



Sommario

NEWS

IN PRIMO PIANO

FORMAZIONE

MADE IN ITALY

SEMINARI & CONVEGNI

ACCORDI & PARTNERSHIP

FILO DIRETTO CON GLI ITALIANI ALL'ESTERO

- Argentina: gli scenari del dopo crisi
*Non solo commercio e industria
I progetti finanziati dal MAE*
- Australia: una comunità di alto profilo
*L'interscambio cresce
Italia terzo fornitore europeo*

INTERVISTA

- L'Italia è dentro di me
*Parla Carla Zampatti, imprenditrice
italo-australiana*

Il profilo dell'imprenditrice

News

IN PRIMO PIANO

La piazza protagonista della Settimana della Lingua Italiana

Anche quest'anno la **Direzione Generale per gli Italiani all'Estero (DGIT)** propone alcuni eventi culturali in occasione della **"VIII Settimana della lingua italiana nel Mondo"**, promossa, tra il 20 e 26 ottobre, dalla **Direzione Generale per le Attività Culturali della Farnesina**. Il tema attorno al quale ruotano le manifestazioni organizzate dalla DGIT è la piazza, da sempre fulcro strategico dell'identità italiana ed europea, con tante funzioni diverse: sociale, estetica, religiosa, commerciale, ludica.

Il progetto, denominato **"La piazza: vecchie e nuove forme di socializzazione"**, è suddiviso in due itinerari articolati intorno a due argomenti fondamentali legati al tema della piazza: **"Storia e identità della piazza italiana"** e **"L'arte in piazza"**.

Il primo itinerario prevede la **mostra "Piazza&Piazze"**, del **noto fotografo italiano Pepi Merisio**, che illustra la piazza italiana come luogo socio-culturale ed elemento urbano, attraverso 40 foto realizzate dagli anni '60 ad oggi, che verranno esposte a Scutari in Albania e San Gallo in Svizzera.

Il secondo itinerario propone una **conferenza/spettacolo: "Le maschere, dai campielli di Venezia ai teatri d'Europa"**, in cui il Prof. **Gino Spadon**, docente di letteratura francese presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, ripercorre il viaggio da Venezia in Europa dei "comici" tracciando un itinerario ideale attraverso la storia del teatro delle maschere, mentre **due attori danzano, cantano** e fanno alcuni dei "numeri" più tipici della "Commedia dell'arte". L'evento sarà presentato a Losanna, Zurigo e Graz.

Sempre per "L'arte in Piazza" si terrà un concerto di musica popolare al femminile proposto dal gruppo le **"Assurd"**, **guidato da Cristina Vetrone**, con un repertorio fatto di **tammurriate** (canti e danze della tradizione campana), **pizziche** (legate al fenomeno del tarantismo pugliese), tarantelle e serenate, che si terrà in Sud America a Montevideo, San Josè, Cordoba, Mendoza, Mar del Plata, San Paolo.

FORMAZIONE

Corsi d'italiano on line da ICon

Sono aperte dal 2 novembre al 5 febbraio le iscrizioni al corso di laurea in lingua e cultura italiana per stranieri organizzato dal Consorzio ICoN (Italian Culture on the Net) per conto di diverse Università italiane convenzionate.

Il corso che è interamente on line, avrà inizio nel marzo 2009 ed è riser-

Per le iscrizioni
alla newsletter:

digit2newsletter@esteri.it
PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

vato a cittadini stranieri e italiani residenti all'estero. **Quattro gli indirizzi (detti "curricula") da poter scegliere:** arti-musica-spettacolo, didattico-linguistico, letterario, storico-culturale, orientati a formare figure professionali parzialmente differenti, anche se accomunate dallo studio della lingua e cultura italiana. **La didattica è organizzata per semestri.** Un semestre occupa i mesi di settembre-ottobre-novembre-dicembre e si conclude con una sessione d'esami fissata tra gennaio e febbraio; l'altro semestre occupa i mesi di marzo-aprile-maggio-giugno e si conclude con una sessione d'esami fissata tra giugno e luglio. **Sono previste anche alcune borse di studio.** Le quote d'iscrizione per il corso di laurea sono fissate in 900 Euro per i corsi con tutorato e 600 Euro per quelli in auto-apprendimento.

