

**MEET FORUM**  
**Orosei 27 ottobre 2017**

**Gli atti della tavola rotonda**  
**“CULTURA E TURISMO”**

**Intervento Roberto Bornioli**  
**Presidente Confindustria Sardegna Centrale**

Benvenuti, questo è il tavolo dedicato alle tematiche del **turismo e della cultura**. Prima di iniziare il dibattito vorrei **illustrare i dati sul turismo in Sardegna del 2016 e del 2017** (fonte SIREG e Regione Sardegna).

Questa estate c'è stato il tutto esaurito con **13,5 milioni di presenze** per lo più concentrate a **luglio/agosto**, si parla di **+ 14 % rispetto al 2016**. Possiamo affermare che la stagione turistica 2017 in Sardegna è stata da record con ottime performance anche nel Nuorese. Questa è una **tendenza positiva** che va avanti dal 2016: nel **2016 gli arrivi hanno registrato + 19 %** e le **presenze + 15 %** soprattutto degli stranieri **+ 28%**. Ovviamente non è tutto merito nostro, ha pesato soprattutto la **situazione geopolitica nel Nord Africa, la paura rischio attentati** in Francia. Nonostante questi dati positivi non dobbiamo dimenticare che in Sardegna resta gravissimo il **problema dei trasporti**, sulla **continuità territoriale passeggeri** regna l'incertezza e al momento si va avanti con la proroga del vecchio regime.

Il **boom 2017** ha fatto emergere un aspetto rilevato dall'Assessore Argiolas che ha parlato di **punto di non ritorno**, non possiamo permetterci altre 4 estati così in termini di consumo di risorse, acqua in primis, produzione rifiuti, spiagge sovraffollate. Meglio un turista che spende 2 euro piuttosto che 5 che spendono 0,50 cent. Occorre riflettere e governare il processo puntando su un turismo più di nicchia, che su un turismo di massa.

Questi aspetti ben si ricollegano a quanto emerso nel nel convegno che abbiamo organizzato il 20 ottobre sulle industrie culturali e creative. In quell'occasione la relatrice Patrizia Asproni – presidente di ConfCultura – ha parlato di **"turismo fobia"**, alcune città alcuni territori sono inondati da turisti, un turismo mordi e fuggi che lascia poca ricchezza sul territorio e gravi disagi. Attualmente sta avanzando la tendenza di un **turismo "lento" cosiddetto "slow tourism"**, chi viaggia va alla ricerca delle esperienze, di una natura incontaminata, di paesaggi nuovi, di silenzio. Questa rappresenta una grande opportunità per la Sardegna Centrale soprattutto per zone interne: ricche di ambienti, paesaggi, tradizioni, attrattori che possono essere valorizzati in chiave turistica.

Alcuni numeri sul **turismo culturale**: in Italia vale il **38 % della spesa turistica totale, mentre in Sardegna solo il 24 %**, c'è ancora molto da fare. Ci sono spazi per migliorare arrivi e presenza turistiche legate agli attrattori culturali, di cui Nuoro e la Sardegna centrale sono ricchi. La vera sfida, come voi tutti sapete, è attrarre – almeno una parte dei turisti dalle coste alle zone interne, soprattutto nei mesi spalle, maggio – giugno e settembre – ottobre.

**Abbiamo attrattori culturali notevoli**, un sistema museale importante, patrimonio storico e archeologico di primo piano, percorsi minerari, sagre, feste, tradizioni e un ambiente che sono unici. **Ecco alcune proposte e spunti per il dibattito: Cosa fare per far crescere turismo culturale nelle Zone Interne?**

- 1) Programmazione (coordinamento tra operatori, cartellone unico, biglietto unico, gestione manageriale)
- 2) Comunicare in modo efficace (promozione web e social, portale unico, mappe interattive, uffici informazioni, inglese)
- 3) Fare sistema (sinergie pubblico – privati e tra privati)
- 4) Valorizzare gli attrattori (es. brand Grazia Deledda)

**INTERVENTO FAUSTO MURA**  
**Albergatore e rappresentante FederAlberghi ConfCommercio**

Seguo gli aspetti che ha sollevato Bornioli.

**CALENDARIO UNICO – PROGRAMMAZIONE EVENTI:** Quello che noi non sappiamo fare è vendere cultura, questo è un nostro *gap*. Noi non abbiamo programmato degli eventi per il 2019, noi albergatori stiamo programmando per la prossima stagione e non possiamo “vendere” eventi culturali perché non ci sono eventi culturali programmati, l’unica cosa certa è che a Cagliari ci sarà S.Efisio per il resto come faccio a vendere un pacchetto turistico abbinato a un evento culturale se non c’è nulla di programmato?

