

## E adesso proposte/1

Inviato da Michela

(Avviso ai non sardi: abbiate pazienza, fino al 16 febbraio potrei essere vagamente monotematica. Sono le elezioni, baby!)

In armonia con il già descritto modello di comunicazione che impone showmen carismatici al posto delle visioni politiche, in queste elezioni si è parlato quasi esclusivamente di candidati, e quasi per niente delle idee. Per Ugo Cappellacci è un innegabile vantaggio, perché il suo programma, una volta epurato dell'esorbitante numero di passaggi in cui si denigra la giunta uscente, appare di una pochezza che farebbe arrossire chiunque dall'imbarazzo, se non fosse che i berlusconiani non sono inclini per loro stessa natura a questo dignitoso sentimento. Leggendo le sue molte pagine viene da rimpiangere la sintetica risposta del Duce agli albori del fascio, quando al giornalista che gli chiedeva il suo programma di governo, con più franchezza dei suoi pronipoti rispondeva laconico: *Mè a voj c'mandè!* (Io voglio comandare!). Per esprimere lo stesso complesso concetto, il Presidente del Consiglio in carica - Ugo Cappellacci non è che un apostrofo azzurro tra le parole *"Silvio"* e *"Berlusconi"*; - con la sobrietà che lo caratterizza ha fatto scrivere al suo ufficio marketing 62 pagine di parole in libertà. Legittimo, ci mancherebbe; basta tener presente che i programmi elettorali sono un'altra cosa. Per fortuna, PdL & soci a parte, ci sono anche i candidati che si presentano con progetti veri, alcuni dei quali contengono diverse proposte interessanti. A me ne piacciono soprattutto due, che oltre ad avere il pregio di non solleticare i voti di alcuna clientela, anticipano un orizzonte che non ha nessuna remora ad augurarmi e augurare a tutti i sardi.

La prima idea è una proposta sullo sviluppo turistico legato al piano paesaggistico, ed è nel programma della cosiddetta "coalizione" di centro sinistra, per semplicità detta *"Renato Soru"*. Si tratta del progetto Posadas, che mira ad aumentare di 1200 posti letto la recettività alberghiera sarda senza costruire un solo metro cubo in più sulla costa. L'idea è incentivare la costituzione di alberghi diffusi nei centri storici di 50 paesi, attraverso il recupero degli edifici di pregio disabitati, che in Sardegna sono abbondanti. Il progetto è stato già bandito nel giugno del 2008, e per ottenere il marchio e il collegato finanziamento regionale occorre rispettare uno standard preciso: ristrutturare con materiali naturali o in armonia con quelli locali (pietra e legno), arredare in maniera non banale e rendere disponibili libri di storia, letteratura e poesia sarda all'interno della struttura. Nonostante la sensatezza di queste richieste minime, ho letto sul sito di Bruno Murgia questa curiosa critica al progetto:

*"Io dico che sarebbe meglio consentire ai privati di sfruttare i propri locali da adibire all'albergo diffuso, nuovamente proponendo delle condizioni di favore, valide anche per chi non ha intenzione di adeguarsi ai canoni previsti dal progetto. Un marchio del genere finirebbe per rappresentare una concorrenza sleale, in quanto assicura delle condizioni favorevoli, solo se si accede a particolari condizioni indicate dalla Regione. Ma io, per quanto mi riguarda, devo essere libero di poter fare impresa, osservando le leggi, secondo i modi che ritengo più opportuni per trarre profitto."*

Secondo questa logica il marchio DOP del Grana Padano sarebbe concorrenza sleale perché può apporlo solo chi si attiene al disciplinare di produzione, e non chiunque si svegli la mattina e decida di fare formaggio dal latte crudo. A me pare piuttosto - da figlia di ristoratori vessati dalle iniziative senza regole di chi si improvvisa di volta in volta ristoratore, albergatore, b&b e impresa agrituristica a seconda di come cambia la pressione fiscale - che l'esistenza di un controllo regionale (troppo comodo quello locale, dove la parentela con l'assessore opportuno flette i controlli di legge come un fuscello) sullo standard dell'offerta alberghiera garantisca il cliente e premi, oltre alla progettualità di chi fa impresa seriamente, anche l'immagine globale dell'isola, evitando che il marchio Posadas finisca a fregiare, in nome della libertà di impresa, costruzioni in blocchetti con infissi in alluminio e insegna al neon. A chi volesse sapere di più delle reti di accoglienza territoriale organizzate, consiglio la lettura di questo progetto della Provincia Autonoma di Trento - apripista in questo ambito - che si è dotata di un marchio analogo a Posadas, denominato Cuore Rurale, addirittura più severo di quello proposto dalla Regione Sardegna.