

Dipartimento di Scienze Politiche
Cattedra di Comunicazione Politica

COMUNICARE UN SISTEMA PAESE

ISTITUZIONI, MEDIA E POLITICA
NELLA REPUBBLICA DI SAN MARINO

RELATORE

Prof. Michele Sorice

CANDIDATO

Giulia Ceccarelli

Matr. 622012

CORRELATORE

Prof. Paolo Peverini

ANNO ACCADEMICO 2014/2015

INDICE DETTAGLIATO DELLA TESI

Introduzione

Cap. 1: Comunicazione pubblica, istituzionale e politica

- I. Definizioni, concetti e ambiti
- II. Elementi della comunicazione istituzionale
- III. Attuali profili normativi sammarinesi: la riforma delle P.A.
 - III.1. Il ruolo della comunicazione istituzionale*
 - III.2. Protocollo d'Intesa Italia-San Marino per la cooperazione nel settore della riforma e dell'innovazione delle P.A.*

Cap. 2: Impostazione politico-istituzionale della Repubblica di San Marino

- I. Cenni storici e formazione dello Stato
- II. Geografia e demografia
- III. Organi di Stato e di Governo
 - III.1. Reggenza*
 - III.2. Consiglio Grande e Generale*
 - III.3. Congresso di Stato*
 - III.4. Consiglio dei XII*
 - III.5. Collegio garante dell'istituzionalità delle norme*
- IV. Sistema elettorale
- V. Diritto di cittadinanza
 - V.1. Gli stranieri residenti*

Cap. 3: La politica estera

- I. Relazioni internazionali e diplomatiche
- II. Principali accordi e appartenenza agli organismi internazionali
- III. San Marino e l'Unesco
- IV. San Marino e l'Unione Europea
- V. La Segreteria di Stato e il Dipartimento per gli Affari Esteri
 - V.1. Funzioni*
 - V.2. Attività di comunicazione*

Cap. 4: La partecipazione di San Marino alle Esposizioni Universali

- I. Le Esposizioni Universali
- II. Partecipazione di San Marino alle precedenti edizioni dell'Expo
 - II. 1. San Marino all'Expo di Shanghai 2010*
- III. Expo Milano 2015
 - III.1. La partecipazione di San Marino*
- IV. Il Padiglione sammarinese all'Expo Milano 2015
- V. Attività di comunicazione legate all'Esposizione di Milano

Cap. 5: Turismo, cultura e sport

- I. Caratteristiche del fenomeno turistico sammarinese
- II. Principali eventi di richiamo turistico e comunicazione sui media
- III. Lo sport come forma di *soft power*
- IV. Il Comitato Olimpico Nazionale Sammarinese
 - IV. Attività di comunicazione*
- V. Il patrimonio culturale e artistico sammarinese: sue attività di valorizzazione
- VI. Il Dipartimento Turismo e Cultura
 - VI. 1. Funzioni*
 - VI. 2. Attività di comunicazione*

Cap. 6: Economia e imprese

- I. Situazione economica e principali indicatori macroeconomici
- II. Svolgere un'attività economica all'interno della Repubblica
 - II. 1. Licenze*
 - II. 2. Condizioni e incentivi per la costituzione di una nuova società*
 - II. 3. Importazioni ed esportazioni*
- III. Mercato del lavoro e aspetti assistenziali
- IV. Start up, innovazione e sviluppo sostenibile
- V. Segreteria di Stato per l'Industria, l'Artigianato e il Commercio
 - V. 1. Funzioni*
 - V. 2. Attività di comunicazione*
- VI. Camera di Commercio della Repubblica di San Marino
 - VI. 1. Funzioni*
 - VI. 2. Attività di comunicazione*

Cap.7: Economia e finanza

- I. Il sistema bancario e creditizio. I motivi dell'inclusione nella *black list* italiana
- II. Sviluppi nell'ambito della trasparenza: Ocse, Moneyval e Gafi
- III. L'uscita dalla *black list* italiana. La ricostruzione dell'immagine internazionale
- IV. I paradisi fiscali e la fine del segreto bancario: Svizzera, Liechtenstein e Monaco

Conclusioni

Bibliografia, sitografia e interviste

INDICE

<i>Introduzione</i>	p. 5
Capitolo 1: <i>Comunicazione pubblica, istituzionale e politica</i>	p. 7
I. Il ruolo della comunicazione istituzionale nella riforma delle P.A. sammarinesi....	p. 9
Capitolo 2: <i>Impostazione politico-istituzionale della Repubblica di San Marino</i>	p. 10
Capitolo 3: <i>La politica estera</i>	p. 11
Capitolo 4: <i>La partecipazione di San Marino alle Esposizioni Universali</i>	p. 14
Capitolo 5: <i>Turismo, cultura e sport</i>	p. 16
Capitolo 6: <i>Economia e imprese</i>	p. 17
Capitolo 7: <i>Economia e finanza</i>	p. 20
<i>Conclusione</i>	p. 22
<i>Bibliografia completa</i>	p. 27
<i>Sitografia</i>	p. 37
<i>Interviste</i>	p. 39

INTRODUZIONE

All'inizio del XXI secolo, come nota Friedman [2005] il mondo si è “appiattito”: la diffusione globale degli apparecchi elettronici e di internet ha compresso le distanze spazio-temporali, ha eroso le barriere culturali e permesso di livellare il divario esistente tra Paesi industrializzati e Paesi emergenti; tra i nuovi competitor in affermazione sul mercato internazionale spiccano i BRICS (Brasile, Russia, India, Cina e Sud Africa) e i MINT (Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia). Gli Stati, dunque, sono tutti attori su di un unico palcoscenico mondiale e ciascuno contende agli altri non solo le medesime risorse e idee, ma anche lo stesso pubblico di consumatori, turisti, investitori e imprenditori; cresce inoltre l'attenzione per le relazioni pubbliche e istituzionali, che costituisce il mezzo principale per attrarre gli sguardi dei media, dei popoli e dei Governi degli altri Paesi [Curtin e Gaither, 2007].

In questo contesto non è più sufficiente che gli Stati offrano una produzione di qualità e vantino un'economia aperta e dinamica: è necessario saper comunicare un'immagine originale e attraente del proprio Sistema Paese. Le componenti del Sistema Paese, tra loro interdipendenti e interconnesse, sono le istituzioni e le strutture di *governance*, le politiche pubbliche, l'economia, la finanza, i valori, le tradizioni, la storia e la cultura; compito di ogni Stato è valorizzarle, orientarle verso obiettivi condivisi di sviluppo e renderle capaci di costruire un'unica narrazione, un unico testo coerente e coeso [Rolando 2004]. Il modo più efficace per comporre tale discorso unitario è comunicare il Sistema Paese come un *brand*: nel marchio una molteplicità di fatti, personaggi, simboli, significati e valori raggiungono una profonda sintonia interna, si fondono in un unico segno distintivo [Peverini, 2012].

Se comunicare in modo unitario e integrato il proprio Sistema Paese è una strategia vincente per ogni Stato, per la Repubblica di San Marino è un'esigenza imprescindibile. Data l'esiguità territoriale e il limitato numero di abitanti, infatti, un'affollarsi frammentato ed estemporaneo di messaggi, iniziative ed eventi di enti diversi rischierebbe di rendere il microstato inesistente agli occhi della comunità internazionale; lo stesso isolamento geografico e politico che ne permise la nascita e la pacifica affermazione come Nazione è oggi un ostacolo alla sua visibilità. Prendendo atto della pressoché totale applicabilità, fino a un recente passato, del detto sammarinese “Noti a noi, ignoti agli altri”, gli organi di Governo della Repubblica hanno deciso, nel corso dell'ultimo decennio, di agire sulla percezione di tutti gli *stakeholders* di San Marino, facendo leva su quell'orgoglio di appartenenza alla più antica Repubblica del mondo ampiamente condiviso dalla cittadinanza. Così, nonostante la prevedibile modestia di risorse, i piani di comunicazione realizzati dagli enti pubblici e a partecipazione pubblica orientano oggi i propri sforzi nella direzione di comporre l'identità unica e insostituibile dello Stato e renderla visibile all'esterno.

Lo scopo di questo lavoro è analizzare le strategie comunicative messe in atto dalle principali istituzioni della Repubblica di San Marino per presentare non solo ai propri cittadini, ma soprattutto ai cittadini stranieri, le attività, prerogative e funzioni, nonché le opportunità di arricchimento materiale e immateriale che esse offrono.

Per comprendere quale immagine lo Stato di San Marino, come Sistema Paese, offre di sé al resto del mondo, vengono presi in esame diversi testi mediali (brochures, guide turistiche, riviste di settore, siti internet, video promozionali, applicazioni per smartphone e altri documenti consultabili al pubblico), nonché significative testimonianze dirette. Punto di partenza per l'analisi dei vari siti internet è il Modello a 4 Dimensioni individuato da Martelli [2002].

Il metodo prevalentemente utilizzato è quello della *content analysis*: tuttavia, ci si avvale anche dei contributi dell'analisi semiotica, per lo studio specifico dei processi di significazione racchiusi nei testi, e dell'osservazione partecipante, grazie alle interviste da noi svolte sul posto ai rappresentanti di alcuni enti e istituzioni e alle numerose visite sul territorio, compiute a scopo di osservazione e ricerca.

Il capitolo 1 costituisce un breve inquadramento teorico: prima di addentrarci nella descrizione delle dinamiche comunicative di promozione di San Marino, ricordiamo le nozioni di comunicazione pubblica, comunicazione istituzionale e comunicazione politica. Orientandoci all'interno della letteratura accademica finora prodotta, cerchiamo di dare una definizione di ciascuna di esse e circoscriverne gli ambiti di applicazione; riconduciamo quindi le attività di costruzione di un'immagine positiva del Sistema Paese alla comunicazione istituzionale.

Procediamo nella trattazione individuando i principali sottosistemi di cui è costituito il Sistema Paese San Marino: a ciascun settore è dedicato il relativo capitolo, spiegando le funzioni e le attività di comunicazione messe in atto dalle istituzioni o enti ad esso preposti.

Il capitolo 2 esamina nel dettaglio gli organi di Stato e di Governo, che costituiscono al contempo il nerbo dell'apparato istituzionale e il centro d'irradiazione dei valori identitari della Nazione. Nell'esposizione è data rilevanza sia alle tappe storiche fondamentali per l'affermazione del sentimento di appartenenza del popolo sammarinese, sia alla questione della cittadinanza, che appare strettamente connessa all'identità.

Nel capitolo 3 si illustrano le scelte passate e presenti che i Governi hanno operato in politica estera con l'obiettivo, perseguito con continuità anche sui media, di rompere il tradizionale isolamento di San Marino nei confronti della comunità internazionale e iniziare un percorso di integrazione europea.

Il capitolo 4, dedicato alla partecipazione di San Marino alle Esposizioni Universali, connette le attività svolte dai politici nel consesso internazionale con le eccellenze espresse dalle organizzazioni imprenditoriali nel sistema economico. Grazie alla risonanza che hanno

sui media, riteniamo che i grandi eventi costituiscano l'opportunità per la Repubblica di uscire idealmente dai propri ridotti confini per rinforzare rapporti diplomatici e commerciali con gli altri Stati, nonché presentare le proprie potenzialità di investimento estero. Particolare attenzione è riservata all'Expo di Shanghai 2010, che ha costituito l'opportunità per alcune grandi aziende sammarinesi di aprire nuove filiali produttive, showroom e negozi in Cina, Paese a cui la piccola Repubblica guarda negli ultimi anni con sempre maggior interesse, e all'Expo di Milano 2015, per la sua attualità e contiguità geografica col territorio sammarinese.

Nel capitolo 5 evidenziamo come il turismo sia uno dei settori trainanti dell'economia: la piccola Repubblica non offre ai visitatori solo il proprio patrimonio artistico e culturale, ma, trascendendo dalla tradizionale logica escursionistica, anche un fitto calendario di eventi. La crescente sensibilità verso l'uso dei *new media* dimostrata dal Comitato Olimpico Nazionale Sammarinese (CONS), inoltre, permette alle manifestazioni sportive del Paese di attivare forme di *soft power*.

Il capitolo 6 presenta il mercato del lavoro e il sistema produttivo; si esaminano dunque le modalità attraverso cui viene comunicata l'evoluzione normativa operata negli ambiti dell'innovazione, delle start up ad alta tecnologia, degli incentivi all'imprenditoria giovanile e femminile e dello sviluppo sostenibile. Si osservano inoltre i principali dati macroeconomici e si individuano le imprese che, anche grazie all'azione della Camera di Commercio, esportano maggiormente all'estero.

Il capitolo 7 arricchisce la riflessione sull'ambito economico con l'analisi del sistema finanziario, altro settore di punta di San Marino. Spieghiamo i passaggi che hanno permesso al Paese di uscire dalla *black list* italiana dei paradisi fiscali e le strategie comunicative messe in atto per costruire un'immagine internazionale di legalità e trasparenza.

