

# Per lo sviluppo del turismo la promozione è insufficiente (Gianfranco Leccis)

Date : 6 Aprile 2016

Esaminando l'[andamento del turismo in Sardegna ed il modesto risultato del 2015](#) (*incremento del 7%, ottenuto nel quadrimestre estivo*) risulta evidente che l'**attività promozionale non è valida** e si è lontani da un turismo in tutto l'anno. Un esempio a **Cagliari**, con gli stranieri tra autunno e primavera: ne sono arrivati molti, però non venivano perché attratti della città ma per i collegamenti aerei a basso costo, perciò sono diminuiti e si sono persi i turisti.

Altrettanto lo **scarso successo di alcuni eventi**, soprattutto quello dei **Giganti di Mont'e Prama** per i quali la promozione è assolutamente inadeguata come risulta dalla modestia dei risultati in termini di visitatori, soprattutto turisti. Nel **Museo Nazionale di Cagliari** sono stati 70.826 nel 2015 contro 85.841 in 10 mesi del 2014; nel **Museo Civico di Cabras** sono stati 69.120 contro 49.000 dei 10 mesi del 2014. Sono numeri apprezzabili ma modestissimi di fronte all'importanza dell'evento. La Cooperativa che gestisce i *siti archeologici di Cabras* fa un ottimo lavoro ed è riuscita a stabilire (*almeno orientativamente*) il numero degli **stranieri** che sono stati circa 1.700 (3,5%) nel 2014 e circa 5.000 (7%) nel 2015. Stranamente gli stranieri hanno visitato maggiormente la **zona archeologica di Tharros** (oltre 21.500). Quindi, in entrambi i casi la maggior parte dei visitatori sono sardi.

La **promozione, quel poco che si fa, non basta** e non si conoscono idee valide, quella di fare per *Cabras* cartelloni sulla SS 131 è meglio di niente, ma non è sufficiente. A **Cagliari** inizialmente è stato fornito un foglietto illustrativo (*omaggio di un editore locale*) nei punti d'informazione turistica in città e all'aeroporto, poi nient'altro. Anche dare informazioni sugli aerei e sulle navi in arrivo in Sardegna non basta. La pubblicità bisogna farla fuori dall'Isola e farla bene. La *Regione* ha pubblicato su alcuni periodici una bella pagina ma forse non era adatta e sarebbe stato meglio non ripetere lo stesso testo e farne differenti, sviluppando il tema. Comunque risultati non se ne sono visti. Tutto questo rientra nella **scarsa considerazione del settore turistico come comparto di sviluppo**. L'insufficiente promozione vale non solo per gli enti pubblici competenti, ma anche per gli **imprenditori privati** che pubblicizzando la propria azienda **non fanno quasi cenno del patrimonio culturale**. Dovrebbero dire molto di più, non basta segnalare un nuraghe o un bel paesaggio nelle vicinanze.

Per quanto riguarda la **Regione**, si veda il **bilancio**: non è ben chiaro come si considera il turismo e quale sia la quota destinata per il suo sviluppo razionale. Non è facile barcamenarsi tra le cifre e la loro destinazione, ma sembra che a fronte di una spesa complessiva di vari miliardi tale **quota sia molto modesta e spesso nella competenza di altri Assessorati**. Sembra che scopo prevalente sia l'assistenzialismo, nelle sue varie forme, e che manchi completamente una **strategia per lo sviluppo**, un indirizzo verso la produzione di ricchezza e lavoro. Come sviluppo razionale non può certo esser intesa la *'lunga stagione'* promossa dall'*Assessorato del Lavoro*. Almeno fosse legata ad un disegno generale di promozione, ad una strategia, ad obiettivi. Come si può pensare che il tanto auspicato ampliamento dell'attività dipenda solo da un contributo per i dipendenti per aprire gli alberghi? Peraltro le cifre sono importantissime, la questione è come vengono spese, qual è la loro produttività.

L'Assessore del Turismo ha molte idee e avanza eccellenti proposte, ma non è chiaro come possano essere realizzate. **Non basta avere idee, occorre un'organizzazione, un coordinamento** innanzitutto, stabilire come muoversi, come informare. Ci sembra che qui sia il problema: **come far conoscere ai potenziali clienti-turisti che la Sardegna esiste e le sue peculiarità**. I canali che vengono prevalentemente usati sono soprattutto **Internet**, la partecipazione a varie **fiere** e borse o manifestazione in paesi soprattutto europei. Poi l'individuazione di temi di rilievo, come i **cammini religiosi** o il **cicloturismo** e simili. Internet è uno strumento straordinario, ma per utilizzarlo occorre che l'utente cerchi notizie, almeno ne abbia sentito parlare o abbia un testo scritto. La promozione è un lavoro che richiede un'alta professionalità, occorre un lavoro di professionisti, non è sufficiente la competenza specifica dell'Assessore. In passato esisteva un Ente valido che è stato eliminato senza sostituirlo o meglio ne è stato proposto uno che non si è stati capace di far funzionare e rendere operativo. E' stato **un fallimento non solo dell'Ente bensì di tutta l'attività promozionale**.

Della necessità di una diversa e maggiore promozione si sono resi conto l'*Assessore regionale del Turismo* e l'*Assessore al Turismo del Comune di Cagliari* partecipando alla **Seatrade Cruise Global** a *Fort Lauderdale*, in *Florida*, la più importante fiera del turismo crocieristico. Lo scopo era sostenere le **Autorità portuali** dell'Isola per incrementare l'arrivo delle navi crociera che ha assunto dimensioni apprezzabili ed è di ampio interesse per l'economia locale. A parte questo, hanno visto nei contatti con importanti agenzie di viaggio americane che queste non sanno assolutamente nulla della **Sardegna** e pertanto non si sognano neppure da lontano di proporla. Infatti, le presenze di turisti americani sono modestissime: 52.000, lo 0,7% di quelli che vengono in Italia. E il turista americano - così come quelli di molte altre nazioni come Giappone e Cina - come può andare in un posto di cui non ha mai sentito parlare? Certamente non ci verrebbe per il mare, le spiagge, il turismo estivo-balneare.

**Gianfranco Leccis**

**(admaioramedia.it)**