

Mirabilia Turismo tutto l'anno

La ricetta: cultura e grandi eventi

Chiusa la due giorni della **Camera di Commercio** su scenari e strategie

Sassari Nel 2025 circa il 10% dei turisti ha scelto la propria destinazione in Italia principalmente per partecipare a una manifestazione culturale o folkloristica, spendendo mediamente 107 euro al giorno (al netto di viaggio e alloggio) contro i 96 euro del turista medio. Una cifra che sale a 109 euro tra gli stranieri e tocca i 121 euro tra i "Baby Boomers". È a partire da questi dati dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle **Camere di Commercio** di **Unioncamere-Isnart** che si è svolto, tra Sassari e Alghero, il Mirabilia Day "Dagli eventi alla politica degli eventi".

Promosso dalla **Camera di Commercio** del Nord Sardegna insieme a **Isnart**, il confronto ha riunito la rete delle **Camere di commercio** aderenti al progetto Mirabilia in un vero e proprio laboratorio nazionale. Due giorni di analisi e approfondimenti su come trasformare i singoli appuntamenti culturali da iniziative isolate in veri e propri asset di sviluppo territoriale sostenibili e replicabili. Numeri che indicano come il patrimonio artistico e le tradizioni locali siano ormai leve imprescindibili di attrazione. Come ha sottolineato Stefano Visconti, presi-

dente della **Camera di commercio** del Nord Sardegna: «Il Nord Sardegna ha tutte le carte in regola per affermarsi come destinazione turistica d'eccellenza in ogni periodo dell'anno. È fondamentale puntare sul sistema rete degli eventi, uno strumento strategico capace di valorizzare le nostre tradizioni e creare opportunità per le imprese del territorio. Iniziative come Salude & Trigu dimostrano come la sinergia tra cultura, identità e promozione possa fare la differenza per destagionalizzare i flussi. Stiamo costruendo una vera e propria destinazione, sostenibile e autentica». Una prospettiva rimarcata anche da **Giuseppe Tripoli**, segretario generale di **Unioncamere**: «Il turismo è un motore fondamentale dell'economia: genera complessivamente oltre 200 miliardi, pari al 9,6% del Pil, e dà lavoro a quasi un italiano su sette. Certo, occorre puntare su un'offerta sempre più qualificata e tematica, valorizzando le specificità dei territori attraverso brand riconoscibili e strategie di marketing mirate. È questa la direzione della rete Mirabilia: fare dei territori che ospitano i patrimoni Unesco meno frequentati il punto

di partenza per costruire un sistema integrato di valorizzazione turistica».

Durante i lavori è stata presentata "Destinazione", la metodologia di **Isnart** dotata dell'indice di valore e impatto turistico dell'evento per misurare con rigore l'impatto economico e la sostenibilità delle manifestazioni. A tal proposito, Angelo Tortorelli, consigliere **Isnart** per il Progetto Speciale Mirabilia, ha ribadito: «Mirabilia è la dimostrazione che il patrimonio Unesco, gli eventi e lo sviluppo turistico possono camminare insieme: la nostra rete nazionale serve proprio a mettere in circolo modelli e competenze tra territori diversi, trasformando le buone pratiche in strumenti replicabili».

L'appuntamento ha messo a confronto eccellenze di tutta Italia legate ai riconoscimenti Unesco e alle identità locali. Dalla Sardegna, con i Candelieri e "Salude & Trigu", la panoramica si è estesa al Palio di Siena, al GIO Festival di Foggia (Canto Lirico), al Tocatì di Verona sui giochi tradizionali in strada, al Festival della filosofia di Modena, Carpi e Sassuolo, fino all'esperienza di Matera e ai progetti dedicati alla Transumanza e al cineturismo.

Nel 2025 il 10% dei turisti ha scelto la propria destinazione per partecipare a una manifestazione culturale o folkloristica





Un momento
della due
giorni
di lavori
tra Sassari
e Alghero
promosso
dalla Camera
di Commercio

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS118 - S.11221 - SL_SIC