Nella conclusione vengono infine individuati i punti di contatto e di divergenza tra le attività di comunicazione dei vari enti, così da poter trarre considerazioni generali sulla rappresentazione del Sistema Paese. A completamento della ricerca è analizzato un testo mediale che si propone come esempio di comunicazione istituzionale integrata e prodotto diretto del marchio San Marino.

Capitolo 1: *Comunicazione pubblica, istituzionale e politica*

Per *comunicazione pubblica* si intendono quei saperi che ruotano attorno al concetto di pubblicità applicato agli affari pubblici, alla trasparenza e alla partecipazione attiva dei cittadini ai processi decisionali [Sepe, Nocera e Rega, 2000]. La missione finale della comunicazione pubblica, che dunque entra a far parte del diritto di cittadinanza, è l'azione nell'interesse generale, la promozione di un processo di crescita civile e sociale. Lo scopo

della comunicazione pubblica è informare i cittadini sui loro diritti e rispondere alle esigenze di efficacia, efficienza e trasparenza da loro avanzate, da un lato; realizzare processi di innovazione istituzionale attraverso l'erogazione di servizi adeguati alle loro necessità, dall'altro [Sepe e Crobe, 2014].

Il perimetro dell'ambito disciplinare della comunicazione pubblica può essere definito sia partendo dai soggetti che svolgono tale attività, sia dall'oggetto, cioè il tipo di comunicazione prodotta. Dal punto di vista dei soggetti, essi possono essere istituzioni, enti, organizzazioni e associazioni sia pubbliche che private, o addirittura privati cittadini che ricoprono ruoli politici o sociali rilevanti (come ad esempio i leader politici o i dirigenti delle pubbliche amministrazioni). Guardando all'oggetto della comunicazione pubblica, essa insiste su quella macro area dell'azione collettiva non regolata da diretti interessi economici [Rolando, 1992]. In effetti, la comunicazione pubblica va intesa come un grande contenitore dentro il quale poter ritrovare la comunicazione politica, la comunicazione sociale e la comunicazione istituzionale [Faccioli, 2000].

La **comunicazione politica** riguarda “tutte le forme di comunicazione messe in atto dagli attori politici allo scopo di raggiungere obiettivi specifici (ad esempio vincere le elezioni e strutturare la propria agenda), tutte le forme di comunicazione rivolte dagli attori non politici (elettori, giornalisti, ecc.) ai politici e tutte le forme di comunicazione degli attori politici sulle loro attività” [Sorice, 2011].

La **comunicazione sociale** è finalizzata, prevalentemente attraverso campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica, a stimolare cambiamenti nei comportamenti dei cittadini, nell'ottica di una globale crescita civile [Faccioli, 2000]. La **pubblicità sociale convenzionale e non convenzionale** svolge un'azione educativa: il suo scopo è la consapevolezza della cittadinanza su problemi di interesse generale [Peverini, 2014].

Per **comunicazione istituzionale** si intende, secondo Rolando [1992], “l'attività di comunicazione delle istituzioni pubbliche per quanto riguarda le funzioni e i compiti svolti, nonché la promozione dell'immagine della stessa, destinata ai cittadini”; alla luce di quanto esposto, essa dovrebbe essere un elemento fisiologico dell'azione dei pubblici poteri. Il principio di **pubblicità** obbliga le amministrazioni a pubblicare e dare comunicazione tempestiva di ogni notifica, bando, documento e procedura prodotta; ciascun ufficio è reso inoltre responsabile degli atti a rilevanza interna e esterna che produce. Il principio della **visibilità** consiste nel “far esistere” le amministrazioni agli occhi dei cittadini [Arena, 2001]: esso si esplica nelle attività di comunicazione dell'istituzione presso i media e nella capacità di mettere in relazione l'ampliamento dei compiti dello Stato di cui è organo con un maggior riconoscimento dei diritti degli amministrati. Il concetto di **trasparenza** amministrativa si applica a più attività delle P.A.: alla pubblicità delle procedure, all'obbligo di motivazione dei provvedimenti nei confronti dei soggetti da esso interessati, al rispetto del principio di

uguaglianza tra gli utenti e all'obbligo di risultato. Ma soprattutto si esplica nel diritto di accesso civico agli atti, che consiste nella possibilità, riconosciuta a chiunque, di consultare tutti i documenti amministrativi, non solo quelli per i quali sussista un interesse individuale concreto, diretto e attuale [D'Alberti, 2013]. Infine, la *partecipazione* è un "right to be heard", una possibilità, per l'amministrato, di poter esprimere la propria "voce" prima della decisione, facendo così valere i propri interessi all'interno del procedimento [ibidem].

I. IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE NELLA RIFORMA DELLE P.A. SAMMARINESI

La pubblica amministrazione sammarinese nella sua articolazione più completa, (Pubblica Amministrazione, Istituto Sicurezza Sociale, Aziende Autonome di Stato per i Servizi Pubblici e per i Lavori Pubblici, Ente poste San Marino, Università, Centrale del Latte, Liceo Musicale Sammarinese, Cons) è stata regolamentata per un lungo periodo dalle leggi n. 24 e 25 del 1995, "Disposizioni relative alla formazione dei Dipartimenti" e "Istituzione del coordinamento dei Dipartimenti". Tale assetto è stato aggiornato da un pacchetto di provvedimenti di *Riforma della struttura e del modello organizzativo delle Pubbliche Amministrazioni*, iniziato nel 2009 e conclusosi nel 2011 con l'approvazione da parte del Consiglio Grande e Generale della legge qualificata n. 3/2011, "Dipartimenti della Pubblica Amministrazione", e della legge n. 188/2011, "Riforma della Struttura e del Modello Organizzativo dell'Amministrazione Pubblica". Queste norme hanno ridisegnato il quadro organizzativo e definito nuove modalità procedurali, allo scopo di migliorare la funzionalità dell'attività amministrativa, fornire servizi più capaci di rispondere alle esigenze dei cittadini e degli utenti e dare risposte coerenti al processo di evoluzione del sistema istituzionale, economico e sociale del Paese. A questo proposito, la normativa riafferma gli obiettivi di efficienza, efficacia, economicità per le pubbliche amministrazioni, e vi aggiunge quello di rispondere alle necessità dell'utenza (legge n.188/2011, art.1). Tra le priorità della riforma vi sono:

- evitare sovrapposizioni nei ruoli dei vari Dipartimenti e Unità Operative, in un'ottica di riduzione dei costi;
- porre fine a precarietà e provvisorietà burocratiche;
- realizzare la separazione delle responsabilità amministrative da quelle politiche, secondo il principio di autonomia operativa delle P.A. già affermato dalle leggi costituzionali e qualificate del dicembre 2005.

La Riforma della P.A. ha cambiato il rapporto delle istituzioni con i cittadini. Grazie alla legge sulla documentazione amministrativa e a quella sul procedimento amministrativo (n. 159 e n. 160/2011), gli utenti si trovano oggi di fronte ad una burocrazia più snella e semplificata, anche attraverso l'uso delle nuove tecnologie. In applicazione pratica delle

attività di comunicazione istituzionale previste dalla Riforma, la Segreteria di Stato per gli Affari Interni sul proprio sito <http://www.interni.segreteria.sm/> affianca, alla sezione riservata al proprio Dipartimento Affari Istituzionali e Giustizia, una vasta area dedicata alla pubblica amministrazione nel suo insieme. Tuttavia è la Direzione della Funzione Pubblica, nata con la Riforma del 2011, ad avere tra i suoi compiti specifici quello di creare piani di comunicazione esterna e curare l'immagine delle P.A.: così, è quest'ultima a mettere a disposizione dei cittadini sammarinesi e degli stranieri residenti il Portale di servizi online dell'amministrazione pubblica <https://www.pa.sm/>, per espletare le procedure senza dover recarsi agli sportelli.

Capitolo 2: Impostazione politico-istituzionale della Repubblica di San Marino

Racconta la tradizione, poi confluita nella Vita Sancti Marini scritta da un anonimo del XI secolo, che nel 257 d.C. “un tagliapietre cristiano di nome Marino”, proveniente dall'isola dalmata di Arbe, approdasse a Rimini per contribuire al restauro della città danneggiata dalle invasioni barbariche [Aebischer, 1974]. Marino ebbe occasione, grazie al mestiere che esercitava, di recarsi più volte sul Titano per staccarne pietre da costruzione; così, ormai anziano, il santo decise di ritirarsi in contemplazione monastica sul Monte Titano. Qui in molti giunsero dalle colline circostanti per conoscere e venerare il pio anacoreta: insieme ai suoi primi fedeli, egli innalzò un sacello in onore di San Pietro, nel luogo in cui oggi si trova la Basilica dedicata a San Marino. La Repubblica fa coincidere la propria nascita con la data di morte del Santo fondatore che da essa porta il nome, avvenuta il 3 settembre del 301 d.C.; a partire dagli anni immediatamente successivi sorse intorno alla Prima Torre, o Torre Guaita, quella comunità monastica (Monasterium) che ha dato origine al primo nucleo urbano della Repubblica. La primigenia comunità sammarinese si è consolidata nel corso dell'Alto Medioevo, organizzandosi inizialmente secondo il sistema feudale, con a capo l'abate del monastero; egli era a sua volta alle dipendenze del Vescovo del Montefeltro e sotto il controllo politico del Papato. Solo dalla seconda metà del XIII secolo, in pieno periodo comunale, i sammarinesi iniziarono un lento processo di liberazione da questo dominio, creando organi politici autonomi: essi trovarono la propria forma definitiva negli Statuti del 1352-1353 [Balsimelli, 1966].

L'attuale superficie dello Stato è pari a 61 km² e la popolazione ammontava a 32.789 abitanti a dicembre 2014 [Ufficio Informatica Tecnologia e Statistica, 2014].

Le moderne istituzioni dello Stato costituiscono l'eredità diretta degli Statuti del Comune medioevale, ricalcandone sostanzialmente i principi di funzionamento. Lo Stato di San

Marino, quindi, è una Repubblica Parlamentare che non possiede una vera e propria Carta Costituzionale scritta, ma individua negli Statuti, nel diritto comune e nella consuetudine i propri riferimenti normativi. I principali Organi istituzionali di San Marino sono la **Reggenza**, costituita dai due Capitani Reggenti che esercitano l'Ufficio di Capo dello Stato in base al principio di collegialità, il **Consiglio Grande e Generale** con potere legislativo, il **Congresso di Stato**, con potere esecutivo, il **Consiglio dei XII**, che autorizza società e cittadini stranieri all'acquisto di immobili e il **Collegio Garante della Costituzionalità delle Norme**, per il rispetto degli Statuti e della "Dichiarazione dei diritti". Ogni Organo dispone di un proprio sito internet per le comunicazioni istituzionali.

Il **sistema elettorale** vigente a San Marino è proporzionale a collegio unico. La riforma elettorale del 2007-2008 ha introdotto alcuni correttivi al sistema proporzionale puro; tra le principali innovazioni apportate vi è quella che impone alle forze politiche di dichiarare preventivamente con quali alleati si propongono di governare e in base a quale programma. Per supportare la costituzione di maggioranze di governo stabili, la legge favorisce la formazione di coalizioni fra liste, fatta salva la possibilità per le liste stesse di presentarsi da sole. Le liste non coalizzate e le coalizioni si impegnano a realizzare un Programma di Governo da rendere pubblico prima delle elezioni: una sorta di contratto tra le forze politiche e gli elettori con precisi impegni per la legislatura. E' previsto inoltre il "premio di stabilità", che consiste in un'assegnazione aggiuntiva di seggi in favore della lista o coalizione vincitrice, fino al raggiungimento di 35 seggi sui 60 totali.

Ai sensi della legge sulla cittadinanza (30 novembre 2000, n. 114), sono considerati cittadini sammarinesi *per origine*:

- i figli, naturali o adottivi, di padre e madre entrambi cittadini sammarinesi, dal momento della nascita;
- i figli, naturali o adottivi, di cui un solo genitore è cittadino sammarinese, a condizione che entro il termine di dodici mesi dal raggiungimento della maggiore età dichiarino all'Ufficio di Stato Civile o all'autorità diplomatica, di voler mantenere la cittadinanza da questo trasmessa;
- i figli, naturali o adottivi, di genitore sammarinese se l'altro genitore è ignoto o apolide;
- tutti i nati nel territorio della Repubblica se entrambi i genitori sono ignoti o apolidi.

Capitolo 3

La politica estera

San Marino, data la particolare situazione geopolitica di microstato enclave all'interno del territorio italiano, ha rapporti "preferenziali", per non dire essenziali, con l'Italia, che si sono

concretizzati nella stipula di quattro Convenzioni di amicizia, buon vicinato e mutuo riconoscimento delle rispettive sovranità (1862-1939) e disciplinano le relazioni tra i due Paesi in ambito giudiziario, amministrativo e finanziario. Tra i numerosi accordi aggiuntivi alle Convenzioni, ricordiamo quello del 1987 riguardante il settore radiotelevisivo, che prevede la possibilità per la Repubblica, in accordo con la RAI, di trasmettere con una propria emittente, RTV, concessionaria del servizio pubblico. Particolare interesse riveste anche l'accordo del 31 marzo 2000 riguardante la possibilità per San Marino di utilizzare l'aeroporto di Rimini-Miramare "Federico Fellini", che dista soli 27 km dal confine di Stato. Per quanto riguarda il resto del mondo, invece, la piccola Repubblica ha preferito per molti secoli difendere la propria sovranità adottando una politica di prudenza (per non dire di quasi totale chiusura delle frontiere a soggetti internazionali terzi), secondo il motto: "noti a noi, ignoti agli altri" [Berti, 2013].

