

Castello, cultura e turismo, quale strategia? Intervista a Giovanni Bono

Nel Piano nazionale Strategico del Turismo (PST 2017-2022) viene indicata la Cultura come elemento di forza dell'offerta turistica italiana.

Gli altri pilastri sono il mare e la natura.

Iniziamo la discussione con Giovanni Bono, presidente della Compagnia del Castello e imprenditore nel settore turistico, parlando proprio di Cultura e Castello.

Bono si chiede: "Che fine hanno fatto gli stati generali del Castello, lanciati l'anno scorso dall'assessore Presti?"

"L'iniziativa di coinvolgere le associazioni", seppur arrivata dopo due anni dall'insediamento dell'amministrazione, "era buona, avrebbe potuto produrre una strategia sostenibile e condivisa per conservare, valorizzare e promuovere il Castello, ma dopo un anno quali sono stati i risultati?"

In occasione degli stati generali del Castello, prosegue Bono, "la Compagnia aveva dato la propria disponibilità a completare la realizzazione e la installazione dei pannelli informativi."

A tal proposito ricorda come con la precedente amministrazione, senza gravare sulle casse comunali, erano già stati installati 9 pannelli.



Compagnia del Castello

“Il progetto per il completamento dei pannelli informativi c'è già, con testi multilingue già approvati dalla soprintendenza”.

“Ma non abbiamo ancora ottenuto alcuna risposta da parte dell'assessore”.

La Società di Storia Patria il 22 giugno ha inaugurato, in una sala del Castello, la mostra sull'assedio di Milazzo.

“Ottima iniziativa, ma, ripeto, qual'è la strategia globale?

On demand? Chiedi e ti sarà dato?

Anche la programmazione degli eventi lascia a desiderare. Siamo già ad inizio estate e gli unici eventi programmati sono il Mish Mash e il Castroreale – Milazzo Jazz.

Il cartellone dell'estate milazzese, come del resto avvenuto

negli anni precedenti, non è stato ancora presentato.”

Se su Cultura e Castello la strategia probabilmente c'è ma non si vede, forse va meglio sugli altri pilastri del Turismo, vale a dire mare e natura.

“Per quanto riguarda il mare”, prosegue Bono, “siamo quasi a fine giugno ma ancora non è stata completata la pulizia delle spiagge e del terrapieno.

Sarebbe inoltre auspicabile potenziare i trasporti pubblici. Le corse degli autobus sono poche, non vi sono indicazioni sulle fermate e sugli orari, non vi sono pensiline nelle quali i passeggeri possano ripararsi dal sole durante l'attesa.”

E la natura?

“E' importante aver ottenuto l'area marina protetta di Capo Milazzo. Si potrebbe anche puntare sui sentieri, riattivando i tanti percorsi a Capo Milazzo”

Potenzialmente cultura, mare e natura non mancano, ma il brand “Milazzo” nel turismo è affermato?

“Purtroppo poco. Il nostro rimane un turismo essenzialmente di passaggio, viaggiatori diretti alle Eolie che si fermano per qualche giorno a Milazzo.

A riprova di ciò la zona del porto è piena di B&B e di ristoranti, tipico dei luoghi di transito.

Su Booking delle 120 strutture presenti a Milazzo oltre 100 sono B&B.

Non ci possiamo accontentare di questo tipo di turismo, sul quale sta provando ad entrare anche Capo d'Orlando con il suo nuovo porto.”

E vero, non ci possiamo accontentare di un turismo di passaggio se, come detto da quasi tutti i politici, il futuro

di Milazzo è nel turismo (e nel porto).

Ma la strada da percorrere, come comprendiamo dalle parole di un imprenditore del settore, è ancora lunga e per niente semplice.

