012. Eletto dal 2000 presidente di Atri, rinnovato, e dal 2003 vice presidente Business Development di Etrc, Confederazione europea del travel retail.

Carlo Maria Lolli Ghetti -

Critico d'arte e scrittore, ha aperto, a Roma, White Noise Gallery. Membro del Cdr di Travel Retail Italia, per il settore architetture e design.

Weronika Kontykiewicz-Biel - A

Customer Experience Manager, Loyalty & Engagement Consultant in Comarch S.A., experienced in managing marketing projects in industry lines as travel, retail & automotive.

Donatella Lucente - Laureata in Lettere e

Filosofia, lavora in ambiti istituzionali e internazionali. Opera nell' "Iniziativa euro-mediterranea

commercio e servizi".

Responsabile del coordinamento editoriale di Travel Retail Italia.

Peter Mohn - Ha collaborato con agenzie globali di ricerca e consulenza, come Gallupe Tns. E Ad e proprietario di m1nd-set, agenzia di ricerca leader nel travel retail. Viene frequentemente invitato a parlare ad eventi chiave del settore in Europa, Medio Oriente e Asia, Americhe.

Giancarlo Perego - Sacerdote, e direttore generale della Fondazione Migrantes. Autore,

tra gli altri, di "Per una cultura dell'altro. La Chiesa e

l'immigrazione", Tau 2011, e

"Uomini e donne come noi. I

migranti, l'Europa,

la Chiesa", La Scuola 2015.

Alessandro Profumo - Presidente

di Equita Sim. Già Ad del gruppo

Unicredit e presidente di Banca

Monte dei Paschi di Siena.

Sara Simone - Specializzata in

Letteratura latina medievale, ha

insegnato greco e latino. Lavora

presso la Biblioteca apostolica

vaticana.

Sara Simone - Specializzata in Letteratura latina medievale, ha insegnato greco e latino. Lavora presso la Biblioteca apostolica vaticana.

Vincenzo Sinibaldi - A Business Development Manager for Thanks Again Coalition Loyalty Program and Smart City solutions in Italy and Europe, experienced in retail & merchandising activities: - Network Expansion & Development.

Luigi Troiani - Responsabile Affari istituzionali Europa in Autogrill, consigliere di Serving Europe e Federturismo, vice presidente vicario di Atri. Insegna Relazioni Internazionali e Storia e Politiche delle istituzioni europee all'Università Angelicum di Roma. Giornalista pubblicitaria, e direttore di Travel Retail Italia.

Antonino Urso - Docente di Psicologia sociale e psicodinamica dell'età evolutiva e delle relazioni familiari, Pontificia università San Tommaso, Roma; docente di etica e deontologia professionale, università Niccolò Cusano. Presidente associazione italiana Psicoterapia cognitivo comportamentale di gruppo.

Carlotta Venturi - Storica e sociologa, collabora a Fondazione Migrantes ed è nella redazione centrale del Rapporto Italiani nel Mondo. Autrice e curatrice di numerose pubblicazioni sul fenomeno migratorio, soprattutto in ambito politico e ambientale.

Alja van Klinken - Mass-media analyser. A Iscop's professor, is a lecturer in Mass-Communication and owner of Daivo Communications.

Lamberto Zannier - Dal luglio 2011 è segretario generale dell'Organizzazione per

la Sicurezza e la Cooperazione in Europa. Al ministero degli Affari Esteri dal 1978, ha operato dai primi anni '80 nel settore multilaterale, in particolare nel disarmo, anche nucleare.

Il Direttore

In punta di penna

Usciremo anche da quest'inverno complicato, che ha portato crisi di governo e conseguenti flussi d'instabilità economica, maltempo e terremoti con inevitabili e purtroppo evitabili vittime. Nel frattempo a Washington, D.C., Donald John Trump Senior ha iniziato il mandato presidenziale; a Roma, l'aeroporto di Fiumicino è diventato il migliore d'Europa per qualità dei servizi e ha inaugurato l'area d'imbarco "E". Con la città eterna che invia segnali comatosi, è una sorta di ceffone benefico all'interminabile grande crisi, morale prima che politica ed economica, della nostra cara Italia.

Che genere di mondo ci aspetta in questo anno da poco iniziato? E come se la caverà il settore economico e sociale che fa da sfondo alla nostra rivista?

Cominciamo dalla seconda domanda, visto che qualche risposta l'ha già fornita il forum che Atri ha celebrato a dicembre nell'emozionante cornice della Casa dei Cavalieri di Rodi al Foro augusteo.