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, tuttavia, il Paese ha acquisito la consapevolezza che era ormai necessario assumere un ruolo più dinamico, adottando un peculiare modello di politica estera detto *neutralità attiva* [Krippendorf, 2004]. Questa consiste nel rifiuto di ogni intervento armato e nel sostegno ad una strategia del disarmo, dando la priorità alla dimensione civile della sicurezza nazionale. San Marino, senza far parte di alcun blocco di alleanze militari, si riserva di prendere posizione di volta in volta sulle varie situazioni di crisi, guerre e violazioni di diritti che si creano a livello internazionale, rinnovando continuamente il proprio impegno nella prevenzione e gestione diplomatica dei conflitti; d'altronde, la vocazione alla libertà, alla solidarietà e al rispetto dei diritti umani della più antica Repubblica del mondo è universalmente riconosciuta. Infatti San Marino è il primo Stato europeo, tra quelli ancora esistenti, ad aver abolito la tortura, nel 1848, e la pena di morte, nel 1865 [<http://www.nessunotocchicaino.it/>]. Nel rapporto sulla libertà di stampa stilato nel 2014 dall'organizzazione non governativa Freedom House, a San Marino è attribuito un punteggio di 16 (dove i valori più prossimi allo 0 indicano una libertà maggiore e il valore 100 la totale mancanza di libertà) e la sua stampa è definita "libera"; decisamente meglio dell'Italia, che, per lo stesso anno, ha un punteggio di 31 e una stampa definita "semilibera" [<https://freedomhouse.org/>]. Freedom House, sempre nell'anno 2014, indica come "libere", e quindi rispondenti agli standard democratici, anche le elezioni a San Marino; ma non è sempre stato così. Mentre il suffragio universale maschile risale al 1906, in netto anticipo rispetto all'Italia, il diritto all'elettorato attivo per le donne è stato introdotto solo nel 1964, mediamente più tardi degli altri Paesi Europei. L'elettorato passivo è stato formalmente riconosciuto alle donne nel 1973 [Mazza, 2006].

Il Paese si è aperto formalmente alla comunità internazionale a metà degli anni '70, partecipando ai lavori dei Paesi non allineati e sottoscrivendo nel 1975 l'Atto finale degli accordi di Helsinki per la creazione della CSCE (in seguito diventata OCSE); da quel

momento in poi, ha notevolmente accentuato le manifestazioni concrete della sua piena qualità di soggetto di diritto internazionale riconosciuto, attraverso la stipula di accordi bilaterali e multilaterali e avviando relazioni diplomatiche. San Marino è Stato membro di numerose Organizzazioni Internazionali, tra cui l'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU), di cui è entrato a far parte nel 1992, e aderisce a numerosi suoi Programmi, Fondi e Agenzie Specializzate. Nel 1988 San Marino diventa membro del Consiglio d'Europa, di cui assume la Presidenza semestrale del Comitato dei Ministri per la prima volta nel 1990, e per la seconda volta nel semestre novembre 2006-maggio 2007. Il 7 Luglio 2008 a Québec il Comitato dell'UNESCO iscrive il Centro Storico di San Marino nella Lista dei Patrimoni dell'Umanità con la seguente motivazione: “San Marino costituisce una testimonianza eccezionale di democrazia rappresentativa fondata sull'autonomia civica e l'autogoverno, avendo esercitato con una continuità storica unica il ruolo di capitale di una Repubblica indipendente dal XIII secolo.”

L'Associazione San Marino-Cina nasce nel 1988 per approfondire le relazioni culturali ed economiche e facilitare le relazioni diplomatiche tra i due Stati. Forte di una lunga esperienza aziendale e nel campo della ricerca di mercato, l'Associazione dispone di una rete di consulenti distribuita sulle principali aree di sviluppo della Repubblica Popolare Cinese. I servizi che l'Associazione offre sono diretti alle aziende sammarinesi che intendono sviluppare il proprio business in Cina e a quelle già presenti sul territorio cinese, per aiutarle ad acquisire visibilità; essi spaziano dalla ricerca di partner commerciali, clienti e fornitori, all'organizzazione di missioni commerciali presso le più importanti fiere cinesi, fino al supporto linguistico e burocratico e alla promozione di itinerari di viaggio [<http://www.sanmarinocina.com/>]. Anche grazie all'attività dell'Associazione, il 29 marzo 2015 è stato possibile inaugurare il primo Istituto Confucio della Repubblica di San Marino. All'Istituto, primo in Europa a specializzarsi in medicina cinese tradizionale, sarà dedicato anche uno spazio nella didattica dell'Università di San Marino a partire dall'anno accademico 2015/2016, con l'introduzione di un corso di laurea in lingua e cultura orientale e la possibilità per gli studenti di studiare il cinese come seconda lingua straniera. L'Associazione San Marino-Cina ha svolto un ruolo significativo anche nella partecipazione di San Marino alle Olimpiadi Pechino del 2008 e all'Expo di Shanghai 2010. Infine, si deve in larga parte agli sforzi dell'Associazione la sottoscrizione del Protocollo di Intesa in materia di cooperazione turistica tra Italia e San Marino, avvenuta a Pechino l'8 aprile 2015 con l'obiettivo a breve termine di attirare sul Titano i turisti della middle class cinese in visita nel Belpaese in occasione dell'Expo 2015; l'obiettivo a lungo termine è rinsaldare la cooperazione economica iniziata a Shanghai 2010 dalle grandi aziende sammarinesi.

La Repubblica intrattiene inoltre relazioni ufficiali con l'Unione Europea dal 1983; il 18 marzo 2015 la Segreteria di Stato per gli Affari Esteri della Repubblica, alla presenza

dell'Alto Rappresentante per la Politica Estera dell'Unione Europea, Federica Mogherini, ha ufficialmente avviato i negoziati bilaterali per l'Accordo di Associazione. Per i piccoli Stati come San Marino, afferma il dott. Luca Brandi, Direttore Affari Europei, «l'Accordo di Associazione non costituisce il primo passo verso l'adesione come Stato membro, ma è l'unica forma di integrazione europea attualmente prevista».

Il principale medium utilizzato dalla Segreteria per Gli Affari Esteri per comunicare le sue funzioni, attribuzioni e attività è il proprio sito internet, disponibile all'indirizzo <http://www.esteri.sm/>. Esaminando con approccio semiotico la navigazione del sito sino a questo punto, si può constatare come il contratto comunicativo stabilito tra enunciatore ed enunciatario sia di tipo informativo: l'istituzione, facendo leva sull'autorità che le è riconosciuta dagli utenti, espleta il proprio dovere di informare secondo un meccanismo di tipo top down. Infatti, la Segreteria, dall'alto, informa, cioè fornisce dati ed elementi di conoscenza, mentre i fruitori, in basso, sono informati. Il rapporto tra emittente e destinatario non è paritario: il fruitore è guidato nel proprio percorso secondo una schema preciso.

Capitolo 4

La partecipazione di San Marino alle Esposizioni Universali

Le Esposizioni Universali (Expo è l'abbreviazione comunemente usata per riferirsi ad esse) sono insieme fiere commerciali e mostre scientifico-culturali che vengono realizzate nelle più importanti città del mondo: sono grandi eventi internazionali aperti sia agli operatori di settore che al pubblico e costituiscono un'esperienza educativa e culturale unica per i partecipanti, contribuendo a rafforzare la conoscenza reciproca e la cooperazione tra i popoli [Moretti, 2005; Pozzi 2015].

La prima Esposizione Universale a cui San Marino presenziò fu quella di Parigi del 1878, dietro insistenza del Duca de Bruc, funzionario del governo francese che, spinto da motivi politici, credette nella convenienza del piccolo Paese a partecipare con i suoi espositori e si offrì personalmente di sostenere tutte le spese necessarie. In questa occasione San Marino inviò manufatti in pietra prodotti dai suoi maestri scalpellini. Dopo la Seconda Guerra Mondiale la Repubblica ha partecipato, con propri padiglioni, all'Esposizione Universale di Bruxelles del 1958 e all'Esposizione Internazionale di Lisbona nel 1998 [Casali, 2010].

La partecipazione della Repubblica di San Marino all'*Expo di Shanghai 2010*, come ha ricordato il Commissario Generale Mauro Maiani nel suo discorso di presentazione al progetto del Padiglione, assume una portata storica: infatti, per sostenere il peso economico, organizzativo e di risorse umane che l'evento, a migliaia di km di distanza dai confini nazionali, comportava per uno Stato così piccolo, è stato necessario mettere tempestivamente

in moto una macchina organizzativa ad hoc. La gestione integrata dell'evento, la cui efficienza e il cui successo presso il pubblico nazionale e internazionale hanno addirittura superato le aspettative, è stata il banco di prova per la partecipazione di San Marino alla successiva Esposizione Universale di Milano, che ne ripropone i principali aspetti logistici e amministrativi.

Essere presenti a Shanghai significava, continua il Commissario Maiani, «poter presentare il nostro Sistema Paese, a livello politico, istituzionale ed economico, e mostrare la competitività dei nostri sistemi industriale, bancario e finanziario, al fine di trovare potenziali investitori nel mercato asiatico». E ancora: «Partecipare con un proprio padiglione espositivo permette di promuovere il nostro Paese come destinazione turistica del mercato cinese e di favorire il suo inserimento all'interno dei tour italiani ed europei proposti dagli operatori turistici cinesi». Cogliendo appieno l'opportunità di visibilità offerta dall'Esposizione Universale (che si teneva in un Paese a cui San Marino guarda da un decennio con estremo interesse, e contava il più vasto numero di Stati partecipanti finora riscontrato), la Repubblica ha aderito all'invito delle autorità cinesi nel 2007 e, nello stesso anno, ha predisposto sia uno stanziamento economico ad hoc da parte dello Stato pari a 1,9 milioni di euro nel triennio 2008-2010, sia la creazione di un ufficio apposito, il Commissariato Generale per l'Expo, con sede presso la Segreteria di Stato al Turismo. Al contributo statale si è aggiunto quello di vari Enti (la Camera di Commercio, il Convention & Visitors Bureau, l'Azienda Autonoma di Stato Filatelia e Numismatica) e sponsor privati (Ceramiche del Conca, Best Western Palace Hotel, Colombini, Associazione San Marino-Cina) che hanno così avuto occasione di venire in contatto con il mercato cinese e approfondire le loro relazioni commerciali [Commissariato Generale per l'Expo, 2011]. Così l'impresa di arredamento Colombini, che già nel 2006 aveva aperto la prima filiale in Cina, anche grazie ai network commerciali stabilitisi durante i sei mesi dell'Expo è riuscita ad aprire il primo negozio monomarca ColombiniCasa a Shanghai. Anche Ceramiche del Conca dopo l'Expo cinese vede aumentare il proprio numero di showroom nel Paese del Sol Levante, con un fatturato di oltre 5 milioni di euro nel triennio 2010-2013. Infatti i primi punti vendita della filiera commerciale erano già attivi dalle Olimpiadi di Pechino 2008. «Alla crisi dell'edilizia nei mercati occidentali facciamo fronte conquistando nuove quote in quelli emergenti» sottolineava il Ceo Enzo Donald Mularoni in un discorso del novembre 2010: obiettivo pienamente raggiunto.

Il padiglione di San Marino era ospitato all'interno del Joint Pavillon, dedicato alla Comunità dei Piccoli Paesi: la soluzione espositiva offerta prevedeva uno spazio predefinito, la cui facciata esterna era solo parzialmente modificabile con i colori e il nome del Paese; gli interni, invece, potevano essere arredati e organizzati a piacimento dallo Stato. Nei 184 giorni di apertura ha registrato circa 1.654.000 spettatori, con una media di 9000 persone al

girono. Il tema del padiglione, articolazione originale di *“Better City, Better Life”*, era *“la Città Stato”*, di cui San Marino rappresenta un esempio unico al mondo. L’idea espositiva e il concept del padiglione sono state oggetto di un Concorso di Idee: il 28 aprile 2008 ha vinto il progetto *“Res-Pubblica”* dell’architetto Davide Giovagnoli per AMStudio. Dunque, il contenitore architettonico scelto per veicolare i messaggi di libertà, indipendenza, tolleranza e neutralità tanto cari alla Repubblica è stato quello del tempio a pianta centrale: intorno all’atrio principale, al cui centro era posta una riproduzione della Statua della Libertà, si sviluppavano, come 9 petali di una stessa corolla a simboleggiare i 9 Castelli, le altre sale espositive.