**BIGLIETTO:** A volte per aumentare i turisti non è necessario far venire il doppio dei turisti ma basterebbe farli rimanere un giorno in più. Perché gli Enti dei musei, dei siti archeologici non propongono biglietti validi per 48 ore, oltre che cumulabili? Se facessero così uno visiterebbe oggi Nora, domani Tharros e così via e si ferma un giorno in più. Basta puntare sulla permanenza per raddoppiare i turisti.

**Faccio 3 esempi di buone prassi che “vendono” cultura:**

- 1) **Loch Ness** non è cultura, ma è mito e leggenda tutti vanno lì a vedere il lago perché gli Scozzesi sanno vendere i loro miti e questo non è cultura.
- 2) **Tolkien tourism:** la Nuova Zelanda ha ampliato del 40% il suo turismo grazie al Signore degli Anelli. Ha sintetizzato e in parte definito la mitologia nordica.
- 3) **Chi è il più grosso promoter del turismo in Grecia? Omero.** Tutti quanti abbiamo studiato l’Iliade e l’Odissea e tutti abbiamo assimilato parte della cultura greca e abbiamo il protocollo nel nostro DNA per comprendere ed essere attratti da quella cultura.

Noi in Sardegna abbiamo tanta cultura che purtroppo non è una storia accademica perché non transita dalle aule scolastiche italiane, la nostra storia è molto differente dal resto di Italia, tranne dal 1862 in poi, e quindi non transitando dalle aule italiane abbiamo difficoltà a creare nel nostro turista tipo quell’attrattiva, perché lui non conosce la nostra storia e il nostro passato. I nuraghi li conosciamo solo noi e in Europa non li conosce quasi nessuno. Quindi non avendo questo genere di attrattiva la nostra cultura rimane deficitaria. Una delle prime cose da fare è farla studiare ai sardi e inserirla nella storia della Sardegna. **Non possiamo vendere la nostra cultura se noi non la conosciamo.**

**MANUEL DELOGU**

**Direttore Generale ISRE Sardegna**

Sono il direttore generale dell’ISRE Sardegna, luogo di cultura che ha competenza sull’intera Sardegna, di fatto poi concentra su Nuoro la presenza di alcuni musei e su Cagliari la collezione Cocco che fa parte del patrimonio ISRE. **Perché l’ISRE vuole intervenire in un tavolo di questo genere?** Perché nel programma del nuovo CDA è stato messo come punto fondamentale il fatto del collegamento fra il turismo e la cultura, e cioè mettere a disposizione, di questo grande flusso di persone che arriva sulla costa, ciò che è la cultura sarda raccolta nel più importante **museo etnografico della Sardegna** e nella Casa **Museo di Grazia Deledda**. Ritengo sia ancora sottostimato il valore di questi musei dal punto di vista delle visite turistiche. I musei sono aperti quotidianamente, abbiamo fatto degli sforzi per mettere a disposizione dei turisti delle guide (grazie a un progetto della CCIAA di Nuoro e della ConfGuide) che possano portare dei gruppi e parlare almeno 4 o 5 lingue maggiormente richieste dai visitatori. Ci sono anche le audio- guide e nuove attrezzature che servano a far sì che il turista sia soddisfatto delle visite.

**Vi do un po’ di dati:** abbiamo mediamente una **presenza di 36.000 visitatori l’anno** per quanto riguarda l’etnografico e **17.000 per la casa di Grazia Deledda**. Sono per lo più visitatori spontanei non provenienti da pacchetti organizzati o da sistemi di biglietto unico studiati in loco. Per questo motivo abbiamo avviato delle collaborazioni con dei Tour Operator – e abbiamo già importantissimi risultati – che hanno iniziato a inviare dei pullman e organizzare dei pacchetti che prevedano il passaggio in entrambi i musei. Per esempio il **Sabardu Tourism** (tour operator siciliano) ci ha inviato complessivamente e, solo nel mese di ottobre, circa **65 pullman** con in media **50 persone**. Oltre **3000 turisti in un solo mese** e con un solo *tour operator*, immaginatevi cosa potrebbe innescare la collaborazione tra più operatori turistici sul centro Sardegna.

