

Occasioni perdute per sviluppo del turismo: eventi, Giganti Mont'e Prama, Rally, crociere (Gianfranco Leccis)

Date : 8 Ottobre 2016

Non è ancora possibile fare un quadro attendibile del **turismo nel 2016**, non si conoscono dati precisi, anche se l'Assessore competente ha parlato di grande successo e di un +20% negli ultimi due anni (*nel 2015 si era avuto un +7% sul 2014*). In tutta Italia si parla di un +10%, tra 2016 e 2015, in Puglia di un +16%, in Sicilia di oltre +10%, Peraltro se, com'è probabile, **l'incremento è avvenuto nei mesi estivi** il miglioramento è relativo: in quel periodo è troppo facile, vista la crisi di altre zone, fare incrementi. Non si risolvono così i **problemi della crescita del settore**, dell'ampliamento del periodo di lavoro, del Pil, dell'occupazione, dell'economia della Sardegna. Il *Servizio Statistiche della Regione* e quello della *Provincia di Cagliari* sono molto efficienti, ma forse il sistema non è abbastanza valido (*spesso mancano o sono imprecise le informazioni di base delle aziende*) e non si riesce ad avere i dati necessari, come la suddivisione tra i vari tipi di esercizi ricettivi o le nazionalità degli stranieri. I *dati definitivi Istat* arrivano dopo un anno e pare che non si voglia fornire notizie sui singoli comuni.

Alcuni recenti fatti e interventi sul turismo riguardano in particolare **Cagliari**, ma indirettamente tutta l'Isola. Il più recente è la decisione della *Sindaca di Roma* e del *Movimento 5 stelle* di non proporre *Roma* per le **Olimpiadi 2024**. Nel progetto un posto era dedicato a **Cagliari per l'attività velica**, di indubbio valore, ma la rinuncia di *Roma* naturalmente lo fa decadere. Questa occasione persa fa seguito ad altra quasi analoga, quando la città era stata scelta come base dal concorrente all'*American Cup* che intendeva organizzare delle gare in preparazione rispetto a quella manifestazione con evidente ricaduta promozionale: la sua rinuncia ha comportato la scomparsa di tale possibilità.

Un altro evento perso recentemente è stato quello della **capitale europea della cultura 2019**, quando la città di **Cagliari** si era candidata ma senza successo, In effetti erano occasioni importanti, ma purtroppo non sono le prime né le sole: **occasioni perse o sciupate** ve ne sono molte altre, tutti i giorni. Soprattutto quelle che dipendono direttamente da noi, dal **non saper valorizzare le nostre risorse, il nostro patrimonio culturale e ambientale**. Le ottime occasioni che si perdono sono tante. Manifestazioni di rilievo come *Sant'Efisio a Cagliari*, la *Sartiglia a Oristano*, la *Cavalcata Sarda a Sassari*, *Monumenti Aperti* in tante località, *Autunno in Barbagia*. Tutte molto belle e interessanti, ma frequentate quasi esclusivamente da sardi, ma non si tratta di turismo. Si possono aggiungere tanti altri esempi di sprechi, ne citiamo solo due: i **Giganti di Mont'e Prama**, il **Rally di Sardegna**. Sui **Giganti** si ha un discreto numero di visitatori, ma non risulta vi siano molti turisti, non sardi. I numeri sono modestissimi, neanche un pallido confronto con altri siti italiani o di altri paesi. Come ha rilevato il *Ministro Franceschini*, se fossero stati in altri luoghi si sarebbe avuto un successo straordinario. Non si è capaci neanche di installare cartelloni sulle strade principali per segnalarli e indicare come arrivare a **Cabras**. O di fare un piccolo foglio illustrativo, come agli inizi per Cagliari.

Per la **Festa di Sant'Efisio a Cagliari** la partecipazione di turisti è modestissima: i dati sui pernottamenti

del 30 aprile e del 1° maggio negli anni 2013, 2014 e 2015 (*non è stato ancora possibile avere quelli del 2016*) sono pochi attorno ai 1.500, circa un terzo dei posti letto disponibili viene occupato. Anche il **Rally di Sardegna** forse non si svolgerà più poiché l'organizzatore (*Acì*) chiede un aumento sensibile del contributo. Il *Consorzio turistico di Alghero* ha quantificato la maggior attività nel 2014 in 2.000 presenze. E questo vale la spesa di 1,5 milioni di euro? Era interessante, ma **Alghero** ha molto altro che non sfrutta. Altra occasione sprecata è quella delle **navi da crociera a Cagliari**. Poche le notizie precise: vengono proposte visite al **Museo Archeologico**, a **Nora** e a **Barumini**; inoltre le *'vie dello shopping'*, un giro in vari esercizi commerciali fino al **mercato di San Benedetto**, che giustamente si può considerare una delle eccellenze della città. Si sa molto poco sui risultati e quel poco è deludente, come **l'insufficienza di informazioni valide per i turisti** (*non solo delle crociere*). Non è importante quanto spendono, ma l'impressione, il ricordo che resterà, che potranno invogliarli a tornarci o a parlarne bene: c'è da temere che non sarà granché. Cosa vedranno e capiranno della città e delle sue attrattive di maggior rilievo? Forse la cartina della città distribuita all'Infopoint del Municipio?

Il vero problema è che **l'informazione, la valorizzazione del nostro patrimonio sono insufficienti**. E' assurdo ritenere che basti segnalarlo su Internet, che va benissimo ma non è sufficiente: come si può pensare che uno straniero cerchi sulla rete notizie sui Giganti o su Sant'Efisia o sulla Sardegna se non ne ha mai sentito parlare, se non li conosce, se nessuno glieli segnala? Quando si imparerà a fare seriamente promozione?

Gianfranco Leccis

(admaioramedia.it)