San Marino, riproponendo la stessa struttura organizzativa di Shanghai, partecipa *all’Expo Milano 2015* attualmente in corso: si è deciso di declinare il tema generale dell’Esposizione, *“Nutrire il Pianeta, Energia per la vita”*, attraverso lo slogan *“Small enough to be big- Abbastanza piccolo da essere grande”*: nel viaggio attraverso i sapori e saperi del mondo, la repubblica di San Marino si inserisce presentando il suo territorio, che, per quanto “piccolo”, ha saputo valorizzare la propria tradizione enogastronomica elevando il cibo a linguaggio, cultura ed espressione dell’identità di un popolo. La Repubblica ha fatto della sua piccolezza un vantaggio, grazie all’elevato standard qualitativo delle sei filiere agroalimentari riunite nel Consorzio Terra di San Marino: olio, vino, miele, grano, carni e formaggi. Il concept del Padiglione, inserito all’interno del Cluster bio-Mediterraneo, si struttura intorno alla cellula primaria della comunità sammarinese: una famiglia felicemente riunita attorno ad una tavola imbandita. *“Abbiamo apparecchiato per farti sentire a casa”*: San Marino stesso si propone come una grande tavolata dove i prodotti sono sicuri, certificati, tracciabili e a km 0. La tavola, posta significativamente al centro dello spazio espositivo, racconta una storia di affetti, cibo, vino; rappresenta una comunità che affronta nuove sfide riscoprendo i valori della tavola e le tradizioni culinarie.

Capitolo 5: ***Turismo, Cultura e Sport***

Il settore turistico si sviluppa a San Marino a partire dagli anni ’60, in concomitanza con il boom degli arrivi sulla Riviera romagnola e il rientro in patria di molti emigranti sammarinesi.

Il direttore del Dipartimento Turismo e Cultura, Vito Testaj fa notare in un’intervista che è proprio in quegli anni che nasce «il prodotto di base dell’industria turistica sammarinese»: la gita alla Città di San Marino, della durata di 8 ore con partenza in pullman dagli hotel di Rimini. Questa gita è il frutto di convenzioni tra l’Ufficio del Turismo sammarinese e le associazioni riminesi degli albergatori e si incentra sulla visita alle bellezze artistiche

sammarinesi: la Basilica del Santo, la Porta e la Chiesa di San Francesco, le Tre Torri, il Museo di Stato. Sino agli anni '80, quindi, il turismo sammarinese si configura come “turismo mordi e fuggi”: prevalentemente giornaliero, necessitava di molti negozi e ristoranti, guide turistiche, manutenzione continua a siti storici e a musei, a fronte di un numero molto esiguo di strutture ricettive.

E' nei primi anni '90 che l'offerta turistica sammarinese inizia a diversificarsi: lo scopo politico del Dipartimento Turismo e Cultura diventa quello di attrarre visitatori dalla Riviera per più giorni di seguito. Per raggiungere questo obiettivo si concepiscono e si sviluppano, nel corso degli anni, una serie di eventi di lunghezza variabile (da un week end a due settimane) e molto eterogenei nella tipologia: si va dalla rievocazione storica (le *Giornate Medioevali*), alla musica (il *Concorso Pianistico Internazionale*), al cinema (il *San Marino Film Festival*), allo sport (il *Gran Premio di San Marino e della Riviera di Rimini*). Questi eventi si confermano ormai appuntamenti fissi anno dopo anno, in un'ottica di fidelizzazione del turista: questo ha permesso di allungare la durata media delle permanenze e ha fornito lo slancio per lo sviluppo delle strutture ricettive, che sono passate dalle 3 del 1970 alle 19 del 2014 e si sono progressivamente organizzate per soddisfare target di clientela diversificati: dal bed and breakfast all'agriturismo, sino alle Spa extralusso.

Particolare interesse rivestono le competizioni sportive: grazie all'impegno del *Comitato Olimpico Nazionale Sammarinese*, San Marino ha ideato nel 1985 i *Giochi dei Piccoli Stati d'Europa*, che torneranno ad avere sede in Repubblica per la terza volta nel 2017.

Gran parte dell'attività di promozione turistica è svolta dall'*Ufficio del Turismo* e dalla sua sezione distaccata, l'Ufficio Informazioni Turistiche. Il mezzo principale utilizzato è il sito internet ufficiale, www.visitsanmarino.com: infatti, le informazioni reperibili sulla pocket guide cartacea “Info” e sulle varie brochure ricalcano, riassumono e tematizzano contenuti già presenti sul sito. A completamento delle informazioni sullo spazio web, *Visit San Marino* è anche un'applicazione per smartphone.

Capitolo 6: ***Economia e imprese***

San Marino è caratterizzato da un'economia basata sulla piccola e media industria; ha un turismo fiorente, un comparto agricolo che offre prodotti di alta qualità e genuinità e un articolato settore bancario e finanziario. Analogamente a quanto avvenuto in molti Paesi, nel corso del triennio 2011/2013 l'economia sammarinese ha registrato una generale contrazione dei principali indicatori; tuttavia, analizzando PIL, mercato del lavoro e numero delle attività economiche, emerge una flessione comunque inferiore rispetto alla congiuntura internazionale e agli stessi dati italiani [Segreteria di Stato affari Esteri, 2014].

Va considerato come la percentuale delle imprese che intrattiene rapporti commerciali con Paesi esteri diversi dall'Italia non sia particolarmente elevata (28% secondo i dati raccolti dalla Camera di Commercio nel settembre 2013). Sono soprattutto le imprese più grandi e affermate a poter rivolgersi all'estero: l'82% di quelle che commerciano all'estero contano infatti più di 50 dipendenti. Nel 2012 le importazioni dall'Italia erano pari all'81,3% sul totale; per quanto riguarda le importazioni da altri Paesi (il restante 18,7%), le più consistenti provenivano da Stati membri dell'Unione Europea, come Paesi Bassi (2,91%), Germania (1,64%) e Francia (0,89%); in buona misura anche dalla Cina (2,84%). Sempre nel 2012, l'11% sul totale delle esportazioni era rivolto a Paesi diversi dall'Italia: le più cospicue (1,61%) riguardavano la Russia, interessata soprattutto ad acquistare dalla piccola Repubblica abbigliamento e calzature e la Svizzera (0,87%); a seguire i Paesi dell'UE, tra cui Francia (0,68%) e Germania (0,61%) [Camera di Commercio, 2013].

Da un'intervista da noi svolta al direttore Ufficio Produzione e Qualità per l'Estero della Camera di Commercio di San Marino, Evelina Guglielmi e al responsabile dell'Ufficio Acquisti e vendite dello stesso ente, Massimo Zani, è emerso come i settori di punta dell'esportazione sammarinese siano quello dell'edilizia e delle costruzioni (componenti d'arredo, pavimentazioni, design domestico e domotica, specialmente verso l'Italia), quello chimico-farmaceutico e dell'attrezzatura ospedaliera (verso Italia e Svizzera), il comparto componentistica, meccanica ed elettronica (verso Italia e Germania), il settore alimentare e il packaging. Se consideriamo i trend futuri, il 57% delle aziende che commerciano con l'estero ritengono (secondo i dati raccolti dalla Camera di Commercio nel 2014) che il proprio fatturato aumenterà nei prossimi anni; da parte degli operatori, afferma la dott.ssa Guglielmi, vi è un interesse crescente ad approfondire i rapporti commerciali con la Cina («per intraprendere i quali», dice, «sono ancora necessari investimenti così elevati da essere insostenibili per imprese di piccole e medie dimensioni»), con il Medio Oriente e il Nord Africa.

Lo status di *impresa Start Up ad alta tecnologia* ha una durata massima di 5 anni, che si computano dal rilascio della licenza. Il contratto di incubazione viene sottoscritto con l'ente incubatore d'impresa, il Parco Scientifico e Tecnologico; è destinato a soggetti che dimostrino di avere un'idea innovativa di prodotto, servizio, processo, tecnologia, organizzazione o modello di business. Il contratto di incubazione conferisce all'impresa il diritto di procedere ad assunzioni a condizioni agevolate. Sono previsti incentivi fiscali per i privati investitori e per le persone giuridiche, che investono nelle Start Up ad alta tecnologia. Le Start Up, sottoscrivendo il contratto di incubazione con l'Incubatore di impresa, hanno permesso l'avvio del progetto del Parco Scientifico e Tecnologico, di cui l'Incubatore è l'ente che coordina e gestisce le attività. Il Parco, chiamato anche Techno Science Park, è un sistema di piccole imprese hi-tech e relativi laboratori di ricerca ubicati tutti nel medesimo

luogo fisico, a Falciano di Serravalle, su un'area complessiva di 600 metri quadri e costituita di 13 moduli, con vari locali da una a quattro postazioni e aree comuni. Le 10 Start Up che per ora ne fanno parte (Tarasoft, Oricom Tech Europe, SignED, Comparyson, Easy To Do-Easy To Send, Titeck, MGM, New Evo, Funny Game e Centrodomotica) operano tutte nel campo del digitale: progettano software, applicazioni per smartphone, servizi per il web marketing, tecnologie elettroniche applicate a calzature o spazi abitativi. Il Parco permette alle Start Up che ne fanno parte di sviluppare in sinergia il know how necessario ad affermarsi in modo competitivo sul mercato nazionale e internazionale, attrarre investimenti pubblici e privati, disporre di contatti con Università e centri di ricerca italiani, con le imprese dei Parchi Tecnologici italiani e in generale con le imprese d'eccellenza nei settori della comunicazione, della grafica e del marketing digitale. La struttura del Parco permette di fare rete, unendo i contributi di professionalità diverse, ma sempre dinamiche e creative [<http://www.smtechnosciencepark.sm/>].

Particolarmente attiva nella promozione economica della Repubblica, tramite le proprie funzioni e attività di comunicazione, è la **Camera di Commercio**: fornisce alle imprese un supporto più pratico e operativo rispetto alla Segreteria di Stato all'Industria, all'Artigianato e al Commercio; promuove e rappresenta gli interessi generali degli imprenditori attraverso l'erogazione di una vasta gamma di servizi mirati, che spaziano dalla promozione dell'imprenditoria all'estero, alla formazione per l'internazionalizzazione, alla creazione di nuova imprenditoria giovanile, alla tenuta di albi, registri e certificati, fino alla produzione di statistiche economiche. Lo staff dell'ente è costituito da un gruppo di professionisti giovani e dinamici, attenti ai processi di innovazione e digitalizzazione e consci dell'importanza di una comunicazione esterna capillare e multidimensionale: dalla loro intuizione vincente nasce **Club Estero**, che raduna le imprese sammarinesi che lavorano sui mercati internazionali e quelle che vogliono cominciare a farlo. Le imprese membri sono ovviamente tra quelle che esportano di più: si va dall'arredamento (Colombini Group), alle pavimentazioni (Ali Parquets) ai laminati (Alutitan e Alluminio Sammarinese), alla vendita di vernici (Colorificio Sammarinese), fino ai tour operator (Podium e Prima Tour), alle ditte di imballaggi (Robopac) e alle aziende farmaceutiche (Pharmaluce). Tra le grandi imprese che esportano all'estero, pur non essendo membri del Club estero, vanno segnalate Ceramiche del Conca, con filiali in Italia e negli Stati Uniti e punti vendita in Cina e negli Emirati Arabi oltre che in Europa e in nord America, e Sit Group con sedi a San Marino e in Italia.

Capitolo 7

Economia e finanza

Sino al 2007, i punti di forza del sistema finanziario sammarinese erano l'imposizione fiscale bassa (pari al 17%), la riservatezza e la vigilanza della Banca Centrale. Inoltre le persone fisiche residenti nella Repubblica e le persone giuridiche con sede legale sul territorio non erano soggette al pagamento del capital gain: in sostanza, il guadagno in conto capitale, costituito dalla differenza tra il prezzo di vendita e quello di acquisto degli strumenti finanziari, non era tassato [Arroi, 2014]. La riservatezza coincideva di fatto con il segreto bancario: qualunque soggetto, cittadino o straniero, poteva immettere capitali presso gli istituti di credito sammarinesi, poiché i suoi dati sensibili non potevano essere comunicati alle autorità di controllo. Così, il sistema finanziario del Titano, come denunciano molte testate giornalistiche italiane ed europee, ha finito per nascondere per lunghi anni evasioni fiscali, residenze fittizie, frodi e riciclaggio di denaro da parte di organizzazioni criminali; ciò ha spinto il Governo italiano a includere San Marino nella *black list* italiana, ovvero nell'elenco dei Paesi a fiscalità privilegiata (i cosiddetti "Paradisi fiscali") di cui all'art. 1 del Decreto del Ministero delle Finanze del 4 maggio 1999, "Individuazione di Stati e territori aventi un regime fiscale privilegiato" [Marchetti, 2014].