Le iscrizioni sono aperte dal 2 maggio al 31 luglio (per il semestre che inizia a settembre) e **dal 2 novembre al 5 febbraio** (per il semestre che inizia a marzo). Per ulteriori informazioni: www.italicon.it.

L'Ambasciata di Londra lancia "TeachingItalian"

L'Ambasciata italiana a Londra ha avviato **"TeachingItalian"**, un forum virtuale dedicato agli insegnanti di italiano del Regno Unito. Il progetto, proposto per la prima volta nel dicembre 2007 durante una Conferenza organizzata dal "British Council", vuole **favorire la comunicazione tra gli insegnanti di italiano** che desiderano condividere esperienze e scambiarsi opinioni su argomenti di comune interesse.

"TeachingItalian" rappresenta il primo passo verso la realizzazione di un piano più ampio volto alla promozione dell'insegnamento della lingua italiana nelle scuole britanniche.

MADE IN ITALY

Dal Lazio nei Paesi del Golfo

L'Agenzia Regionale Sviluppo Lazio promuove la partecipazione delle aziende laziali al progetto di internazionalizzazione del Ministero dello Sviluppo Economico per **l'inserimento, sul mercato degli Emirati Arabi Uniti e del Qatar, di prodotti e brand italiani di alta qualità**, e prezzi di fascia media, non ancora presenti a livello commerciale. Il progetto, che sarà realizzato nei mesi di **ottobre, novembre e dicembre 2008**, si articola in due sezioni:

- organizzazione presso gli shopping mall di **eventi di promozione dei settori moda e fashion** (abbigliamento e lingerie, accessori per la persona e per la casa, gioielleria);
- realizzazione all'interno di grandi catene, come Carrefour e Spinney, di ristoranti e alberghi, di **manifestazioni, corsi di cucina e degustazione** per promuovere i prodotti agro-alimentari italiani, inseriti, nel contempo, nelle strutture di vendita dei Paesi.

Per informazioni: www.sprintlazio.it

**Per le iscrizioni
alla newsletter:**

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

SEMINARI & CONVEGNI

Opportunità di cooperazione e di business in America Latina

Unioncamere Emilia-Romagna con PromoFirenze, Azienda della Camera di Commercio di Firenze, Unioncamere Toscana e BIC (Business Innovation Centre Lazio), in partnership con la Inter-American Investment Corporation, organizzerà per il **prossimo 22 ottobre** a Bologna il secondo convegno nazionale intitolato "Italia-America Latina: le opportunità di cooperazione e di business per le piccole e medie imprese italiane". L'evento rappresenta una concreta azione di promozione che ha l'obiettivo di **incrementare il volume di imprese italiane, con particolare focus in Emilia-Romagna, Toscana e Lazio**, che perseguono strategie di internazionalizzazione in America Latina e nei Caraibi, favorendo lo sviluppo di quelle latino-americane attraverso partnership industriali e commerciali con imprese italiane. **Al convegno interverranno rappresentanti della Regione Emilia-Romagna, delle altre Regioni coinvolte**, e di Enti ed Istituzioni quali gli Istituti Italiani di Cultura, il BIC, le strutture governative per l'internazionalizzazione, le Ambasciate dei Paesi dell'area e le principali banche operanti in Sud America.

IV conferenza dei ricercatori italiani nel mondo

Si svolgerà presso la sala auditorium del Consolato Generale d'Italia di Houston in Texas **l'8 Novembre 2008** la quarta conferenza **"Ricercatori Italiani nel Mondo; Passato, Presente e Futuro"** organizzata dal Comitato degli Italiani all'Estero in collaborazione con il gruppo scientifico Prometeo Network e con il patrocinio del Consolato. **La conferenza è aperta a tutti i ricercatori italiani e italo-americani** che lavorano all'estero nei più diversi campi della ricerca, dalla medicina all'informatica, dalla fisica all'ingegneria, e vuole essere un momento di incontro e di scambio di idee fra i ricercatori e la comunità italiana e italo-americana. Gli estratti dei lavori saranno raccolti in una pubblicazione ufficiale e pubblicati sul sito web del Comites (Comitato degli Italiani all'Estero) e di Prometeo Network. **La conferenza è aperta anche alle ditte italiane che sponsorizzano e beneficiano della ricerca dei nostri connazionali.** Gli interessati devono inviare un abstract con il sommario della propria ricerca ed una breve biografia all'indirizzo di posta elettronica Andreaduchini@hotmail.com, o a valeria@prometeowork.com. Gli abstracts saranno selezionati per presentazioni orali e posters e comunque pubblicati interamente.