**Titolare Hotel Balai**  
**Porto Torres**

Sono la titolare dell'Hotel Balai di Porto Torres, vorrei solo fare un piccolo appunto sulle istituzioni: sono completamente assenti e noi operatori turistici siamo abbandonati. Pensate che da poco sono stata alla fiera di Rimini e pensate che per il mio paese che conta 22 mila abitanti eravamo in 3. Non c'era nessuno stand istituzionale che presentasse dal punto di vista turistico Porto Torres o il nord Sardegna. Spiegavo io ai turisti le attrattive del territorio, ma questo non spetta a me. Io devo vendere l'hotel ma per poter vendere l'hotel è un passaggio obbligato vendere il territorio ma devono farlo le Istituzioni, l'assessorato al turismo.

**Pierluigi Manca**  
**Titolare Mousike - Nuoro**

Io sono il titolare di Mousikè che è un'impresa culturale, organizziamo eventi e facciamo progettazione culturale. Vorrei rivolgermi agli albergatori: quali possono essere le strade del dialogo? Noi ci troviamo a progettare tanti eventi cercando di stagionalizzare e se programmino questi eventi in autunno e inverno ci troviamo scoperti dal punto di vista ricettivo. Sulla costa ci ritroviamo delle attività completamente chiuse. Occorre maggiore sistema e dialogo tra operatori culturali e turistici, ci devono essere inevitabilmente dei collegamenti.

**Vanna Fois**  
**Titolare Casa Editrice - Nuoro**

Sono titolare dell'Ilisso da 32 anni e di attività sul territorio e mi sono sempre sforzata di capire le esigenze degli operatori turistici e di andare a produrre iniziative culturali che fossero rispondenti a un'esigenza reale e quasi quotidiana, perché mi stava stretta la dimensione di un'azienda che potesse fare libri semplicemente assemblando delle informazioni e cucendole in questa veste. Mi sono veramente chiesta e continuo a chiedermelo oggi ogni giorno cosa significhi cultura. Vuol dire tutto e niente, perché cultura vuol dire, in un'accezione molto ampia, metter dentro tutta una serie di suggestioni che molto spesso scadono nell'erudizione o in contenuti che possono essere assimilati a chi ha una competenza specifica in un certo ambito. Ma **cultura nel nostro territorio vuol dire invece la consapevolezza e anche la capacità di sapersi rapportare, di stare al mondo**, questa è la mia visione di una cultura che è molto presente nel nuorese e a Nuoro in particolare, fa sì che si diventi quasi nell'immaginario **collettivo della Sardegna** ma anche fuori. Questa è una caratteristica che io riscontro in chi identifica nel **nuorese un patrimonio identitario connaturato in questa area specifica** che altre aree della Sardegna non hanno. Non a caso l'Isre si trova a Nuoro. Ricordo che Lilliu diceva "nessun'altra città poteva essere deputata ad accogliere uno spazio museale e la memoria dell'isola" e quindi recependo quel suggerimento di Lilliu – che è stato uno dei nostri autori eccellenti col quale ho avuto il privilegio di lavorare – in qualche modo Ilisso ha voluto proprio sposare questa idea e assumersi l'onere di fare o di essere il braccio operativo di quella memoria che sarebbe stata veicolata nell'isola e fuori. È questo il senso dei nostri libri. **Il problema è che noi Sardi per primi non conosciamo la nostra cultura e se ne avessimo una certa dimestichezza la sapremo anche vendere**. Noi ci abbiamo provato, abbiamo diversificato un prodotto, ovvero abbiamo distribuito i nostri libri nelle edicole. Ma chi lo ha fatto? Nessun editore nazionale. E lo abbiamo fatto anche con modalità che poi sono arrivate al digitale e nei social. (Ad esempio i book trailer prodotti dal 2012) E, **a proposito del problema della rete e della collaborazione**, lo abbiamo fatto anche bussando a *tour operator* e albergatori locali, che potessero traghettare questi contenuti **e non ho ottenuto alcuna risposta**.

**Flavio Gagliardi**  
**Direttore Acquario Cala Gonone**

La mia esperienza di sette anni consiste nella gestione dell'acquario di Cala Gonone, per me è stato molto difficile capire la profilazione del cliente. A Dorgali, dove siamo noi, di motociclisti ne arrivano tanti e farli venire nell'acquario diventa impossibile perché a loro non interessa. Altro discorso, invece, è portare avanti dei meccanismi nei quali faccio capire all'albergatore e ai suoi ospiti che l'acquario non è soltanto un contenitore di pesci ma anche intrattenimento, e soprattutto racconto del territorio. Andando a fare un'indagine su 100 clienti di un albergo è emerso che non sarebbero mai venuti nel museo poi sono stati portati all'acquario per fare una visita diversa dal solito che raccontasse il territorio. Tanto per dirne una, c'è il **falco della regina** che fa un viaggio dal Madagascar per arrivare in Sardegna e il fatto di raccontare a queste persone ha una lettura diversa ed esperienziale della solita visita all'acquario. Questo meccanismo ci ha permesso di dare un'arma in più agli albergatori.

