

Isola del Giglio



Dove si trova

Nel mar Tirreno, a pochi chilometri dalle coste meridionali della Toscana e dal promontorio dell'Argentario.

Il territorio

Seconda isola più estesa dell'arcipelago toscano, è costituita in prevalenza da rocce granitiche a strapiombo sul mare e da una natura selvaggia.

Da vedere

L'isola è l'esempio di un connubio perfetto tra la natura più selvaggia e la presenza dell'uomo. Abitata fin dall'epoca preistorica, poi frequentata da etruschi e romani e dominata nel medioevo da Pisa prima e da Firenze poi, l'antica "isola della capre" (dal termine latino "aegilium", che significa "capra") conserva ancora numerose testimonianze del suo ricco passato. **Spettacolari sono però allo stesso tempo i fondali marini ed i paesaggi rocciosi, un vero e proprio paradiso per gli amanti dell' immersione e dell'arrampicata.** L'anima urbana è costituita da Giglio Porto, Giglio Castello e Giglio Campese. Il primo costituisce il centro turistico e commerciale dell'isola e conserva, oltre al pittoresco approdo incorniciato da alberi e vigneti, i resti sottomarini di una villa romana. **Il secondo ospita la cinta muraria pisana, all'interno della quale si estende, oltre alla rocca** e alla parrocchiale trecentesca, un caratteristico reticolo di stradine e casette. Giglio Campese, invece, è un grazioso sito balneare, dove è possibile ammirare la torre seicentesca, godere dello splendido arenile e percorrere i sentieri dal profumo di lentisco e mirto, organizzati in una rete di ben 33 itinerari. Al centro dell'isola si trova, inoltre, il Poggio della Pagana, l'altura più pronunciata del territorio (496 metri sul livello del mare), da cui si può godere di un'eccezionale panorama su tutta la terra e il mare circostante. Da Giglio Castello, poi, ci si può spingere fino al faro di punta di Capel Rosso, nell'estremità sud dell'isola, dove si trovano, nei pressi del porto, la grande spiaggia sabbiosa della Baia del Campese e le due cale delle Cannelle e delle Caldane.

Di giorno e di notte

Ricca di sentieri che consentono di effettuare piacevoli passeggiate nella natura e di bellezze animali e vegetali sottomarine, l'isola è anche ben attrezzata turisticamente. **I tre centri di Porto, Castello e Campese offrono, infatti, la possibilità di seguire corsi di diving e di noleggiare tutto ciò che serve per praticare varie attività sportive e di intrattenimento.**

Per informazioni

Informazioni Turistiche
Via Provinciale, 9
58013 Giglio Porto GR
Tel +39 0564 809400
Fax: +39 0564 809400

WWW: www.isoladelgiglio.it

WWW: www.aptgrosseto.it

WWW: www.aptelba.it

Chi siamo

L'iniziativa del portale nazionale del turismo Italia.it nasce nell'ambito del più ampio programma "Scegli Italia" lanciato dal Comitato dei Ministri per la Società dell'Informazione con l'obiettivo di promuovere e valorizzare sulla rete internet l'offerta turistica italiana sotto i diversi profili culturali, ambientali, enogastronomici e del made in Italy.

L'art. 12 della legge 80/2005 ha assegnato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l'Innovazione e le Tecnologie la realizzazione e la gestione dell'iniziativa, sviluppata con il supporto operativo di Innovazione Italia S.p.A. e dal raggruppamento temporaneo di imprese selezionato per la fornitura, composto da IBM Italia S.P.A., ITS S.p.A e Tiscover AG.

Il progetto è partito due anni fa per rilanciare il settore
Intanto la concorrenza internazionale si fa più agguerrita

**Turismo online, 45 milioni di euro
per il sito internet che non esiste**

Il portale nazionale del turismo è stato annunciato da tempo
dal ministro Stanca, ma non è ancora possibile accedervi



**Turisti in coda
al Colosseo**

di GIANVITO LO VECCHIO

ROMA - Quarantacinque milioni di euro per un sito internet. È "Italia.it", il portale nazionale del turismo. "Un portale nato per promuovere l'offerta turistica via internet e il patrimonio culturale, ambientale e agroalimentare italiani", dice l'opuscolo del governo "L'innovazione digitale per le famiglie". Voluto dal ministro per l'Innovazione Lucio Stanca e accompagnato da una lettera di Berlusconi, il libretto è stato distribuito a fine gennaio a 16 milioni di famiglie: una cinquantina di pagine per annunciare i nuovi servizi e strumenti tecnologici a disposizione dei cittadini. A pagina 36 si parla del portale nazionale del turismo, che "utilizza un programma interattivo per organizzare e programmare il

viaggio". Peccato che questo portale ancora non c'è.