Al sopradetto Decreto ministeriale si è aggiunto il Decreto legge n. 40 del 25 marzo 2010, che ha disposto l'obbligo delle cosiddette "comunicazioni black list". Tale Decreto, conosciuto anche come "Decreto incentivi", aveva lo scopo di contrastare le frodi fiscali operate tramite società fittizie: sanciva infatti che tutti i soggetti passivi di Iva italiani che effettuassero operazioni rilevanti ai fini del tributo con operatori economici avente sede, residenza o domicilio negli Stati in *black list* dovessero comunicare all'Agenzia delle Entrate i dati relativi a cessioni, acquisti di beni e prestazioni di servizi resi. La cadenza era mensile se le transazioni effettuate superavano i 50.000 euro, oppure trimestrale se inferiori a tale soglia [ibidem]. Tali comunicazioni obbligatorie comportavano un onere molto elevato per gli operatori economici italiani e ostacolavano l'interscambio tra i due Paesi: ciò ha ulteriormente esacerbato le già difficili condizioni in cui, specialmente dall'inizio della crisi economica globale, avevano cominciato a trovarsi le imprese sammarinesi, la cui sopravvivenza dipendeva in larga parte dalle importazioni ed esportazioni da e verso l'Italia. Per effetto della crisi e delle incombenze burocratiche derivanti dall'inclusione nella *black list*, nel biennio 2009-2011 556 imprese sammarinesi sono state costrette alla chiusura.

L'uscita dalla *black list* italiana è un risultato che ha coinvolto l'intero sistema Paese e si è avvalsa di un continuo confronto con gli organismi internazionali: i primi riconoscimenti degli sforzi compiuti da San Marino nell'ambito della trasparenza e dello scambio di informazioni in materia fiscale sono infatti venuti dall'Organizzazione per la Cooperazione e

lo Sviluppo Economico (OCSE). A partire dall'aprile 2009, infatti, San Marino ha iniziato a sottoscrivere con gli Stati membri dell'OCSE un numero significativo di Accordi sullo Scambio di Informazioni (TIEA), che hanno fatto progressivamente decadere le previgenti norme sul segreto bancario, e un altrettanto cospicuo numero di Convenzioni per l'Eliminazione della Doppia Imposizione Fiscale (DTA). A seguito della ratifica di 12 TIEA e DTA con altrettanti Paesi OCSE, secondo gli standard fissati dall'organizzazione, il 23 settembre 2009 la Repubblica è stata espunta dalla *lista grigia* (quella riservata ai “paradisi fiscali”) e iscritta nella *white list* dell'OCSE [Segreteria di Stato affari esteri, 2014].

I citati riconoscimenti in ambito internazionale hanno costituito le basi per il rilancio delle relazioni bilaterali in materia fiscale ed economica con l'Italia. Infatti una Convenzione per l'eliminazione delle doppie imposizioni sul reddito e il patrimonio, firmata a Roma il 21 marzo 2002, ma mai ratificata dal Parlamento italiano, è entrata in vigore il 3 ottobre 2013: con tale atto si ammettevano di fatto i risultati conseguiti da San Marino in termini di reputazione e trasparenza. La ratifica della Convenzione contro le doppie imposizioni ha permesso che il 12 febbraio 2014 venisse emanato, da parte del Ministro dell'Economia e delle Finanze italiano Fabrizio Saccomanni, il Decreto che ha ufficialmente sancito l'espunzione di San Marino dalla *black list* italiana, pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 45 del 24 febbraio 2014. Sebbene non siano ancora disponibili, per l'anno in corso, statistiche ufficiali che possano valutare concretamente gli effetti dell'espunzione dalla *black list*, la rilevanza data sui media sammarinesi a quest'avvenimento è stata molto ampia, come testimoniano i numerosi comunicati stampa, gli interventi pubblici da parte di rappresentanti delle istituzioni e gli articoli riportati dai principali quotidiani online della Repubblica, da www.smtvsanmarino.sm alla testata economica www.sanmarinofixing.com. Anche la stampa italiana, in particolare quella specializzata, come il Sole 24 Ore, ha seguito la vicenda con relativo interesse [Costa, 2014].

Dando un'interpretazione unitaria di tutti i materiali pubblicati sul tema, sembra che il Paese stia ritrovando una certa dose di fiducia; non è azzardato affermare, con Marchetti [2014], che i risultati di trasparenza e credibilità fin qui raggiunti, unitamente alle condizioni imprenditoriali e normative che si stanno creando per l'uscita dalla crisi economica, contribuiranno a ripristinare completamente l'immagine di San Marino come luogo d'elezione per fare impresa. Non più paradiso fiscale dedito alla tutela del segreto bancario, ma piccolo Stato capace di garantire, anche in virtù di un'aliquota fiscale per le persone giuridiche ancora appetibile rispetto alla media europea, condizioni vantaggiose e trasparenti per gli investitori stranieri.

CONCLUSIONE

Dopo aver illustrato le attività realizzate dalle istituzioni che ne costituiscono i sottosistemi, appare opportuno fare alcune considerazioni sulla rappresentazione complessiva del Sistema Paese San Marino sui vari testi mediali analizzati, in particolare i siti web.

Al giorno d'oggi, non appena si esce dalla dimensione locale è comune percezione degli individui che “esiste solo ciò che accede”, ovvero ciò che riesce ad ottenere uno spazio sui mezzi di comunicazione [Rifkin, 2000]. Per diversi decenni, la soluzione di San Marino a questo “dilemma dell'accesso” è stata in buona sostanza affidarsi alla rappresentazione che ne davano i media italiani, a partire dai giornali locali dell'area romagnola.

Negli ultimi dieci anni, però, sia la classe politica che i funzionari pubblici sammarinesi si sono resi sempre più conto della necessità, per San Marino, di non accontentarsi più dell'immagine del Paese sporadicamente proposta dai media italiani, ma di far sentire direttamente la propria voce: essere presenti sui media, infatti, è l'unico modo per raggiungere pubblici geograficamente e ideologicamente estranei alla realtà locale ed esprimere non più solo all'interno dei propri confini territoriali, ma anche universalmente, quei valori di libertà, indipendenza e neutralità che definiscono l'assoluta unicità del microstato nel panorama mondiale.

Per aumentare la visibilità dello Stato e trasmetterne all'esterno l'identità, le istituzioni pubbliche hanno iniziato a porre in essere una vasta gamma di iniziative ed eventi che coinvolgessero vari settori del Sistema Paese: la pubblica amministrazione si è evoluta, grazie a un percorso di trasparenza e sussidiarietà; la presenza e l'attività del Paese nelle organizzazioni internazionali è aumentata, e ciò ha reso possibile il processo, ancora in corso, di integrazione europea; il “turismo del week end” si è tramutato in “turismo degli eventi”; l'incubatore di impresa ha permesso alle start up sammarinesi di fare rete con i Parchi Scientifici e Tecnologici italiani; la partecipazione di San Marino agli eventi sportivi internazionali si è fatta più sistematica, fino all'ideazione, tutta sammarinese, delle Olimpiadi dei Piccoli Stati. Alla progettazione di queste attività, tra cui è doveroso includere anche le recenti partecipazioni di San Marino alle Esposizioni Universali di Shanghai e Milano, nonché alla prima edizione dei Giochi Europei di Baku 2015, sono corrisposti piani di comunicazione che permettessero di acquisire rilevanza sui media.

In un contesto come quello sammarinese, geograficamente collocato nel blocco dei Paesi occidentali e tecnologicamente avanzati, caratterizzato da benessere economico diffuso, connessione veloce in quasi ogni abitazione o ufficio e alfabetizzazione digitale mediamente alta, internet è sicuramente il medium a cui l'accesso è più agevole. Inoltre, essendo ancora assente una regolamentazione sistematica della rete, è possibile, per una grande varietà di soggetti, pubblicare contenuti online a basso costo, diffonderli in ogni parte del mondo senza

filtri e selezioni significative da parte dei gatekeepers e presentarli a un pubblico vasto ed estremamente diversificato al suo interno [Bordieu, 1983; Barzilai-Nahon, 2008].

Per tutti questi motivi internet è il medium maggiormente utilizzato nella comunicazione istituzionale della Repubblica di San Marino, e i siti internet ufficiali sono programmaticamente concepiti per essere il primo e principale canale di dialogo tra enti pubblici e utenti, siano essi cittadini sammarinesi o stranieri curiosi alla ricerca di informazioni. Anche quando le medesime istituzioni producono testi mediali ulteriori al sito internet, con caratteristiche e target diversi (guide, brochure, cataloghi e opuscoli a supporto cartaceo, documenti aperti alla consultazione pubblica solo nella forma tradizionale presso le sedi istituzionali, oppure applicazioni per smartphone, il cui utilizzo è subordinato al possesso di specifici devices tecnologici), essi sono sempre concepiti come ancillari al sito internet, rimandano ad esso e ne riproducono una selezione più o meno ampia di informazioni.

Se internet pone un problema, è quello della salienza: il contenuto della comunicazione, una volta ottenuto l'accesso alla "piazza virtuale" del web, deve riuscire a imporsi all'attenzione del pubblico distinguendosi tra migliaia di altri discorsi. Affinché ciò avvenga, i testi pensati per il web devono essere immediatamente riconoscibili. Nel caso sammarinese notiamo come ciascuna istituzione abbia prodotto, tramite i suoi responsabili di comunicazione, un proprio sito web la cui ufficialità è facilmente identificabile e al contempo risulta moderatamente originale e adatto a soddisfare esigenze operative specifiche; tuttavia, è evidente l'impegno comune profuso affinché ogni testo mediale sia anche riconducibile agli altri prodotti comunicativi di cui si compone il brand-Paese. Ne segue che gran parte dei siti internet degli enti pubblici che abbiamo analizzato presentano stili grafici, registri linguistici, criteri di posizionamento e selezione dei link interni ed esterni, scelte cromatiche, modalità di organizzazione dei contenuti e soluzioni per la navigazione rapida tendenzialmente simili; anche guardando alle modalità di fruizione e alle possibilità di interazione per l'utente, non si riscontrano macroscopiche differenze. Più di ogni altro elemento è lo stemma della Repubblica, posto sempre in alto a sinistra, che permette immediatamente al fruitore di identificare il sito che sta navigando come ufficiale e appartenente alla rete dei siti delle istituzioni pubbliche di San Marino.

Esistono tuttavia alcune eccezioni di siti istituzionali che esprimono scelte comunicative sensibilmente diverse: è il caso di www.visitsanmarino.com, gestito dall'Ufficio del Turismo. Già il nome di dominio del sito, .com (storicamente dedicato ai siti web a vocazione commerciale e a carattere internazionale) appare in discontinuità con gli altri siti istituzionali, che presentano il nome di dominio .sm, a marcare l'identità sammarinese. Questo spazio web, come abbiamo visto, si presenta all'utenza con un logo proprio al posto dello stemma, ha una struttura originale, più snella, multimediale e interattiva e i colori

prevalenti non sono quelli nazionali; il registro comunicativo è più informale, per rendersi appetibile ai visitatori. Anche la funzione pragmatica, che Martelli [2002] inserisce nella dimensione persuasiva di analisi dei siti internet, è svolta qui in modo più efficace, grazie all'integrazione dell'offerta informativa con i servizi di prenotazione in strutture ricettive e di "Filo Diretto" col turista. Le scelte operate dall'Ufficio del Turismo rispondono all'esigenza di attrarre il pubblico generalista, e spesso straniero, alla scoperta del piccolo Stato, così che alla "visita virtuale" operata online segua un pernottamento nelle strutture ricettive; gli altri siti istituzionali, invece, appaiono meno frequentati da turisti e più da cittadini sammarinesi, residenti e professionisti, perciò il loro scopo principale non è la persuasione o l'informazione, ma la semplificazione amministrativa.

Allo stesso modo, il sito ufficiale della Camera di Commercio della Repubblica di San Marino, www.cc.sm, presenta caratteri di specificità: a sottolineare la maggiore autonomia della Camera di Commercio dall'apparato statale propriamente detto (la Camera è una società per azioni a capitale misto, pubblico e privato), nell'intestazione vengono apposti sia lo stemma della Repubblica, sia il logo originale dell'ente. Per quanto riguarda colori e scelte grafiche si cercano di armonizzare le scelte operate dalla maggioranza degli uffici pubblici (bicromatismo bianco/azzurro, menu a tendina, link esterni posizionati in basso) con soluzioni più attente alle pratiche di fruizione del testo (pensiamo alle aree tematiche, che permettono di personalizzare considerevolmente la fruizione e consentono la targettizzazione del pubblico per topic).

Il sito internet www.sanmarinoexpo.com rappresenta un caso a sé stante: non si tratta del sito di un'istituzione, ma di uno spazio web destinato a promuovere la partecipazione di San Marino a quel grande evento. La scelta di questo canale comunicativo è peraltro perfettamente in linea con le scelte degli organizzatori italiani di Expo Milano: una parte fondamentale dell'attività comunicativa dell'Esposizione Universale milanese è svolta proprio dal sito internet dell'evento, www.expo2015.org. Il Commissariato Generale di San Marino per l'Expo non ha un proprio sito, ma delega ufficialmente ad un'azienda privata, Fotonica S.r.l., le attività di comunicazione online legate ad ogni edizione dell'Esposizione a cui lo Stato partecipa. Anche se l'indirizzo dello spazio web rimane lo stesso, le sue caratteristiche e i suoi contenuti vengono aggiornati e cambiano in funzione del tema e della sede che di volta in volta ospita un'edizione dell'Esposizione Universale che veda la partecipazione di San Marino.