**Salvatore Piredda**  
**Klojaf Studio**

Sono Salvatore Piredda titolare di una società che si occupa di comunicazione e grafica per le imprese. Sto collaborando su una serie di progetti che hanno a che fare con il comparto turistico – culturale. Partirei dal discorso della profilazione utenti: abbiamo un problema di cultura turistica. non sappiamo fare né la cultura, né il turismo. Questo è un primo problema importante perché se riusciamo ad ammettere che abbiamo questa lacuna riusciremo a lavorare su questo problema. **Abbiamo una serie di cose (attrattori, percorsi turistici, musei, impianti) totalmente scollegati che non parlano insieme.** Deve esserci un piccolo salto in avanti che metta a sistema operatori culturali, operatori museali, albergatori etc. Dobbiamo lavorare nell'ottica di far restare in loco il turista e fargli vivere un'esperienza unica.

**Rocco Meloni**  
**Presidente Consorzio Albergatori Costa Est**  
**Presidente Sezione turismo Confindustria Sardegna Centrale**

Seguivo con attenzione tutte le riflessioni emerse. Andando per schemi mi interessa evidenziare alcuni elementi: **1) Noi abbiamo una carenza di tipo culturale che ci porta a operare da soli invece che in sistema.** Questo succede fra albergatori figuriamoci tra comparti diversi. Finché non si capisce che l'insieme è sempre maggiore delle singole parti non si va avanti. O si compete in maniera vincente o altrimenti ognuno entra in competizione al suo interno. Sono poche le occasioni nelle quali si riesce a incontrare operatori fra di se. Pensate che nel mio Consorzio siamo **23 alberghi su 66 dell'Ogliastra.** Quindi siamo riusciti a mettere insieme solo 1/3 delle strutture. **2) Parlando di cultura e di sistema, io sono d'accordo sul fatto che noi abbiamo dei prodotti che non sappiamo comunicare.** In Grecia si va perché c'è Omero, io vado in Grecia e vado in quei posti dove la mia cultura mi porta a vedere situazioni di altissimo livello emozionale. Io sono tra i pochi che va a vedere il sito di Artemide e Brauronia dove le donne Ateniesi andavano a fare il rito di passaggio per andare nella maturità, tre giorni in questo sito dove è rimasto ben poco ma dove c'è una suggestione di riti e culture che respiri nel posto. Si respira cultura perché è stata veicolata. Noi cultura ne abbiamo ma non riusciamo ad esserne orgogliosi, non siamo buoni conoscitori e non la sappiamo comunicare. **C'è un problema di inserirla nelle scuole ma non solo, sussiste il problema di acquisire una conoscenza e una mentalità diversa.** Di conseguenza questo tipo di prodotto va veicolato con strumenti diversi, va veicolato su un livello erudito alto ma va anche raccontata bene con uno storytelling efficiente. **Basterebbe una saga del periodo nuragico, immaginatevi l'effetto. Abbiamo 8000 nuraghi ma nessuno racconta questa storia in modo affascinante, questa capacità non ce l'abbiamo.** In tv adesso c'è la *fiction* di **Gianni Morandi** che è un'ottima pubblicità ma vende un attrattore, il nostro mare di Carloforte, che non ha bisogno di pubblicità. **3) Altro aspetto su cui la Regione deve lavorare è la realizzazione di un DMO, quando il turista si appropria allo strumento del booking deve trovare l'insieme, tutto ciò che un territorio offre, non solo le camere di un albergo.** Pensate che gli esperti dicono che un DMO serio e funzionale si ha quando **si vende l'80% di ciò che offre una regione intera.** Su questo c'è una carenza della Regione strutturale e nostra culturale.

*Federica Caria*  
*Albergatrice e Europrogettista*

Solo una piccola informazione tecnica a proposito di DMO che secondo me testimonia proprio il fatto che ci sia mancanza di dialogo: la RAS è fuori con un **bando di 10mln** e tra i **topix di questo bando c'è la DMO**. Nel senso che volendo, in questo momento, se solo gli operatori del settore riuscissero a fare rete, le risorse per fare la DMO ci sarebbero. Il problema è proprio il dialogo e mi rendo conto che si fa tanta fatica.