Turismo: più metri cubi se l'obiettivo è superare vecchia concezione edilizia/ricettiva (Adriano Bomboi)

Date : 11 Luglio 2018

Più metri cubi portano più turismo? Mentre in **Sardegna** si discute (*male*) di **urbanistica**, la *Svizzera* ha recentemente varato un piano alberghiero da *1,8 miliardi di franchi*, pari a 6 hotel di alta fascia, 42 condomini e 25 ville sull'Andermatt, grazie al gruppo Sawiris.

Ma torniamo alla domanda: **più metri cubi portano più turismo**? Si e no. Il quesito non ha alcun senso, perché? In primo luogo perché **il mercato non è composto solo dalla domanda** (*il consumatore*) ma anche dall'offerta (*l'azienda alberghiera*). Cosa significa? Che se i tuoi metri cubi sono inadeguati (*o troppi pochi, od obsoleti, o entrambe le cose*), diventerai appetibile solo per la fascia di utenza che ti è possibile raggiungere. *Esempio*: se hai un hotel risalente agli anni '60, privo di servizi e in un'area scarsamente appetibile, il valore del tuo investimento sul mercato ha scarse possibilità di affermazione. Dunque, che tu abbia 2mila metri cubi o 50mila metri cubi - serviti o non serviti da trasporti efficienti - non fa alcuna differenza. Il **grado di qualità** è dunque tra i principali **fattori che denotano la natura dell'offerta**, e la capacità di rivolgersi ad un bacino di utenza piuttosto che a un altro. Ad esempio, oggi, in località come la nostra, le opere più recenti si avvicinano, ma non rispondono compiutamente, agli standard correnti sul mercato. Questa tipologia di costruzione riguarda il *resort*, ossia una struttura che si dispiega in orizzontale, su diversi metri quadri. Ciò rende fuori luogo le teorie di **chi magari pensa sia remunerativo restaurare vecchi hotel**, magari presenti in aree urbane scarsamente attrattive, sviluppati secondo concezioni diverse (*le tipiche palazzine, per intenderci*). Secondariamente, è altrettanto ovvio che **più metri quadri di qualità**, cioè costruiti ex novo, potrebbero **attirare fasce diverse e più ampie di turisti** rispetto alla condizione attuale.

Gli svizzeri, che a differenza nostra non hanno architetti ambientalisti prestati all'economia e alla finanza, hanno scelto i fatti alle chiacchiere. In terzo luogo, ma non meno importante, dobbiamo considerare il **dato**

principale emerso quest'anno sulle presenze sarde, su cui ogni studio dovrebbe orientarsi (*pena l'assoluta inattendibilità*): **i 20 Comuni costieri dell'isola dotati di strutture ricettive maturano quasi l'80% delle presenze sarde**. Ciò significa alcune cose. **Il turista che sceglie la nostra destinazione non viene unicamente per il mare**, ma anche per il potenziale servizio connesso a tale mare (*l'offerta piaccia o non piaccia, ha dunque un suo ruolo*). Se ciò non fosse vero, la distribuzione geografica dell'utenza sarebbe spalmata in modo diverso sulla fascia costiera. **Il numero di posti letto è spaventosamente basso** rispetto ai nostri diretti concorrenti nel Mediterraneo occidentale. L'offerta è dunque bassa, sia per qualità che per quantità. Se ad esempio volessimo comparare la sola quantità, il solo *Oristanese*, che ha un'estensione geografica simile a *Maiorca*, gode di appena 12.300 posti letto. Maiorca invece oltre 430mila. Un abisso. **Il Ppr inoltre ha cristallizzato questa situazione antecedente al 2006**, anno della sua adozione. A distanza di 12 anni, le presenze continuano a concentrarsi nei comuni che ebbero la possibilità di edificare ex novo (*quindi nuovi metri quadri*).

Dunque arriviamo alla domanda corretta: **in Sardegna nuovi metri quadri hanno sviluppato il turismo**? La risposta è si, in prevalenza fino al 2006. Da allora il numero di presenze è a grandi linee similare al presente. Ulteriori metri quadri svilupperebbero il turismo? Si, se l'obiettivo è quello di **superare la vecchia concezione edilizia/ricettiva** e di colmare i ritardi rispetto al mercato.

P.S.= Ovviamente nei *convegni ambientalisti*, oltre alla mancanza di neuroni, non troverete qualcuno che parli di **obsolescenza delle strutture**, né di **distribuzione geografica del turismo**. Altrimenti finirebbe a dover parlare di offerta, e questo manderebbe in vacca le loro astruse teorie interamente incentrate sulla domanda.

Adriano Bomboi

(admaioramedia.it)