

Arrivano gli americani il turismo sarà yankee

Le previsioni
di Federalberghi
per la stagione 2023
Oggi **apre la Bit**

C'è grande fiducia tra gli operatori del settore, molti dei quali parteciperanno alla Borsa internazionale del turismo a Milano. Arrivano prenotazioni anche dal continente americano, forse effetto dei post social di personaggi noti.

► **Sini e Zoccheddu** pag.2 e 3



Oh yeah, arrivano gli americani l'isola scopre i nuovi turisti Usa

Cresce l'interesse internazionale per le vacanze da trascorrere in Sardegna
Manca, Federalberghi: «Sono affascinati da quello che vedono sui social»

di **Claudio Zoccheddu**

Sassari L'isola è in scia. Le proiezioni nazionali del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, arrivate alla vigilia dell'inaugurazione della Borsa internazionale del turismo di Milano hanno trovato riscontro in quelle di Paolo Manca, presidente della sezione sarda degli albergatori. Anche l'isola sembra pronta ad ospitare grandi flussi di turisti stranieri mentre restano in stand by le prenotazioni dei connazionali. C'è una differenza, nell'isola sembra destinato a calare il numero delle presenze. Significa flussi in crescita ma su periodi più corti. E chissà che proprio la Bit non confermi, o smentisca, questa tendenza.

Le proiezioni Bocca ha annunciato il 5-10 per cento di presenze internazionali in più negli alberghi di tutta Italia rispetto ai livelli raggiunti negli subito precedenti alla pandemia. Il merito è anche del rinnovato interesse del mercato statunitense che sfrutta il Dollaro forte rispet-

to all'Euro: «Non solo – aggiunge Paolo Manca – noi aspettiamo anche un nuovo segmento di clienti che arriverà in Sardegna sulla spinta di quello che vede sui social network». Non è l'effetto "The white lotus", la popolare serie tv prodotta dalla Hbo che ha acceso i riflettori sulla Sicilia, ma poco ci manca. «Il merito è della comunicazione non istituzionale, che ha il pregio di raggiungere la fasce di età e di reddito che prima si concentravano soprattutto sulle città d'arte o sulla Costiera amalfitana e di essere geolocalizzabile in tempo reale – spiega ancora Manca –. Gli influencer americani ma anche, e forse soprattutto, i big del calibro di Magic Johnson fanno una grande promozione su mercati in cui la Sardegna non è presente. Basta una foto, uno scorcio, ad accendere l'interesse». Il resto si consuma a colpi di click e ne bastano pochissimi, una volta indirizzati, a scoprire le meraviglie dell'isola, che siano ambientali, storiche o culinarie. Ma c'è di più: «Abbiamo parecchi riscontri anche

su flussi in arrivo dal Sud America o il ritorno di quelli provenienti dai paesi arabi. Poi ci sono i mercati che da sempre sorridono alla Sardegna e che anche tramite la Bit faranno i primi passi verso l'isola dalla Germania, dall'Austria, dalla Svizzera e dall'Olanda. Per loro – aggiunge il presidente di Federalberghi – il discorso è diverso, siamo sostanzialmente una destinazione locale dato che per raggiungerci sono sufficienti due ore di aereo».

Turismo interno Il rinnovato interesse internazionale nei confronti dell'isola non sembra avere riscontro nelle previsioni di viaggio dei nostri connazionali: «È così, il mercato nazionale è attualmente più freddo – spiega Manca –. Incide, purtroppo, il caro vita causato dall'inflazione. Gli effetti sono chiari, dato che per la Sardegna nel 2019 il mercato interno pesa per il 51 per cento del totale. Dunque, siamo abbastanza preoccupati». Ma non c'è solo il caro vita a tarpare le ali alla voglia di vacanze dei nostri connazionali. Le prime incertezze arriva-

no dalla black out sulle prenotazioni dei voli, ancora in dubbio soprattutto per il nord dell'isola: «Ogni volta che interrompiamo il servizio, creiamo incertezza e l'incertezza fa scegliere un'altra strada che conduce ad altre destinazioni – spiega ancora Paolo Manca –. Per questo dico che non dobbiamo amplificare i problemi ma sarebbe più utile cercare di rassicurare i mercati». Più facile a dirsi che a farsi, verrebbe da dire, anche perché la questione della continuità territoriale è ancora in alto mare, soprattutto su Alghero: «A questo proposito aggiungo che sicuramente la CtI non è uno strumento studiato per incentivare il turismo ma non può diventare un ostacolo, come invece sta accadendo. Noi non abbiamo mai chiesto la tariffa unica, quella è una roba della politica. Noi chiediamo solo un'adeguata programmazione quando si passa da un bando all'altro – conclude Manca –, perché l'accessibilità non deve mai essere messa in discussione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«La continuità non è uno strumento per il turismo ma non può diventare un ostacolo come sta accadendo»

Nell'ultimo anno prima della pandemia il mercato interno per le vacanze nell'isola ha pesato per il 51% del totale dei turisti

Turisti
in arrivo
all'aeroporto
di Olbia