ACCORDI & PARTNERSHIP

Insieme per l'internazionalizzazione

Assocamerestero e BNL-Gruppo BNP Paribas, hanno firmato un **accordo di collaborazione** con l'obiettivo di promuovere e supportare congiuntamente le imprese italiane nel loro processo di internazionalizzazione. L'accordo si propone di costituire il quadro di riferimento per lo sviluppo di intese operative tra BNL e le Camere di Commercio Italiane all'Estero associate ad Assocamerestero. Tali intese sono finalizzate alla **realizzazione di servizi a sostegno delle imprese italiane che operano sui mercati internazionali.**

**Per le iscrizioni
alla newsletter:**

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

NEWS

IN PRIMO PIANO
FORMAZIONE
MADE IN ITALY
SEMINARI & CONVEGNI
ACCORDI & PARTNERSHIP

FILO DIRETTO CON GLI ITALIANI ALL'ESTERO

- Argentina: gli scenari del dopo crisi
*Non solo commercio e industria
I progetti finanziati dal MAE*
- Australia: una comunità di alto profilo
*L'interscambio cresce
Italia terzo fornitore europeo*

INTERVISTA

- L'Italia è dentro di me
*Parla Carla Zampatti, imprenditrice
italo-australiana*

Il profilo dell'imprenditrice

Filo diretto con gli Italiani all'estero

Recentemente il Ministero degli Affari con l'Istituto per il Commercio Estero hanno aggiornato i Rapporti Paese di due Nazioni dove le nostre comunità sono storicamente molto presenti ed influenti: l'Argentina e l'Australia. Vediamo quali sono le novità che emergono.

Argentina: gli scenari del dopo crisi

La comunità italiana in Argentina contava, a fine 2007, circa **600 mila connazionali, che rappresentano il 15% di tutta la popolazione del Paese Sud Americano**. Solo la Germania ha una comunità italiana più nutrita mentre la Svizzera è al terzo posto. Dall'analisi della ripartizione per Regione di provenienza è la Calabria con il 16,5% la Regione con la comunità più numerosa, seguita dal Lazio e dalla Sicilia. Molto vasta anche la presenza dei campani e dei piemontesi, in ordine quarta e quinta comunità regionale nel Paese.

Negli ultimi anni si è decisamente risvegliato l'interesse degli italiani d'Argentina verso la terra d'origine per due fattori chiave: la recessione economica, che ha fatto registrare un boom delle domande di cittadinanza e rientri, ed il nuovo interesse nato dalla partecipazione al voto politico del 2006 e del 2008. I nostri connazionali, che sono concentrati in particolare nella città e nella provincia di Buenos Aires ma anche a Santa Fè, Cordoba e Mendoza, sono **perfettamente integrati** sotto il profilo demografico, sociale, culturale ed economico e quasi identificabili con i cittadini argentini.

Non solo commercio e industria

Il 50% della popolazione italiana è occupata nel commercio e nell'industria, ma **cresce il settore dei servizi dove si concentra il 26% della popolazione attiva**. La presenza imprenditoriale italiana in Argentina è prevalentemente nel settore automobilistico: **la Fiat è nel Paese da ben 38 anni** e il settore auto da solo assorbe circa il 70% degli investimenti diretti esteri italiani. I principali investimenti in Argentina in questi ultimi anni sono stati realizzati dal settore bancario-assicurativo (Intesa-San Paolo, BNL, Generali Assicurazioni) e da grandi aziende come Pirelli, Italgas, Impregilo, Telecom Italia. **L'interscambio commerciale tra i due Paesi ha risentito pesantemente della crisi economica del 2001-2002** per poi segnare un recupero negli ultimi anni: oggi l'Italia è all'ottavo posto sia nella graduatoria dei Paesi di provenienza dell'import argentino, sia nella graduatoria dei Paesi di esportazione dei prodotti argentini.