Il sito fantasma. Se si digita l'indirizzo www.italia.it, sullo schermo appare una finestra che chiede all'utente uno username e una password d'accesso. Quali siano non si sa. All'aspirante turista non resta quindi che cercare altrove. Eppure il 9 marzo il ministro per l'Innovazione, Lucio Stanca, ha firmato un decreto che dispone uno stanziamento di 21 milioni di euro "per l'ulteriore evoluzione del portale nazionale del turismo". Sono risorse destinate alle amministrazioni regionali per la creazione e lo sviluppo dei contenuti digitali. Nei prossimi dodici mesi, le Regioni potranno così inserire nel sito le informazioni turistiche di loro competenza, più specifiche e dettagliate. "Ulteriore evoluzione", dunque. Al momento, però, non è possibile accedere nemmeno alle informazioni di base. E sono passati due anni dall'avvio del costoso progetto "Scegli Italia".

Una montagna di soldi. Il progetto di un sito internet per il turismo è nato il 16 marzo 2004, quando il comitato dei ministri per la Società dell'Informazione ha deciso lo stanziamento di 45 milioni di euro per creare Italia.it.

Venti milioni sono stati previsti per realizzare la piattaforma digitale, acquisire i primi contenuti e promuovere il sito in tutto il mondo. Altri 25 milioni sarebbero serviti poi per arricchire i contenuti con progetti co-finanziati dalle Regioni, in collaborazione con le associazioni di categoria. Italia.it avrebbe dovuto rilanciare l'offerta turistica, convogliare le prenotazioni e "ridare competitività alla principale industria del paese" (che rappresenta il 12 per cento del Pil). Obiettivo ambizioso, in un paese in cui solo il 5 per cento delle strutture ricettive è presente su internet, contro il 35 per cento della media europea. Per il governo era necessario "portare l'Italia al livello dei maggiori paesi europei", e bisognava farlo al più presto. Per questo, il portale doveva essere attivo nel giro di due anni.

Tutto pronto, o quasi. Lo scorso dicembre l'amministratore delegato di Innovazione Italia, Roberto Falavolti, annunciava che "entro gennaio 2006 potrebbe essere online la prima versione del sito in due o tre lingue, con contenuti limitati".

Innovazione Italia è una S. p. A. pubblica, una sorta di braccio operativo del Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie, guidato dal ministro Stanca. La società ha seguito lo sviluppo del progetto "Scegli Italia" e a luglio '05 ha assegnato l'appalto da otto milioni di euro per la realizzazione di Italia. it a un consorzio di tre aziende (Tiscover, Ibm, Its). La prima versione del sito avrebbe dovuto essere consegnata a ottobre.

"La piattaforma digitale è stata ultimata, anche se il consorzio continuerà a lavorarci fino a luglio '07 - spiega oggi Falavolti - Ora spetta al ministro Stanca stabilire quando presentare il portale. Una decisione che sarà presa dopo aver sentito il parere del Comitato nazionale per il turismo (un organo insediato a novembre '05, composto da ministeri, Regioni e associazioni di categoria, ndr)". Ma quando sarà attivo Italia.it? "Una prima versione in italiano sarà pronta a breve, ma non saprei indicare con precisione una data". Per i turisti, dunque, ci sarà ancora da attendere. Eppure il 9 marzo il ministro per l'Innovazione ha annunciato che "finalmente anche l'Italia ha un portale nazionale che le consenta di competere con i grandi portali turistici, come quelli dei nostri principali concorrenti in Europa, ossia Francia e Spagna".

E gli altri non stanno a guardare. Francia e Spagna sono i paesi che ci hanno tolto il primato nel settore. Un sorpasso agevolato anche dalla qualità dei servizi offerti via internet ai viaggiatori. Franceguide.com e Spain-info.com sono ormai due portali di riferimento per il marketing turistico internazionale. Ma dal Canada alla Grecia, dalla Norvegia all'Australia, sono sempre più numerosi i paesi che si sono attrezzati per attirare visitatori attraverso la Rete. Se si parla di internet, infatti, nel mondo il turismo vale circa un terzo dell'E-Commerce globale, con un ritmo di crescita del 30 per cento all'anno. In Italia intanto, la stagione delle vacanze si avvicina, ma la vetrina digitale del paese è ancora "in fase di allestimento".

(15 marzo 2006)

NATURALMENTE OGGI 15/01/08 FUNZIONA, MA COME FUNZIONA ????
PROVATE A CERCARE ISOLA DEL GIGLIO, GIGLIO CASTELLO, PORTO E
CAMPESE IN ALTO A DESTRA SU "DOVE DORMIRE" E POI VEDRETE