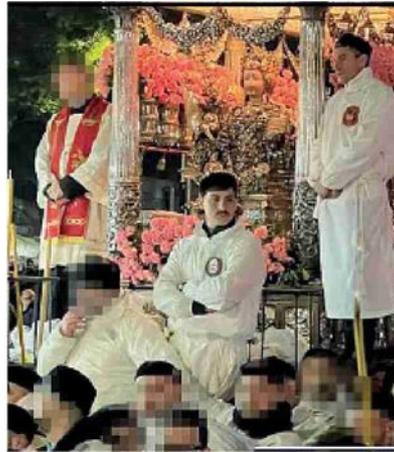


## VERSO LA FESTA

Catania come Siviglia  
Laneri: «Non solo fede  
Sant'Agata va esportata»

Le iniziative culturali e sportive che "avvicinano" la città alla festa della Patrona. Il trofeo podistico, il cereo dei macellai a Gravina e quello dei pescivendoli ad Aci Castello.

MARIA ELENA QUAIOTTI pagina II



# «La festa di Sant'Agata gemellata con Siviglia»

**Turismo.** La proposta suggestiva di Ornella Laneri: «Pensare a una joint venture con la Settimana Santa andalusa»

Politica e stakeholder  
a confronto: «Là dove  
non arriva il pubblico  
può arrivare  
il privato e viceversa»

MARIA ELENA QUAIOTTI

Il tema dei maggiori controlli sulle strutture ricettive in una città con afflussi turistici in crescita (3,9 i milioni di euro incassati dall'imposta di soggiorno nel 2024, con la previsione di arrivare a 4,5 milioni nel 2025) non è certo sfuggito all'amministrazione e ai cosiddetti stakeholder del settore. «Servono più regole, non paletti, per arrivare a un turismo di qualità. E per mantenerlo» dice a chiare lettere Ornella Laneri, di recente riconfermata a capo della sezione Turismo, eventi e cultura di Confindustria. Riflessione, insieme a tante altre, da lei espresse a *La Sicilia* dopo la riunione della Com-

missione consultiva sull'utilizzo della tassa di soggiorno di settimana scorsa e messe a verbale.

«È stato solo uno dei momenti del dialogo che si è aperto con le istituzioni - precisa - dialogo su cui il mondo che ruota attorno al turismo (alberghi, agenzie di viaggio, lidi balneari e vettori turistici) sta puntando. Il principio è: là dove non arriva il pubblico può arrivarci il privato e viceversa».

Un'altra proposta è davvero suggestiva: «Sant'Agata va esportata. Perché - propone - Catania non pensa seriamente a una "joint venture" della Festa di Sant'Agata con la Settimana Santa di Siviglia? In fondo si tratta di due dei maggiori eventi al mondo. Pe-

rò bisogna metterci le forze». Inoltre «i luoghi di Sant'Agata ci sono tutto l'anno dunque si tratta di un elemento attrattore senza scadenza. E Sant'Agata d'estate? Andrebbe fatta conoscere di più».

«La Sicilia ha un suo brand già riconoscibile a livello mondiale - prosegue Laneri - e Catania? La città è ormai un hub, se pensiamo solo al collegamento fondamentale con l'aeroporto e abbiamo ancora margini di



Peso: 13-1%, 14-29%

crescita. Ma quanto è, o sa rendersi, davvero attrattiva? I ragionamenti su cui lavorare sono diversi per contribuire, insieme, all'evoluzione dell'accoglienza e del turismo. Per fare la differenza non si deve pensare in termini di quantità, ma di qualità e senza lasciare nulla di intentato, perché un viaggiatore felice ne porterà altri. Ormai è la regola».

Cosa avete proposto alla riunione? «Abbiamo chiesto intanto un'anticipazione della programmazione degli eventi, almeno quattro mesi prima, alle strutture e ai tour operator, oltre ad una comunicazione efficace. Catania non ha un profilo social importante né un social media manager: è

un vero e proprio lavoro e come tale da affidare a professionisti del settore da selezionare con un bando. In parte, i fondi dell'imposta di soggiorno, potrebbero essere utilizzati allo scopo».

E poi? «Parlando d'estate, ci hanno assicurato una maggiore frequenza degli autobus verso la Plaia. Ma, ho chiesto: e la Scogliera? Certo, ormai si usa tanto il car sharing, ma deve essere una scelta. Si sta ragionando su un Centro congressi da realizzare in corso Martiri della Libertà e ci vorranno almeno due-tre anni: intanto bisogna puntare sull'esistente. Oggi il turismo congressuale e sportivo è tarato sulla domanda, ma non si devono raggiun-

gere solo gli operatori locali. Inoltre occorre la continuità dell'offerta, un cambio di paradigma sull'allungamento delle stagioni, creare eventi e nuove tradizioni, saper rispondere alle esigenze dei viaggiatori».



Peso:13-1%,14-29%