Non casualmente abbiamo dedicato quell'attività alla "Nuova Frontiera del travel retail", consapevoli dell'approssimarsi del giro di boa della lunga stagione della globalizzazione, e del fatto che dobbiamo prepararci in tempo alle pressioni del nuovo in arrivo.

Sono almeno tre le avvisaglie che stimolano alla ricerca e alla creatività.

La prima è a carattere politico. Si percepiscono segnali forti di sostituzione dei ceti e delle culture dirigenti alle quali siamo abituati. Il fatto che politici navigati come Clinton nel nord America e Hollande in Europa (su Merkel sapremo a settembre ...) siano rispediti a casa, dice che l'elettorato è pronto a girare pagina e ad avventurarsi su sentieri sconosciuti, forse perigliosi ma certamente diversi da quelli che non ha più intenzione di percorrere. Di fronte agli evidenti limiti delle nostre democrazie, un po' ovunque sale il numero di chi si schiera contro establishment ed élite istituzionalizzate, preferendo provare, per i complessi problemi del presente, le ricette sempliciste fornite dall'offerta seduttiva di qualunquismi e nazionalismi, disponibili ovunque in abbondanza.

Ciò pone a chi opera nell'economia, la consapevolezza di poter avere a breve la ventura di rapportarsi a un ceto politico nuovo, con tutti i problemi di rodaggio che ciò comporta. Potrà inoltre accadere (si vedano gli anatemi di Trump contro gli accordi multilaterali, l'Unione Europea, la libertà di commercio e investimento) che le regole del mondo globale e aperto dell'ultimo quarto di secolo vengano a deperire o ad essere sostituite. Il neodirigismo nazionalista, ne abbiamo avvertito gli alisei anche sulle politiche economiche che Roma ha messo in campo nell'ultimo biennio, potrebbe innescare conflitti dei quali avevamo perso memoria (sui termini di scambio di materie prime e monete, ad esempio), e riflettersi in limiti e barriere alla libera circolazione di beni materiali, strumenti finanziari, persone.

In un contesto del genere, andrebbe ad inserirsi il rallentamento, già in corso, della crescita asiatica, in particolare della Cina. Nello scorso numero, segnalavamo la preoccupante crescita delle restrizioni al commercio e ci chiedevamo quanto il fenomeno avrebbe mortificato viaggi e disponibilità agli acquisti dei cittadini delle nazioni che avrebbero visto diminuire produzione e salari, grazie al montante protezionismo.

Dell'eventuale offensiva neoprotezionista di Trump, in particolare contro Cina e accordi multilaterali, risentirebbe anche un settore sinora tranquillo come il travel retail e il duty free. Scadrebbero quantità e qualità dei viaggiatori asiatici, né si avrebbe il rimbalzo dei viaggiatori russi, mentre la situazione internazionale proseguirebbe a congelare i viaggiatori da Golfo e mondo arabo. Abbiamo scontato gli effetti del terrorismo sui viaggi, ma se andasse in onda la politica commerciale e valutaria enunciata da Washington, con follower già pronti valigia in mano a seguirla (si pensi ai britannici di Theresa May e Nigel Farage, ai francesi di Marine Le Pen, agli italiani di Grillo e Salvini), ben più contundente potrebbe essere l'impatto, anche perché nello schema "America First", gli stessi viaggi americani all'estero soffrirebbero ulteriori battute d'arresto.

Ovvio che, se fosse questo lo scenario in onda, le reazioni, sul piano sociale e rivendicativo, non potrebbero che essere pesanti. Impensabile che possano essere tollerate ulteriori contrazioni delle retribuzioni reali, dopo quelle patite negli ultimi decenni. Attendarsi lo spostamento di risorse dalle finanze private alla finanza pubblica a fini sociali, è impensabile; resta, per le imprese, anche quelle che a vario titolo operano nel travel retail e nel duty free, il dilemma sull'allocatione del proprio denaro in investimenti o remunerazione del lavoro.

Se la soluzione andasse sul secondo corno del dilemma, il travel retail, tuttora bisognoso di investimenti in particolare nel comparto delle nuove tecnologie e del marketing al fine di varcare la sua nuova frontiera, potrà soffrirne. E tuttavia, all'eventuale stagione del rivendicazionismo sociale, una risposta equitativa occorrerà darla.

È anche questione di come batterà il tempo della storia nel nuovo anno. In Italia, ad esempio, siamo nel mezzo del tentativo di rilancio del sistema economico. Di tutto abbiamo bisogno, fuorché di mazzate nel breve che scoraggino investimenti e produttività. Quando ricominciassimo a mostrare qualche muscolo, già la disponibilità ad affrontare il nuovo (e il vecchio: il maledetto debito pubblico) potrebbe essere diversa. Ma da quando, il tempo di Kronos o Zeus si mette a disposizione delle esigenze del tempo degli umani?