Il Made in Italy più apprezzato in Argentina è costituito da macchine

Per le iscrizioni
alla newsletter:

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

e apparecchiature, prodotti delle industrie chimiche, metalli, materie plastiche, gomma e loro manufatti. Gli italiani acquistano invece dal Paese Latino principalmente prodotti alimentari, cuoio e pellami, prodotti tessili e veicoli. Come in altri Paesi dove la nostra comunità è fortemente rappresentata, la necessità di promuovere la cultura italiana è molto sentita. In Argentina gli Istituti di Cultura di Buenos Aires e Cordoba hanno organizzato solo nel 2006 116 corsi di lingua italiana frequentati da 1.500 iscritti. **Poi gli iscritti ai corsi di lingua integrati nell'insegnamento in scuole pubbliche sono circa 61.000** mentre quelli per i corsi svolti in orario extra scolastico circa 40.000.

I progetti finanziati dal MAE

Il Ministero degli Affari Esteri a partire dal 2002 ha finanziato un certo numero di progetti a favore degli italiani in Argentina nell'ambito del Programma Operativo Nazionale (PON). Sono stati approvati in questi anni 31 progetti e di questi 11 hanno riguardato l'Argentina.

Le Associazioni hanno da sempre svolto un ruolo chiave per sostenere le comunità italiane in Argentina dando un prezioso contributo sia sotto il profilo sociale e assistenziale sia sotto il profilo delle iniziative ricreative. **Oggi sono ben 762 le Associazioni che supportano la comunità italiana**, venendo incontro alle esigenze di gruppi molto diversi tra loro, diffusi parallelamente in tutti gli strati sociali, ma che comunque hanno piacere a tenere stretti i legami con la loro terra d'origine.

Australia: una comunità di alto profilo

L'australiana è, secondo l'Anagrafe Consolare, la nona comunità italiana all'estero. La politica cosiddetta di "head hunting" degli skilled immigrants, cioè la ricerca di immigrati ad alta qualificazione, ha attirato numerosi nuovi emigrati tra ricercatori e professionisti: il censimento locale evidenzia infatti una redistribuzione della nostra comunità su attività di profilo professionale medio-alto (**nel 2006 la popolazione italiana disoccupata era solo dell'1%, meno della media nazionale del 3%**). La nuova generazione di emigrati risulta ancora più qualificata della seconda generazione di nati in Australia, che pure è stata protagonista di una notevole ascesa sociale. Da ciò deriva anche **un certo dinamismo delle relazioni intergovernative in ambito scientifico** come risulta dal sito www.scientificambitalia.org.au, dell'Ambasciata d'Italia a Canberra.

L'interscambio cresce

L'ultimo Rapporto Paese sull'Australia, realizzato dal MAE con l'ICE e l'Agenzia Nazionale del Turismo, fa delle previsioni favorevoli sulla crescita economica dell'Australia grazie soprattutto alla continua espan-

**Per le iscrizioni
alla newsletter:**

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

sione della Cina e dell'India i cui riflessi trainano le altre economie. I Paesi asiatici e anche l'Australia, ad esclusione del Giappone, dovrebbero ottenere nell'anno in corso **un sensibile rialzo del tasso di crescita del PIL pari circa al 6%**. Gli investimenti fissi, che hanno già registrato una crescita intorno al 5% negli anni scorsi, dovrebbero crescere in Australia ancora nel 2008, grazie a una serie di progetti di espansione del settore minerario. Il trend positivo è legato a diversi fattori: **l'adozione di importanti riforme economiche, come privatizzazioni, flessibilità del mondo del lavoro**, smantellamento delle barriere alle importazioni e agli investimenti stranieri. Certamente il peggioramento del tasso d'inflazione per l'aumento del prezzo del petrolio si è fatto sentire anche qui dal momento che l'Australia, come tanti altri Paesi, dipende dall'estero in questo campo.