Per quanto riguarda i siti internet non si viene mai meno ad una logica strategica di coordinamento generale delle attività di comunicazione, orientata alla rappresentazione omogenea del Paese come un prodotto identificato dal suo stemma, dai suoi colori o dai suoi simboli; invece, la gestione dei profili istituzionali sui social network appare lasciata alle libere scelte dei comparti comunicazione di ciascun ente. Di conseguenza la disomogeneità

tra gli enti in questo ambito diventa consistente: le Segreterie di Stato agli affari Interni e agli affari Esteri non sono nemmeno presenti sulle piattaforme social, mentre l'Ufficio del Turismo e il CONS, anche per necessità chiaramente legate alle rispettive deleghe, dispongono di profili su un buon numero di piattaforme social. Anche quando disponibili all'utenza, i profili social risultano nella maggioranza dei casi poco attivi, gestiti in modo estemporaneo e generalmente sottoutilizzati nelle loro potenzialità comunicative. Particolarmente carente, nonostante i tentativi compiuti da alcuni uffici pubblici, è l'aspetto dell'interattività, che dovrebbe costituire il punto di forza di questi media. Spesso, inoltre, le piattaforme social sono collegate al sito istituzionale, riproponendone i contenuti. Eppure, un uso più consapevole, integrato e attento alla selezione dei contenuti e alle pratiche d'uso dei social network da parte di tutte le Amministrazioni permetterebbe un rafforzamento considerevole dell'immagine di San Marino nei confronti dei pubblici stranieri. I social network infatti, tramite i meccanismi del passaparola, dei gruppi di discussione intorno a topic, dei tweet o delle chat aggregano e avvicinano le persone, costituendo il canale privilegiato per stabilire relazioni sociali informali simili a quelle che avvengono, offline, nelle realtà locali [De Blasio, 2014].

A completamento di questo lavoro, appare opportuno riservare qualche considerazione al sito internet www.sanmarino.sm. Come già si può notare dal nome di dominio e dall'URL scelto, lo scopo di questo sito web è quello di riunire in un'unica piattaforma virtuale tutte le istituzioni pubbliche e gli enti pubblici, a partecipazione pubblica, o svolgenti funzioni pubbliche del Paese. Questo sito ufficiale rappresenta la tappa finale di quel processo di digitalizzazione perseguito dai singoli enti in seguito alla riforma delle P.A.: il primo passaggio è stato, per ognuno, aprire e rendere operativo il proprio sito internet; a ciò è seguito un processo di omogeneizzazione nella disposizione dei temi e dei contenuti nei vari spazi web ufficiali, senza perdere la specificità dei servizi offerti. Questo spazio web rappresenta dunque l'ultimo e il più significativo passo finora attuato dagli organismi istituzionali di San Marino per comunicare in modo integrato, attraverso un unico e onnicomprensivo canale, il proprio Sistema Paese in modo organico, ricomponendo le varie funzioni e attività dello Stato; non solo il suo progetto, ma anche la sua stessa realizzazione pratica è il risultato dell'impegno congiunto di diversi enti e professionalità pubbliche.

Il portale è stato pubblicato per deliberazione del Congresso di Stato con lo scopo espresso di "offrire dati, documenti e notizie da fonte certa, ufficiale, accreditata e attendibile sia ai cittadini sammarinesi, residenti in territorio sammarinese e all'estero, sia a chiunque nel mondo voglia ottenere informazioni basilari sulla Repubblica di San Marino, in tutte le sue articolazioni: istituzionali, produttive, sociali, culturali, ambientali, storiche" [<http://www.sanmarino.sm/>]. La responsabilità per la gestione delle tecnologie e la ricerca dei finanziamenti necessari è affidata all'Ufficio Informatica, Tecnologia e Statistica, mentre

il piano e l'organizzazione dei contenuti e l'aggiornamento delle informazioni pubblicate nel portale è affidato al Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale, Unità Organizzativa creata ad hoc e dipendente dal Dipartimento Affari Istituzionali e Giustizia. Il portale è aperto dal 17 maggio 2013; i suoi contenuti, tuttavia, hanno subito un progressivo allargamento alle varie componenti del Sistema Paese che si è protratto per tutto il 2014, fino al raggiungimento della versione attuale, quella definitiva. Il prodotto è pensato in modo che la sua grafica e funzionalità si pongano in continuità con la maggior parte dei siti dell'amministrazione pubblica sammarinese già esistenti.

Il sito, disponibile in italiano e inglese, si presenta nell'intestazione dell'homepage con lo stemma della Repubblica e con la dicitura "portale ufficiale della Repubblica di San Marino" in lettere maiuscole; subito sotto, una veduta della Torre Guaita si accompagna allo slogan "San Marino, una testimonianza di libertà". Questi elementi, insieme alla fotogallery e al marchio di riconoscimento di Patrimonio dell'Umanità Unesco, costituiscono la "copertina ideale" ai sottosistemi del Sistema Paese elencati nel menù posizionato a sinistra. La sezione "San Marino" riguarda la storia, le informazioni turistiche e i dati economici del Paese; la sezione "Istituzioni" riunisce gli organi che si occupano dei poteri legislativo, esecutivo e giudiziario, la sezione "Pubblica Amministrazione" descrive la divisione in Dipartimenti e Uffici, rimandando ai siti delle singole Unità Operative per l'espletamento delle relative pratiche. Ciascun elemento del Sistema Paese contribuisce a rafforzare il senso di identità ("testimonianza di libertà") espresso all'apertura dell'homepage: perciò, possiamo dire che si tratta dell'operazione di branding della Repubblica di San Marino più riuscita finora.

Certo, la visibilità di cui il piccolo Stato beneficia sul web è ancora limitata, e le istituzioni pubbliche hanno ancora molto da lavorare in termini di rilevanza, uso efficace delle potenzialità del mezzo e risonanza su altri media; ma l'intuizione di fare breccia nell'opinione pubblica internazionale a partire da Internet è lodevole. Lo stemma, lo slogan, lo stesso indirizzo del portale www.sanmarino.sm rappresentano il marchio con il quale San Marino intende, d'ora in avanti, presentarsi al mondo.

BIBLIOGRAFIA COMPLETA

A.A.V.V., [2014], *Practical Guide of San Marino*, L'Agenda Edizioni, San Marino

A.A.V.V., [2014], *San Marino è. Guida alla Repubblica e allo shopping*, Avalon, San Marino

A San Marino la cassaforte della 'ndrangheta. Conti bancari per riciclare i soldi della droga, [2011], articolo pubblicato da "Il Fatto Quotidiano" il 29 luglio e disponibile online all'indirizzo <http://www.ilfattoquotidiano.it/2011/07/29/a-san-marino-la-cassaforte-della-ndrangheta-conti-bancari-per-riciclare-i-soldi-della-droga/148619/>, verificato il 29/05/2015

Accordo d'associazione con l'Unione Europea: opportunità o rischio? [2015], articolo pubblicato online sul blog del Movimento Rete il 9 febbraio. Consultabile all'indirizzo: <http://www.movimentorete.org/2015/02/accordo-dassociazione-con-lunione-europea-opportunita-o-rischio/#sthash.eoRtPnfc.dpuf>, verificato il 29/05/2015

AEBISCHER, P., [1974], *Vita Sancti Marini. Testo del manoscritto F. III. 16 della Biblioteca Nazionale di Torino*, Biblioteca di Stato di San Marino, San Marino.

ALFANO, M., [2011], *La ripicca di San Marino, più tasse agli italiani*, articolo pubblicato da "Il Giornale" il 29 gennaio e citato all'indirizzo http://www.cdls.sm/index.php?option=com_content&view=article&id=5396:la-ripicca-di-san-marino-contro-i-lavoratori-frontalieri&catid=5:san-marino-news&Itemid=43, verificato il 29/05/2015

ARENA, G. [1995], *La comunicazione di interesse generale*, Il Mulino, Bologna
-[2001a], (a cura di), *La funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni*, Maggioli Editore, Rimini
-[2001b], *La funzione pubblica di comunicazione*, in "La funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni", a cura di G. Arena, Maggioli Editore, Rimini

ARENA, G., e IAIONE, C., [2012], (a cura di), *L'Italia dei beni comuni*, Carocci, Roma.

Armi, in gendarmeria 100 richieste di acquisto Per portarsi a casa una pistola, servono 10 giorni, [2011], articolo pubblicato il 6 settembre dal quotidiano "San Marino Oggi" e reso disponibile online lo stesso giorno dalla testata online www.giornalesm.com all'indirizzo <http://giornalesm.com/san-marino-oggi-armi-in-gendarmeria-100-richieste-di-acquisto-per-portarsi-a-casa-una-pistola-servono-10-giorni/>, verificato il 29/05/2015

ARRINGUS GENERALIS [1352], *Leges Statutae Sancti Marini*, disponibile in versione sia originale che tradotta presso l'Archivio Leggi del Consiglio Grande e Generale di Palazzo Pubblico, San Marino. Disponibile anche online all'indirizzo <http://www.consigliograndeegenerale.sm/on-line/home/archivio-leggi-decreti-e-regolamenti/scheda17009068.html>, verificato il 28/05/2015

ARROI, C., [2014], *Fuori dalla black list, San Marino tenta l'uscita dalla crisi*, articolo pubblicato dalla testa online "L'Indro" il 7 agosto e disponibile all'indirizzo <http://www.lindro.it/0-economia/2014-08-07/137329-fuori-dalla-black-list-san-marino-tenta-luscita-dalla-crisi/>, verificato il 29/05/2015

ASSOCIAZIONE PARCHI SCIENTIFICI E TECNOLOGICI ITALIANI, (a cura di) [2012], *Il parco scientifico-tecnologico San Marino-Italia*, report L8, pubblicato il 31 luglio e disponibile online all'indirizzo http://www.riminiventure.it/documents/quaderni/L8_Innovazione_vol3.pdf, verificato il 29/05/2015

Avanti con la racconta differenziata. Le associazioni ambientaliste: "c'è tanto da fare muoviamoci", [2015], articolo pubblicato su "Il Corriere di Romagna" l'8 aprile

AZZARITI, G. [2001], *Introduzione. La comunicazione come funzione*, in "La funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni", a cura di G. Arena, Maggioli Editore, Rimini

BALDUCCI, D., MAFFEIS, e VALENTINI, A., [2007], *Operazioni e investimenti a San Marino*, Milano, Fag Edizioni.

BALSIMELLI, F. [1943], *Gli Statuti di San Marino del 1352-1353, con aggiunte e riforme dal 1356 al 1488*, San Marino.

- [1966], *Elementi di diritto pubblico sammarinese*, San Marino.

BARNES, J.A., [1954], *Class and committees in a Norwegian island parish*, in "Human Relations", 7, Sage, Londra.

BARTOLUCCI, G., [2012], *Vendita armi: San Marino si adegua alle normative europee*, articolo pubblicato il 4 agosto sulla testata online "San Marino RTV" e disponibile all'indirizzo <http://www.smtvsanmarino.sm/politica/2012/08/04/vendita-armi-san-marino-si-adequa-alle-normative-europee>, verificato il 29/05/2015

BARZILAI-NAHON, K., [2008], *Toward a theory of network gatekeeping: a framework for exploring information control*, in "Journal of the American Society for Information Science and Technology", volume 59

BAUMAN, Z., [2014], *Futuro Liquido. Società, uomo, politica e filosofia*, AlboVersorio, Milano

BELLAMY, R., [2008], *Citizenship: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Cambridge.

BELLINAZZO, M., [2015], *Anche Monaco apre gli archivi al Fisco*, articolo pubblicato da "Il Sole 24 ore" il 3 marzo e disponibile online all'indirizzo <http://www.ilsole24ore.com/art/norme-e-tributi/2015-03-03/anche-monaco-apre-archivi-fisco-064020.shtml?uuid=AB12QH3C>, verificato il 29/05/2015

BELLOTTO ROSA, G., [2014], *Palace Hotel San Marino*, in "Master Meeting Italy's Best", n.9.

BERNARDI, S., [2014a] (a cura di), *La storia e la leggenda* in “San Marino è. Guida alla Repubblica e allo shopping”, Avalon, San Marino
- [2014b], *Le istituzioni della Repubblica* in “San Marino è. Guida alla Repubblica e allo shopping”, Avalon, San Marino

BERTI, D., [2013], *Sull'adesione alla Comunità Europea*, comunicato stampa inviato a “San Marino RTV” il 13 ottobre e pubblicato online lo stesso giorno all'indirizzo <http://www.smtvsanmarino.sm/san-marino/elezioni/referendum-2013/referendum-news/2013/10/13/daniela-berti-sull-adesione-alla-comunita-europea>, verificato il 29/05/2015

BERTI, G.L., [1997], *Il Sistema monetario e la moneta d'oro di San Marino*, Segreteria di Stato per le Finanze, San Marino.