Al tempo, alla sua inesorabilità, alla sua capacità di essere cornice e ritmo di vita e affari, è dedicata la parte monografica della rivista, aperta con l'articolo di **Donatella Lucente**, proprio su come il fattore tempo sia stato vissuto nella storia del pensiero umano. Il tempo e le cose sono mobili, ricorda l'autrice con Eraclito. E cita le tante declinazioni di un concetto che ci avvolge e che è il nostro alpha e omega, a

cominciare da quella su circolarità e linearità del tempo, per finire con l'invito a capire il tempo e a viverne il frutto in consapevolezza e serenità.

Ribadisce l'approccio filosofico, con propensione agli aspetti etici, Oreste **Bazzichi** che, tenendo presente le dimensioni nelle quali si forma la nostra esperienza, richiama come il tempo possa essere considerato superiore allo spazio, e invita quindi a "lavorare a lunga scadenza senza l'ossessione dei risultati immediati" e trovare il tempo per gli altri. Citando l'esperienza di Ford e Taylor, l'autore afferma quanto il tempo sia legato ai processi produttivi, ricordando che Adam Smith poneva il suo valore come variabile essenziale in ogni ragionamento a carattere economico. Anche **Sara Simone**, nell'illustrare e commentare le immagini che, nella storia dell'arte, hanno rappresentato il tempo, utilizza citazioni filosofiche, approfondendo temi come circolarità e linearità, comprensibilità e infinità. Notevole la menzione di René Magritte, in una lezione che sa di economia oltre che di pensiero sul profondo: il suo "Chiaroveggenza" (1936) è un autoritratto, ma sulla tela il maestro sta dipingendo un uovo già trasformato in uccello.

Meno impegnativo il battito del tempo in **Fausto Capelli**, che riprende dal suo libro di aforismi quanto basta per rendere insieme sapido e lieve il sapore del tempo, espresso attraverso il sorriso. Due delle innumerevoli citazioni. La prima, di anonimo, sulla saccenteria degli economisti: "L'economia dipende dagli economisti come il tempo dipende dai meteorologi". L'altra dalla delicatissima Emily Dickinson: "Vivere è così impegnativo che quasi non rimane tempo per altre cose". Su questa capacità del tempo di occupa- 10 Travel Retail 6, gennaio-aprile 2017 re le nostre vite private e di lavoro, si dilunga il saggio di **Antonino Urso**, partendo dalla constatazione che il nostro tempo collettivo è ormai quello dell'antropocene, dove l'uomo, non potendo modificare il tempo, ne ha però influenzato la declinazione in termini di assetti planetari e climatici. Urso si diffonde a differenziare i tempi dell'oggettivo, del soggettivo e del percepito, specificandone la rilevanza in termini di vita d'impresa, valore commerciale, benessere e malessere individuale. Evidente l'appello a non privarsi del tempo necessario all'empatia con gli altri, a non farsi derubare il tempo dagli eccessi di lavoro e d'ambizione, così da arricchire la propria individualità. Non poteva mancare il rapporto con il futuro in quanto sfida e innovazione, e il passato in quanto rifugio nella paura del nuovo.

Curiosamente non dice cose molto diverse un uomo di finanza come **Alessandro Profumo**, nelle riflessioni sul rapporto tra finanza e tempo. Uno dei tre cardini del suo ragionamento tratta proprio l'utilizzo personale del tempo, riferimento esplicito alla necessità che, per ben rendere sul lavoro, occorranو gratificazioni dell'io che passino attraverso il riposo e lo svago. Di interesse più professionale, sono evidentemente gli altri due cardini: quello sul rapporto tra tempo e rischio/rendimento, e quello sul rapporto tempo e orizzonte visibile per le decisioni. La finanza trasferisce ricchezza nel tempo, scrive l'autore, e lo fa grazie a chi accumula risparmio: le famiglie e le imprese, e sempre più anche stati produttori di materie prime e surplus commerciali. "Pensare di parlare di rischio e rendimento in finanza senza prendere in considerazione la dimensione del tempo è fuorviante", scrive il banchiere, che avverte in più passi sui doveri etici di chi, facendo finanza, lavora denaro altrui. In quest'ambito ciascuna delle categorie coinvolte nei processi finanziari viene esaminata e valutata nel dettaglio.