Il livello di crescita dell'interscambio commerciale si prevede per il 2008 allineato agli anni precedenti (+3,8) grazie anche all'indebolimento del dollaro australiano rispetto al dollaro americano e allo yen, che favorirà la penetrazione dei prodotti locali negli Stati Uniti e in Giappone, che rappresentano insieme un terzo delle esportazioni australiane.

Italia terzo fornitore europeo

In riferimento all'interscambio con l'Italia le esportazioni dal nostro Paese sono in costante crescita (+7.8% nel 2007). **A livello europeo l'Italia è al terzo posto tra i Paesi fornitori dopo la Germania e il Regno Unito.** Le maggiori voci del nostro export sono costituite principalmente da medicinali (inclusi prodotti veterinari), beni strumentali quali macchinari, macchine elettriche e mezzi di trasporto, seguiti dai tradizionali beni di consumo del Made in Italy: arredamento, ceramica, gioielleria, abbigliamento.

Con riferimento al mercato turistico, l'Italia si colloca al secondo posto, dopo il Regno Unito, come destinazione in Europa e al dodicesimo posto al mondo come prima destinazione degli australiani.

Le principali mete turistiche in Italia sono Roma, Venezia, la Toscana, la Lombardia, le Cinque Terre in Liguria, la Costiera amalfitana e la Sicilia. Il turista australiano, e dunque anche l'italo-australiano, si colloca in un segmento socio-economico e culturale medio-alto che lo rende molto attento ed esigente. Proprio per questo vengono molto apprezzati dell'Italia il patrimonio artistico e culturale, lo stile di vita, le bellezze naturali, ma si lamenta spesso una carenza nel rapporto qualità-prezzo degli alberghi e dei servizi in generale rispetto ad altre destinazioni, oltre alla carenza di voli diretti dall'Australia. **In netta crescita la richiesta di turismo enogastronomico e sportivo** e di prodotti turistici di nicchia costruiti su misura. Per questo è auspicabile un incremento della promozione da parte italiana delle attività turistiche, anche attraverso fiere e workshop.

**Per le iscrizioni
alla newsletter:**

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

NEWS

IN PRIMO PIANO
FORMAZIONE
MADE IN ITALY
SEMINARI & CONVEGNI
ACCORDI & PARTNERSHIP

FILO DIRETTO CON GLI ITALIANI ALL'ESTERO

- Argentina: gli scenari del dopo crisi
*Non solo commercio e industria
I progetti finanziati dal MAE*
- Australia: una comunità di alto profilo
*L'interscambio cresce
Italia terzo fornitore europeo*

INTERVISTA

- L'Italia è dentro di me
Parla Carla Zampatti, imprenditrice italo-australiana

Il profilo dell'imprenditrice

Intervista

L'Italia è dentro di me

Il Made in Italy di qualità è molto apprezzato in Australia. Carla Zampatti, imprenditrice di origine italiana, ha saputo creare un marchio forte nell'abbigliamento e accessori, puntando proprio sull'innovazione, la qualità, l'originalità. Ecco l'intervista rilasciata a "In rete con l'Italia"

Quali ricordi ha dell'Italia e dei parenti e degli amici che avete lasciato a Lovero, in provincia di Sondrio?

Ho un ricordo molto vivo sia dei miei parenti che degli amici di famiglia, quasi come se li avessi lasciati ieri. Con molti di loro sono riuscita negli anni, nonostante la grande lontananza, a mantenere rapporti veramente stretti. **Quello che colpisce qui in Australia è quanto le famiglie italiane riescano a rimanere unite**, a prescindere da dove vivano i singoli componenti del nucleo familiare. Una forza di coesione notevole che ho cercato di trasmettere anche ai miei figli, portandoli tra l'altro molto spesso in vacanza in Italia. Oggi posso dire che tutte le "cose" italiane hanno giocato un ruolo veramente importante nella loro vita.

Qualcuno dei suoi figli lavora con lei?

Entrambe le mie figlie, **Bianca ed Allegra**, lavorano con me e ci stiamo fortemente impegnando tutte quante per rafforzare e far crescere il nostro brand.