BIAGIOLI, C., [2015], *Fucile o pistola? Entro giugno il censimento delle armi*, articolo pubblicato il 28 aprile dalla testata online “San Marino Notizie” e disponibile all'indirizzo <http://www.sanmarinonotizie.com/2015/04/28/fucile-o-pistola-entro-giugno-il-censimento-delle-armi/>, verificato il 29/05/2015

BILIOTTI, F. [2014], *San Marino punta sul turismo quale asset strategico anche per il futuro*, pubblicato da “San Marino Rtv” il 16 agosto e disponibile online all'indirizzo <http://www.smtvsanmarino.sm/economia/2014/08/16/san-marino-punta-turismo-qual-e-asset-strategico-anche-futuro>, verificato il 29/05/2015

BOBBIO, N., [1984], *Il futuro della democrazia*, Einaudi, Torino, pp.76 e ss.

BONELLI, A., [2014], *I Capitani Reggenti della repubblica di San Marino*, in “Guida Pratica di San Marino”, L'Agenda Edizioni, San Marino

BORDIEAU, P., [1983], *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna

BUREAU INTERNATIONAL DES EXPOSITIONS, [1928], *Convezione di Parigi*, art.1.

BURNAND, F., [2012], *Mega eventi sportivi, strumento di soft power*, articolo pubblicato dalla testata online “Swissinfo” il 6 agosto e disponibile all'indirizzo <http://www.swissinfo.ch/ita/mega-eventi-sportivi--strumento-del-soft-power/33238640>, verificato il 29/05/2015

CAMERA DI COMMERCIO DELLA REPUBBLICA DI SAN MARINO (a cura di), [2013], *Rapporto sull'impresa Sammarinese 2012-2013*, Studio A.G., San Marino

- [2014a] *Guida Titano. Annuario delle attività economiche*, Seven Seas, San Marino

- [2014b], *Carta dei Servizi*, aggiornata al mese di aprile, San Marino

- [2014c], *San Marino Your Business Partner*, San Marino

- [2015], *Guida Titano. Annuario delle attività economiche*, Seven Seas, San Marino

CARLI, A., (a cura di), [2012], *Elezioni a San Marino, ecco cosa prevede la Legge Elettorale*, articolo pubblicato il 6 settembre sulla testata online San Marino Fixing e disponibile all'indirizzo <http://www.sanmarinofixing.com/smfixing/fixing/archivio-fixing/8428-elezioni-a-san-marino-ecco-cosa-prevede-la-legge-elettorale.html>, verificato il 1/06/2015

- [2014], *San Marino, il Techno Science Park si apre alle start up*, articolo pubblicato il 26

maggio per la testata online San Marino Fixing e disponibile online all'indirizzo <http://www.sanmarinofixing.com/smfixing/fixing/archivio-fixing/14228-san-marino-il-techno-science-park-si-apre-alle-start-up.html>, verificato il 29/05/2015

CASALI, V., [2010], *La Repubblica di San Marino alle Esposizioni Universali*, in “Catalogo del padiglione della Repubblica di San Marino”, Commissariato Generale per l'Expo, (a cura di), San Marino.

CASTIGLIANI, M. [2012], *San Marino, prima repubblica: al voto con Democrazia cristiana e socialisti*, in “Il Fatto Quotidiano”, 16 settembre. Disponibile online all'indirizzo <http://www.ilfattoquotidiano.it/2012/09/16/san-marino-prima-repubblica-al-voto-con-democrazia-cristiana-e-socialisti/353984/>, verificato il 28/05/2015

CATTANEO, A., e ZANETTO, P., [2007], *Fare lobby. Manuale di public affairs*, Etas, Milano

COMMISSARIATO GENERALE PER L'EXPO (a cura di), [2010], *Catalogo del padiglione della Repubblica di San Marino*, San Marino
- [2011], (a cura di), *Reportage della partecipazione di San Marino all'Expo di Shanghai 2010*, Adrias, San Marino

CONGRESSO DI STATO, [2014], *Preso d'atto dell'uscita di San Marino dalla black list*, comunicato stampa del 14 febbraio

CORRADINI, D.P. e FIAMMELLI, M., [2014], *Le operazioni con San Marino. Rapporti commerciali e imposizione fiscale*, Maggioli Editore, Rimini

COSTA, G., [2014], *Paradisi fiscali: l'Italia toglie San Marino dalla «black list»*, articolo pubblicato da “Il Sole 24 ore” il 13 febbraio e disponibile online all'indirizzo <http://www.ilsole24ore.com/art/norme-e-tributi/2014-02-13/paradisi-fiscali-italia-toglie-san-marino-black-list-124232.shtml?uuid=ABHP0Kw>, verificato il 29/05/2015

CURTIN, P. A. e GAITHER, T.K., [2007], *International Public Relations*, Sage, London

D'ALBERTI, M., [2013], *Lezioni di diritto amministrativo*, Giappichelli, Torino

Da nemici ad alleati per lo sviluppo, [2014], articolo pubblicato da “Il Sole 24 ore” e disponibile online all'indirizzo <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2014-02-14/da-nemici-ad-alleati-lo-sviluppo-064424.shtml?uuid=ABdBGVw>, verificato il 29/05/2015

DE AGOSTINI, [2014] *Forza lavoro per settore terziario*, in “Atlante geografico”, disponibile all'indirizzo <http://www.deagostinigeografia.it/wing/confmondo/confronti.jsp?t=confmondo&goal=100099&title=Forza%20lavoro%20per%20settore%20terziario§ion=2&year=2014&iso=SMR&lang=it>, verificato il 29/05/2015

DE BLASIO, E., [2014], *La democrazia digitale. Una piccola introduzione*, LUISS University Press, Roma

- DI CARO, R. e RONCHETTI, N., [2011], *San Marino diventa povera*, articolo pubblicato da “L’Espresso” il 2 agosto e disponibile online all’indirizzo <http://espresso.repubblica.it/palazzo/2011/08/02/news/san-marino-diventa-povera-1.34119>, verificato il 29/05/2015
- FABBRI, P., e MARCARINO, A., [1985], *Il discorso politico*, in “Carte Semiotiche”, n.1
- FABBRI, P., e MONTANARI, F., [2004], *Per una semiotica della comunicazione strategica*, in “Rivista Italiana di Studi Semiotici”, pubblicato il 30 luglio. Scaricabile all’indirizzo http://www.ec-aiss.it/index_d.php?recordID=338, verificato il 28/05/2015
- FACCIOLI, F., [2000], *Comunicazione pubblica e cultura del servizio*, Carocci, Roma
- FERRARESI, M., [2000], *Interpretare la marca Nazione*, in M. Lombardi (a cura di), “Il dolce tuono. Marca e pubblicità nel terzo millennio”, Franco Angeli, Milano.
- FINOTTO, M., [2013], *Sport, rito e diplomazia*, in “Rivista dell’Istituto di alti studi di geopolitica”, pubblicato il 16 giugno. Disponibile on line all’indirizzo <http://www.geopolitica-rivista.org/22482/sport-rito-e-diplomazia/>, verificato il 29/05/2015
- FISICHELLA, D. [2011], *Lineamenti di scienza politica*, III edizione, Carocci editore, Roma
- FONDO MONETARIO INTERNAZIONALE, [2014], *Republic of San Marino-Staff Report for the 2014 Article IV Consultation*, pubblicato il 29 aprile e reso disponibile dalla Segreteria di Stato per le Finanze il giorno stesso, nella sua versione integrale tradotta.
- FOUCAULT, M., [1977], *Microfisica del potere*, Einaudi, Torino
- FRANCESCHI, A., [2010], *Black list, la mappa dei paradisi fiscali nel mondo*, articolo pubblicato da “Il Sole 24 ore” il 21 ottobre e disponibile online all’indirizzo <http://www.ilsole24ore.com/art/norme-e-tributi/2010-10-20/mappa-paradisi-fiscali-isolette-163056.shtml>, verificato il 29/05/2015
- FRIEDMAN, T. L., [2005], *The World is Flat*, Farrar, Straus and Giroux, New York
- GIARDI, G., [2010], *La filatelia e la numismatica sammarinese*, in “Catalogo del padiglione della Repubblica di San Marino”, Commissariato Generale per l’Expo, (a cura di), San Marino
- GIORDANO, A., [2015], *Movimenti di popolazione. Una piccola introduzione*, Luiss University Press, Roma
- GOZI, G. [1958], *La politica estera di San Marino attraverso i secoli*, San Marino.
- GRANDI, R., [2001], *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*, Roma, Carocci
- GUERRA. M., [2015], *Con il segreto bancario se ne va un pezzo della Svizzera*, in “Limes, rivista italiana di geopolitica”, n. 2

Inaugurato l'Istituto Confucio [2015], articolo pubblicato dalla testata online "San Marino Notizie" il 30 marzo. Disponibile all'indirizzo <http://www.sanmarinonotizie.com/2015/03/30/inaugurato-listituto-confucio/>, verificato il 29/05/2015

Italia e San Marino: Manganelli firma un'intesa sulla circolazione delle armi, [2011], articolo pubblicato il 4 agosto sul sito internet ufficiale della Polizia di Stato italiana e disponibile all'indirizzo <http://www.poliziadistato.it/articolo/23307/>, verificato il 29/05/2015

IVESON, K., [2007], *Publics and the Cities*, Blackweel, Oxford

JEMOLO, C., [1954], *La politica e l'amministrazione in La crisi dello Stato moderno*, Laterza, Bari

KRIPPENDORF, E., [2004] *Critica alla politica estera*, Roma, Fazi Editore

LEONFERNINI, T., [2015], *Presentazione alla cittadinanza del progetto del Padiglione sammarinese a Expo Milano 2015*, discorso del 20 aprile
- discorso di inaugurazione del Padiglione sammarinese a Expo Milano 2015, 1 maggio

LINCOLN, A. [1861], *Lettera ai Capitani Reggenti della Repubblica di San Marino*, scritta il 7 maggio

MACINA, M., [2013], *Inaugurazione "Leonardo 3- Il Mondo di leonardo"*, articolo pubblicato per la testata online "Libertas" il 14 novembre e disponibile all'indirizzo <http://www.libertas.sm/cont/news/san-marino-inaugurazione-leonardo3-il-mondo-di-leonardo/85687/1.html#.VSLHafmsWYx>, verificato il 29/05/2015

Magistrati, organi anticorruzione e istituzioni internazionali plaudono a Tribunale e governo, [2015], articolo pubblicato da "La Tribuna Sammarinese" il 17 aprile. Il testo integrale dell'articolo è stato diffuso lo stesso giorno dal quotidiano online giornalesm.com ed è disponibile all'indirizzo <http://giornalesm.com/san-marino-che-giornata-per-limmagine-del-paese-magistrati-organi-anticorruzione-e-istituzioni-internazionali-plaudono-a-tribunale-e-governo/>, verificato il 29/05/2015

MAIANI, M., [2010], *Presentazione del Commissario Generale per l'Expo di Shanghai*, in "Catalogo del padiglione della Repubblica di San Marino", Commissariato Generale per l'Expo (a cura di), San Marino
- [2014], *Tema espositivo del Padiglione della repubblica di San Marino per l'Esposizione Universale di Milano 2015*, Commissariato Generale per l'Expo (a cura di), San Marino
- [2015], discorso di inaugurazione del padiglione sammarinese a Expo Milano 2015, 1 maggio

MARCHETTI, S., [2014], *L'espunzione dalla black-list italiana*, in "Identità Sammarinese", AA.VV., Dante Alighieri, San Marino

MARRONE, G., [2001], *Corpi sociali*, Einaudi, Torino

- MARTELLI, S., [2002], *Comunicazione Multidimensionale. I siti Internet di istituzioni pubbliche e imprese*, Franco Angeli, Milano
- MATTEINI N. e MATTEINI A., [2011], *La Repubblica di San Marino. Guida Storica e artistica alla città e ai castelli*, Graph Edizioni, Rimini
- MATTEINI, N. [1988], *La Repubblica di San Marino nella Storia e nell'arte*, San Marino.
- MAZZA, A. M., [2006], *La donna sammarinese*, Minerva Edizioni, Argelato (Bo)
- MAZZOLENI, G., [2004], *La Comunicazione Politica*, Il Mulino, Bologna
- MEAZZA, M., e TOMASSINI, A., [2015], *Il paradiso fiscale è sempre più esotico*, articolo pubblicato da "Il Sole 24 ore" il 2 marzo e disponibile online all'indirizzo <http://www.ilsole24ore.com/art/norme-e-tributi/2015-03-02/il-paradiso-fiscale-e-sempre-piu-esotico-145845.shtml?uuid=ABcNes2C>, verificato il 29/05/2015
- MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI, [2014], *Flussi turistici di San Marino*, disponibile all'indirizzo http://www.infomercatiesteri.it/turismo.php?id_paesi=156, verificato il 29/05/2015
- MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE, [2015], *Fisco: Italia e Svizzera firmano l'accordo sullo scambio d'informazioni*, comunicato stampa pubblicato il 23 febbraio e disponibile online all'indirizzo http://www.governo.it/Notizie/Palazzo%20Chigi/testo_int.asp?d=77953, verificato il 29/05/2015
- MORETTI, S., [2005], *"Esposizione universale"*, voce nell'Enciclopedia Treccani, edizione 2005. Disponibile online all'indirizzo www.treccani.it
- MULARONI, A., [2015], discorso in occasione della presentazione ufficiale a Milano del Padiglione sammarinese a Expo Milano 2015, 28 marzo 2015
- MULARONI, E. D., [2010], *Risultati della sponsorizzazione all'Expo di Shanghai*, discorso del mese di novembre
- NAPOLITANO, G., [2014], *Discorso alle autorità sammarinesi*, 13 giugno, in "Identità Sammarinese", AA.VV., Dante Alighieri, San Marino.
- PAINTER, J. e JEFFREY, A. [2011], *Geografia Politica*, Utet, Milano.
- PASCOLI, G. [2005], *Romagna*, in «Myricae», Rusconi Libri, Milano
- PEVERINI, P., [2012], *I media: strumenti di analisi semiotica*, Carocci, Roma
- [2014], *Social Guerrilla*, Luiss University Press, Roma
- POZZI, D., e SOGLIO, E., [2015], *Expo. Il lungo viaggio del progresso da Londra 1851 a Milano 2015*, Rizzoli Editore, Milano.