Alja Van Klinken, di questa materia, approfondisce gli aspetti di comunicazione, in particolare quelli legati al cosiddetto tempo reale, introducendo concetti poco circolanti come "chronemics". "monochronic" e "polycronic", riferiti a come il tempo possa essere gestito nella vita personale, di lavoro e d'affari. Ne

derivano interessanti orientamenti rispetto al marketing, al negoziato, ai rapporti di lavoro e commerciali.

In questa modernità s'inserisce **Simone Alessandria**, con una raffica di informazioni su applicazioni informatiche legate alla gestione del tempo. I concetti di tempo zero e minimo diventano fattori di grande interesse per il travel retail, per le conseguenze che se ne possono derivare. Così l'urgenza che il settore accetti la sfida con il mondo della virtualità. Si guardino i numeri forniti nell'articolo: "Ogni singolo secondo nel mondo: 57.573 ricerche sono effettuate su Google, 136.951 video sono visualizzati su YouTube, 2.547.187 email vengono spedite, 2.357 chiamate vengono fatte con Skype."

Arriva alle stesse conclusioni il contributo di **Carlo Maria Lolli Ghetti**, analizzando il peso del fattore tempo nella decisione d'acquisto. È un saggio interessante per l'analisi comportamentale nei negozi del travel retail, con acute osservazioni sul perché un certo viaggiatore compri o non un certo bene. E lo è anche nel capire come gli acquisti online pongano al settore una sfida che va raccolta perché, come mostra l'autore, se ne possono anche trarre vantaggi.

Non poteva mancare, nella rappresentazione della modernità del rapporto tra tempo e viaggio, tra tempo e travel retail, la visualizzazione che ne fornisce il cinema. Da qui il saggio di **Michela Curridor**, particolarmente versato sul fronte dei vantaggi che territori e attività commerciali possono derivare da una corretta analisi delle opportunità offerte da Film Commission.

Per finire con il tempo, due autorevoli interventi. **Lamberto Zannier**, Segretario Generale di Osce, Organizzazione per la sicurezza e la cooperazione in Europa, conversa con il direttore sul tempo nella diplomazia. Profonde e di forte spessore, le riflessioni del nostro ambasciatore plenipotenziario su cosa possiamo attenderci dalla politica internazionale nei prossimi anni. **Giancarlo Perego**, direttore di Migrantes, struttura della Conferenza episcopale italiana, propone, con **Carlotta Venturi**, parallelismi e differenze tra le migrazioni degli italiani e le migrazioni di stranieri nel nostro paese. L'asimmetrica natura del tempo è uno dei fattori di differenziazione fra le due esperienze.

Nella rubrica "Il mercato e i suoi comportamenti" la rivista offre tre saggi pregnanti in dati e conclusioni. **Fulvio Fassone** analizza l'andamento del travel retail italiano ed europeo nei primi otto mesi del 2016. Le cose, che erano iniziate piuttosto bene, hanno poi preso una piega diversa, come effetto degli attentati terroristici, della diminuzione di arrivi da oriente, Russia e Turchia. Per i distinti comparti, brutte notizie per la profumeria, mentre reggono dolci e gastronomia di qualità.

Vincenzo Sinibaldi con **Weronika Kontykiewicz-Biel**, e **Peter Mohn** producono due ottime analisi del mercato del travel retail. I primi spiegano i comportamenti dei viaggiatori nel tempo di attesa per l'imbarco, segnalando le tante opportunità che la tecnologia fornisce per fidelizzarli all'acquisto nel travel retail. Peter analizza i comportamenti d'acquisto, i gusti e la cultura dei cosiddetti Millennials. I due saggi sono ottimamente documentati e andrebbero letti da chiunque operi nel travel retail. Si immagini, per un esempio, che il tempo "obbligato" da passare in aeroporto prima di volare è praticamente triplicato negli ultimi anni rispetto al passato: è un tempo utile per lo shopping, ma solo a certe condizioni, come spiegano gli autori.

Da ultimo, il lungo e articolato affaccio sulle linee ferroviarie, con il caso di studio della Roma-Pescara. Ne è autrice **Evelina D'Avolio**. Altissima la competenza di chi scrive e di grande interesse lo scritto, anche per l'impatto emo- 12 Travel Retail 6, gennaio-aprile 2017 tivo di luoghi in questi mesi dolorosamente vicini per le

sciagure sofferte. Dal sistema ferroviario riceviamo poca attenzione e nessun contributo, nonostante le sollecitazioni: l'auspicio è che possiamo leggerne ancora.

Grazie per la vostra attenzione, care lettrici e cari lettori. Non dimenticate che le vostre osservazioni e critiche sono sempre benvenute.

Le Train