Quanto avere origini italiane l'ha aiutata o magari alcune volte ostacolata nella sua carriera?

Non è veramente mai stato un ostacolo! Il senso della bellezza che mi è rimasto impresso nei pochi anni che ho trascorso in Italia non mi ha mai abbandonato ed è stato un grande punto di forza nel mio lavoro, che mi accompagna da sempre.

Lavorando nella moda ha senz'altro relazioni professionali con l'Italia.

Magari dirò un'ovvietà ma, considerato il settore in cui opero, trovo l'Italia **una Nazione estremamente "ispiratrice"**, popolata da persone creative ed originali. Da sempre mantengo relazioni strette con gli stilisti italiani e più in generale con il settore dell'abbigliamento, che in Italia conta aziende veramente di prestigio, capaci di innovarsi e di crescere affrontando con successo le sfide competitive di altri Paesi.

Tra i suoi dipendenti ci sono giovani italiani o di origine italiana?

Sì ce ne sono molti, e credo che ne assumerò altri perché nel mio settore si dimostrano molto creativi e preparati.

Per le iscrizioni
alla newsletter:

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.

Lei di base risiede a Sydney. Nel 2002 ha anche ricevuto un premio dedicato agli italiani nel mondo. Come sono i suoi rapporti con la comunità degli italiani residenti in Australia?

Faccio parte di questa comunità, che in Australia è molto influente e svolge un ruolo chiave nella promozione e nell'apprezzamento dello stile di vita e della cultura italiana. Anche se ormai siamo **perfettamente integrati**, siamo ancora legati ai valori e alla sensibilità che derivano dalle nostre origini e di questo ne andiamo veramente fieri.

Come dice lei ormai gli oriundi italiani sono perfettamente integrati, spesso non parlano neanche la lingua di origine, ma solo l'inglese. Nella sua esperienza come ritiene sia possibile far rimanere i giovani legati alle loro radici?

Per esempio **incoraggiandoli a studiare la lingua**. Da poco il Governo Australiano ha introdotto lo studio dell'italiano in molte scuole elementari e materne. Mio nipote di 4 anni sta studiando l'italiano e così avrà l'opportunità di avvicinarsi con più facilità anche alla cultura del Paese. Oggi l'italiano è considerato in Australia come la lingua più bella e più musicale!

Il profilo dell'imprenditrice

Carla Zampatti in Australia arriva da bambina nel 1950, da Lovero in provincia di Sondrio. **Già nel 1965 inizia la sua attività nel mondo della moda** quando l'unica "moda" per le donne australiane veniva dall'estero. **Considerata un "pioniere"** nel settore, si è subito affermata tra le più creative e seguite disegnatrici con un personalissimo stile. La stessa stampa australiana ama ricordare di Carla Zampatti che le sue origini italiane le hanno "donato" un innato senso della bellezza e una predisposizione al disegno. **Attualmente il marchio "Carla Zampatti" è venduto in 29 boutique australiane**. Lo spiccato spirito imprenditoriale ne hanno fatto una delle più importanti donne d'Australia, pluripremiata per i suoi contributi sia nel settore della moda sia per le diverse attività imprenditoriali. **Tra i premi ricevuti, anche uno dei più alti riconoscimenti del Paese: l'Ordine d'Australia**. Ha ricevuto il Premio "Lyrebird" per l'industria della moda, il Premio "Bulletin-Quantas" quale "Donna d'Affari dell'Anno", il Cavaliere Ufficiale della Repubblica Italiana. Carla Zampatti è stata la prima disegnatrice di moda a firmare anche un'auto (la Laser della Ford Australia). Lo scorso agosto è stata nominata a Sydney "Laureata della moda australiana 2008", titolo riservato ai leader della moda che hanno dato un contributo significativo alla sua crescita, sviluppo e promozione. **E' anche Presidente di SBS (Special Broadcasting Service), canale televisivo multietnico e multilingue dell'Australia**

**Per le iscrizioni
alla newsletter:**

dgit2newsletter@esteri.it

PER FAVORE NELLA MAIL INDICARE: NOME E COGNOME,
PAESE, CITTA', NAZIONALITA', PROFESSIONE.