PSD soddisfatto per l'avvio ufficiale dei negoziati di uno o più accordi di associazione tra San Marino e l'Unione Europea, [2014], articolo pubblicato sul quotidiano online "San Marino Press" il 17 dicembre. Consultabile all'indirizzo:

<http://www.sanmarinopress.com/psd-soddisfatto-per-lavvio-ufficiale-dei-negoziati-di-uno-o-piu-accordi-di-associazione-tra-san-marino-e-lunione-europea/#sthash.67RWWK3V.dpuf>, verificato il 29/05/2015

RANELLETTI, O., [1905], *Il concetto di "pubblico" nel diritto*, in "Rivista italiana per le scienze giuridiche", pp. 337 ss.

RAVALLI, A., [2013], *"Piazzale Cava degli Umbri" e "Piazzale Cava Antica"*, *Repubblica di San Marino*, relazione di progetto pubblicata il 26 marzo e disponibile all'indirizzo <http://divisare.com/projects/226833-Antonio-Ravalli-Simone-Grandoni--Piazzale-Cava-degli-Umbri-e-Piazzale-Cava-Antica-Repubblica-di-San-Marino>, verificato il 29/05/2015

RIFKIN, J., [2000], *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano

Rita Levi Montalcini a San Marino, [2008], articolo pubblicato online da "San Marino RTV" il 14 dicembre e disponibile all'indirizzo

<http://www.smtvsanmarino.sm/attualita/2008/12/14/rita-levi-montalcini-san-marino>, verificato il 29/05/2015

ROLANDO, S., [1992], *Comunicazione Pubblica. Modernizzazione dello Stato, diritti del cittadino*, Il Sole 24 Ore, Milano.

- [2004], *La comunicazione di pubblica utilità*, Vol. 2, Franco Angeli, Milano

San Marino: primo Istituto Confucio specializzato in medicina cinese in Europa continentale, [2015], articolo pubblicato online da "Radio Cina Internazionale" il 31 marzo. Disponibile all'indirizzo

<http://italian.cri.cn/1781/2015/03/31/281s241555.htm#.VRrAtPmsVps>, verificato il 29/05/2015

SBETTI, N., [2012], *Giochi di potere. Olimpiadi e politica da Atene a Londra 1896-2012*, Mondadori, Milano

Scambio di informazioni, firmato l'accordo Italia-Liechtenstein, [2015], articolo pubblicato il 27 febbraio dal quotidiano finanziario online "Ipsos" e disponibile all'indirizzo

<http://www.ipsoa.it/documents/fisco/fiscalita-internazionale/quotidiano/2015/02/27/scambio-di-informazioni-firmato-l-accordo-italia-liechtenstein>, verificato il 29/05/2015

SCARABELLI, G. [1851], *Studi geologici sul territorio della repubblica di San Marino eseguiti nel 1848*, presso l'Archivio Giuseppe Scarabelli Gommi Flamini 1843 – 1905, Biblioteca comunale di Imola

Segreteria agli Affari Esteri: aggiornamento sito web [2014], articolo pubblicato sul quotidiano online "Libertas" il 17 marzo e disponibile all'indirizzo

<http://www.libertas.sm/cont/comunicato/san-marino-segreteria-agli-affari-esteri-aggiornamento-sito-web/90632/1.html>, verificato il 29/05/2015

SEGRETERIA DI STATO AFFARI ESTERI, [2011] (a cura di), *Riunione con il corpo diplomatico e consolare sammarinese, 2 settembre 2011*, consultabile online all'indirizzo <http://www.esteri.sm/>

- [2012] (a cura di), *Riunione con il corpo diplomatico e consolare sammarinese, 2 settembre 2012*, consultabile online all'indirizzo <http://www.esteri.sm/>
- [2014a] (a cura di), *Scheda Paese della Repubblica di San Marino*, aggiornata al mese di ottobre, consultabile online all'indirizzo <http://www.esteri.sm/>
- [2014b] (a cura di), *Breve storia delle relazioni tra San Marino e l'Unione Europea*, consultabile online all'indirizzo <http://www.esteri.sm/>
- [2014c], *Discorso dei Capitani Reggenti*, 13 giugno, comunicato stampa recante il testo completo
- [2015], *Discorso dei Capitani Reggenti*, 1 aprile, comunicato stampa recante il testo completo

SEGRETERIA DI STATO PER GLI AFFARI INTERNI [2008a] (a cura di), *Sintesi delle principali novità della Riforma elettorale*, disponibile online su <http://www.elezioni.sm/>

- [2008b], *Guida pratica alle norme in materia elettorale*, disponibile online su <http://www.elezioni.sm/>

SEGRETERIA DI STATO PER LE FINANZE E IL BILANCIO [2013], *San Marino al Global Forum valutato al pari di altri paesi come USA, Gran Bretagna, Italia, Germania*, comunicato stampa del 22 novembre

- [2014], *L'Agenzia di Rating Fitch conferma la "BBB+" per San Marino e migliora l'outlook da negativo a stabile*, comunicato stampa del 7 agosto

SEGRETERIA DI STATO PER IL TURISMO [2014], (a cura di), *Rapporto Consuntivo dell'Osservatorio Turistico 2014*, San Marino

SEPE, S. e CROBE, E., [2014], *La comunicazione partecipata*, Luiss University Press, Roma

SEPE, S., NOCERA, M.R., e REGA R. [2000], *La comunicazione istituzionale negli enti locali. Profili introduttivi*, SSPAL, Roma

SOGLIO, E., [2015], *Expo Milano 2015. I sapori e i saperi del mondo*, in "Expo. Il lungo viaggio del progresso da Londra 1851 a Milano 2015", Rizzoli Editore, Milano

SORICE, M., [2009], *Sociologia dei mass media*, Carocci, Roma

- [2011], *La Comunicazione Politica*, Carocci, Roma
- [2014], *I media e la democrazia*, Carocci, Roma

Sport as a Soft Power Tool, [2013] articolo pubblicato su "Today's Zaman" il 10 settembre e disponibile online all'indirizzo http://www.todayszaman.com/todays-think-tanks_sport-as-a-soft-power-tool_325953.html, verificato il 29/05/2015

STAFFELLI, V., [2011], *Vendita di armi pericolose a minori*, servizio mandato in onda dal telegiornale satirico "Striscia la Notizia" il 16 maggio; il video è disponibile online all'indirizzo <http://www.striscialanotizia.mediaset.it/video/videoextra.shtml?13410>, verificato il 29/05/2015

Svolta a sorpresa, stop a i voli all'aeroporto Fellini [2014], articolo pubblicato da “Il Resto del Carlino” il 23 ottobre, disponibile online all'indirizzo <http://www.ilrestodelcarlino.it/rimini/aeroporto-fellini-chiuso-1.332690>, verificato il 29/05/2015

TAMAGNINI, E., [2011], *San Marino, liberà secolare*, Siti Edizioni, San Marino

UFFICIO DI STATO PER IL TURISMO, [2014], *Info. Guida tascabile di San Marino*, San Marino.

UFFICIO INFORMATICA E STATISTICA DELLA REPUBBLICA DI SAN MARINO [2014a], (a cura di), *Popolazione residente per castello*, disponibile online all'indirizzo http://www.statistica.sm/contents/instance15/files/document/14071814tav_popolazione_.pdf, verificato il 28/05/2015

- [2014b], *Afflusso turistico*, (a cura di) in “Bollettino di statistica per il IV trimestre 2014”, Riproduzioni editoriali dello Stato. Scaricabile in formato pdf all'indirizzo <http://www.statistica.sm/on-line/home/pubblicazioni/bollettino-di-statistica.html>, verificato il 29/05/2015

UFFICIO INFORMAZIONI TURISTICHE, [2013] (a cura di), *San marino patrimonio mondiale dell'Umanità*, Seven Seas, San Marino

UFFICIO PUBBLICAZIONI DELL'UNIONE EUROPEA, [2010], *Calypso apre nuovi orizzonti di viaggio in Europa*, brochure pubblicata a Bruxelles e disponibile online all'indirizzo http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/leaflets/leaflet_calypso_it.pdf, verificato il 29/05/2015

UFFICIO SEGRETERIA ISTITUZIONALE [2008] (a cura di), *Raccolta coordinata delle norme in materia elettorale*, Segreteria di Stato per gli affari Interni, San Marino. Disponibile online su <http://www.elezioni.sm/>

UFFICIO STAMPA PER EXPO MILANO 2015, [2014], *San Marino verso Expo 2015: mostra di presentazione al Vittoriano di Roma*, comunicato stampa del 22 ottobre 2014, Commissariato Generale per l'Expo, San Marino

VALENTINI, D., [2015], discorso di sponsorizzazione di Expo Milano 2015 da parte di Kreosoft, 23 aprile

VENTURINI, A., [2000], (a cura di), *Monumenti di fede. Viaggio attraverso le Chiese della Repubblica di San Marino*, Segreteria di Stato per il turismo, San Marino

ZANGHERI, P. [1951], *Problemi naturalistici della valle del Marecchia*, in «Studi Romagnoli», II, pp. 389-470

ZANI, G., [1941], *La Chiesa di San Francesco a San Marino*, San Marino

- [1980] *L'origine geologica del Monte Titano*, in «Annuario del liceo Ginnasio della Repubblica di San Marino», III.

- [1996], (a cura di), *La sede nova della Repubblica*, Pazzini Industria Grafica, Verucchio

ZUCCOLO, L., [1625], *Il Belluzzi, ovvero della Città Felice*, in “Dialoghi”, Ginammi, Venezia

SITOGRAFIA

www.aasfn.sm

www.aass.sm

www.agenda21.sm

www.allegrovivo.org

www.ambrsm.it

www.antichidocumenti.sm

www.bibliotecadistato.sm

www.caa-mna.sm

www.cc.sm

www.cons.sm

www.consigliograndeegenerale.sm

www.delconca.com

www.elezioni.sm

www.esteri.sm

www.expo2015.org

www.finanze.sm

www.fondazionerenatatebaldi.org

www.freedomhouse.org

www.industria.sm

www.interni.segreteria.sm

www.museidistato.sm

www.nessunocchicaino.it

www.pa.sm

www.propagandapolitiche2008.sm

www.propagandapolitiche2012.sm

www.rallylegend.com
www.reggenzadellarepubblica.sm
www.sanmarino.sm
www.sanmarinoadventures.sm
www.sanmarinochina.com
www.sanmarinocomics.com
www.sanmarinoexpo.com
www.sanmarinofixing.com
www.sanmarinogame.com
www.sanmarinosite.com
www.sanmarinoteatro.sm
www.smttechnosciencepark.sm
www.smtvsanmarino.sm
www.statistica.sm
www.territoriosm.sm
www.ufficiodeltutor.webnode.com
www.unirmsm.sm
www.ura.sm
www.usbm.sm
www.visitsanmarino.com

INTERVISTE

BERTI, D., [2014], comunicazione personale tramite intervista, 24 agosto
- [2015], comunicazione personale tramite intervista, 8 aprile

BRANDI, L., [2015], comunicazione personale tramite intervista, 8 aprile

CORBELLI, N., [2014], comunicazione personale tramite intervista, 24 agosto

GUGLIELMI, E., [2014], comunicazione personale tramite intervista, 20 agosto

MAIANI, M., [2014], comunicazione personale tramite intervista, 18 agosto
- [2015], comunicazione personale, 30 marzo

MICHI, N., [2015], comunicazione personale tramite intervista, 9 aprile

TESTAJ, V., [2014], comunicazione personale tramite intervista, 18 agosto
- [2015], comunicazione personale tramite intervista, 9 aprile

ZANI, M., [2015], comunicazione personale tramite intervista, 9 aprile 2015