



Sa Natzione

L'Assessore al Turismo Crisponi rilancia l'idea di U.R.N. Sardinnya del marchio omogeneo per il territorio.

Un'altra idea comincia a farsi largo nella politica regionale: il marchio del territorio.

L'assessore regionale al Turismo in quota ai Riformatori Crisponi rilancia l'idea, dopo la nostra proposta inviata all'esponente dei Riformatori Sardi Pierpaolo Vargiu (vedi [lettera 01-12-10](#)), di istituire un brand omogeneo per l'isola che contempli le seguenti caratteristiche, rimarcate dallo stesso Crisponi: "Prendiamo il marchio, deve essere unico da usare per tutto. Ci deve essere un brand molto forte e riconoscibile; il singolo territorio non lo è. Dobbiamo puntare sulla tradizione, la cultura, l'artigianato e il gusto, sui valori enogastronomici e favorire nelle strutture turistiche il consumo di produzioni tipiche. Menu, segnaletica interna, informazioni devono essere forniti anche in limba, la bandiera sarda deve esserci in tutte le strutture".
(Fonte: *La Nuova Sardegna*, 19-12-2010).

Unitariamente ai classici programmi dei Riformatori, tra i quali lo sviluppo di una ricezione turistica di livello e la realizzazione di un impiantistica sportiva di prestigio (come quella golfistica), la nostra idea prevedeva infatti: *"Proponiamo che la Sardegna sviluppi un brand omogeneo - "Made in Sardinia" a parte - che qualifichi ogni elemento produttivo, culturale ed ambientale dell'isola a partire dal settore primario fino al terziario.*

La politica si dovrebbe far carico dell'istituzione di questo brand. Il marchio dovrebbe essere comprensivo di un logo attinente a degli elementi territoriali (i 4 Mori od un monumento/manufatto Sardo); dovrebbe poter contenere almeno una parola in Lingua Sarda e dovrebbe poter essere periodicamente promosso su stampa e tv internazionali attraverso un'efficiente copertura finanziaria onde garantirne un efficace investimento d'immagine.

Il marchio dovrebbe essere apposto su ogni impresa (artigianale, gastronomica, cooperativistica, culturale, ricettiva, etc.) che abbia ricevuto un finanziamento pubblico per la sua attivazione.

Inoltre il marchio dovrebbe potersi estendere anche a tutte quelle imprese a capitale interamente privato che ne facciano richiesta, entrando così in quel circolo virtuoso dei benefici dati dalla promozione pubblica che la Sardegna, attraverso il suo brand, dovrebbe incentivare. Alla politica il compito di definire le modalità di attuazione - anche in relazione alla normativa sulla libera concorrenza UE - circa i caratteri dell'iniziativa da intraprendere".

L'assessore ha proseguito il suo intervento con la necessità di migliorare la formazione regionale nel campo della ricettività (oggi partecipa col solo 8% del PIL regionale) e l'introduzione di specifiche leggi di settore. Oltre al necessario dialogo sul territorio con i professionisti dell'ambito.

Sarà il primo timido passo per far capire all'autonomismo che il valore aggiunto della Sardegna risiede proprio nella sua identità e non nella sua periferica omologazione all'Italia? Vedremo. Nel frattempo nessuna proposta al riguardo da parte del restante indipendentismo Sardo.

19-12-2010.

[U.R.N. Sardinnya ONLINE - Nazionalisti Sardi](#)

www.sanazione.eu

urn.mediterraneo@gmail.com