

Il caso. Operativa da luglio la nuova struttura per 553 barche con 2.500 metri quadrati di spazi commerciali

Capo d'Orlando, il porto del rilancio

MARE E MONTI

L'investimento rientra in una strategia complessiva per far ripartire l'offerta turistica dell'intero territorio compresa l'area dei Nebrodi

CAPO D'ORLANDO (MESSINA)

■ Per l'inaugurazione ufficiale bisognerà attendere ancora qualche mese. Ma già dai primi di luglio a Capo d'Orlando, in provincia di Messina, il nuovo porto turistico (60 milioni di investimento, 553 posti per le barche, 2.500 metri quadrati di spazi commerciali) ha aperto i battenti. Un fatto storico per il centro turistico messinese che scommette sulla nautica per dare un nuovo slancio a un settore come quello turistico che da sempre è stato trainante. Un dato simbolico cui tutti guardano con grande speranza vuoi perché si punta al turismo di qualità, vuoi perché il porto può garantire collegamenti veloci con le Isole Eolie. Per quest'anno i cittadini si sono accontentati dei negozi, dell'intrattenimento nell'area della banchina. Per i numeri degli arrivi in barca bisognerà attendere ancora.

Il porto potrebbe essere un pezzo di una strategia complessiva di rilancio del settore che coinvolge Capo d'Orlando e tutta l'area dei Nebrodi facendo diventare realtà il sogno di un'offerta turistica mare-monti in grado di portare benefici a un territorio intero. Per questa stagione il sindaco Franco Ingrassia, nella nota inviata all'assessore regionale al territorio in cui chiede un freno alle concessioni demaniali per i lidi, ha sottolineato con soddisfazione «lo straordinario afflusso di visitatori registrato a Capo d'Orlando nel perio-

do estivo». Di numeri, però, nemmeno l'ombra anche se c'è chi stima che siano almeno 200 gli immobili utilizzati come case-vacanza tanto da far diventare questo glorioso centro turistico siciliano un modello di un certo modo di fare turismo che alla lunga, dicono in tanti, non paga. «Servono numeri certi - dice l'imprenditore Carlos Vinci - ma soprattutto abbiamo bisogno di qualità. A questo dove servire il marchio cui ho lavorato io stesso insieme ad alcuni amministratori. L'obiettivo era aiutare chi vuol fare veramente impresa, per esempio prevedendo sgravi fiscali, ma aiuta anche a capire quanto vale realmente questo settore». Alla fine hanno aderito solo in tre e quello che, secondo Vinci, poteva essere un esperimento pilota da estendere anche ad altri paesi del territorio è «stato fatto fallire miseramente» accusa.

Qualità è parola ricorrente tra gli operatori di quest'area della Sicilia ai quali avvertono l'esigenza di fare il salto, anzi lo chiedono a gran voce. Il Parco dei Nebrodi, guidato da Giuseppe Antoci, ha per esempio rivendicato ancora quest'anno un successo in termini di presenze nei comuni dell'area. Ma resta sempre il problema di un'offerta che abbia alla base un sistema vero. «Da queste parti - spiega l'imprenditore Filippo Filippeschi - viene chi cerca qualcosa di diverso e il fatto che quest'area sia lontana dagli aeroporti è quasi un vantaggio. Ma bisogna cominciare a lavorare sull'offerta, non ci si può improvvisare: i turisti, soprattutto quelli stranieri, cercano servizi e strutture adeguate. Che da queste parti spesso mancano».

N. Am.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

