

Alghero Investe nella Promozione Turistica: Affidato a SAE SARDEGNA S.p.A (la nuova Sardegna) il Contratto da 68.500 Euro

Un importante piano editoriale per valorizzare le ricchezze di Alghero: gastronomia, artigianato, e patrimonio artistico e naturale.

In una mossa strategica per rafforzare la sua presenza nel panorama turistico e culturale, il Comune di Alghero ha deciso di investire nella realizzazione di un piano editoriale dedicato. Il contratto, dal valore di 68.500 euro più IVA, è stato affidato alla ditta SAE SARDEGNA S.p.A. L'iniziativa mira a mettere in luce le molteplici attrattive di Alghero, tra cui la gastronomia locale, l'artigianato, e il patrimonio artistico e naturale, contribuendo a rafforzare l'immagine della città come destinazione turistica di primo piano.

Alghero, 6 Dic. 2023. Alghero, una delle gemme della Sardegna, ha intrapreso un'importante iniziativa per promuovere la sua ricchezza culturale e naturale. Il Comune, in data 5 dicembre 2023, ha emesso una determinazione amministrativa (protocollo 3190) che annuncia l'affidamento diretto del contratto per la realizzazione di un piano editoriale a SAE SARDEGNA S.p.A., con un investimento di 68.500 euro più IVA.

Questa decisione segna un momento significativo per la città di Alghero, che si impegna attivamente nella valorizzazione delle sue risorse. Il piano editoriale avrà il compito di esaltare le peculiarità di Alghero, dando risalto alla sua unica gastronomia, all'artigianato locale, e ai tesori del suo

patrimonio artistico e naturale.

L'affidamento del contratto a SAE SARDEGNA S.p.A., una società riconosciuta per la sua esperienza nel settore e proprietaria del quotidiano " la nuova Sardegna", è stato effettuato seguendo le normative vigenti in materia di contratti pubblici. Il Comune ha enfatizzato l'importanza della regolarità amministrativa e della trasparenza nel processo decisionale, garantendo che ogni aspetto del contratto rispetti i principi di legalità e imparzialità.

L'obiettivo di questo piano editoriale è duplice: da una parte, valorizzare e promuovere le bellezze di Alghero, attirando così un maggior numero di visitatori; dall'altra, creare un documento di riferimento che possa servire da guida per i futuri progetti di sviluppo turistico e culturale della città.

Mentre Alghero si immerge in questo ambizioso progetto, una riflessione sorge spontanea: perché l'amministrazione della città non ha scelto di incentivare e coinvolgere le aziende locali in questo tipo di iniziative? La decisione di affidare il contratto a una società esterna, pur riconosciuta per la sua esperienza nel settore, solleva interrogativi sulle potenzialità inesplorate delle imprese locali. Questo porta a chiedersi se esista una strategia mirata per supportare e far crescere il tessuto imprenditoriale interno di Alghero, in modo da permettere alle aziende locali di assumersi responsabilità e ruoli di primo piano in progetti di tale importanza.

Un altro aspetto che merita attenzione riguarda la forma che assumerà questa pubblicazione. In un'era dove i social network e i video short dominano la scena della comunicazione digitale, emerge la domanda: la scelta di una eventuale pubblicazione cartacea è davvero in linea con le esigenze comunicative attuali? Mentre la tradizione e l'eleganza di un'edizione stampata hanno indubbiamente il loro fascino, non

si può ignorare l'importanza e l'efficacia dei mezzi digitali nell'attuale panorama mediatico. Questa scelta riflette una strategia adeguata per raggiungere un pubblico più ampio e diversificato, specialmente in un contesto dove i giovani viaggiatori e gli utenti di internet giocano un ruolo cruciale nella diffusione delle informazioni turistiche?

Queste riflessioni sottolineano la necessità di un approccio bilanciato e innovativo da parte dell'amministrazione di Alghero, che tenga conto sia delle risorse locali sia delle dinamiche comunicative contemporanee. Sarà interessante vedere come il Comune e SAE SARDEGNA S.p.A. risponderanno a queste sfide, e quale impatto avrà il loro lavoro sul futuro turistico e culturale di Alghero.

[det_03190_05-12-2023Download](#)

Alghero: Promozione Enogastronomica, valorizzazione del settore primario e la necessità di una pianificazione adeguata

Crisi del Turismo ad Alghero: Analisi e Prospettive del segretario cittadino del PD Enrico Daga

Dopo cinque anni di governo locale e regionale, la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche locali emerge finalmente nell'agenda politica. Tuttavia, l'approccio tardivo e la mancanza di visione strategica hanno portato a risultati insoddisfacenti, come evidenziato dall'evento PlacaAlguer.

Mentre l'Europa si prepara per le fiere turistiche, Alghero affronta sfide interne tra vari enti e una stagione turistica deludente. In vista delle prossime elezioni, il Partito Democratico si propone come alternativa, puntando su un'approccio più inclusivo e strategico.

Finalmente!

Dopo cinque anni di governo, a fine mandato, pare che l'offerta enogastronomica e la valorizzazione delle produzioni locali siano entrate nell'agenda politica della destra al governo locale e regionale. Se non fosse che si tratta di argomenti di fondamentale importanza per l'economia della nostra terra, ci sarebbe da sorridere.

In primis è utile sottolineare la mancata riuscita di PlacaAlguer, un evento organizzato dall'amministrazione Conoci che mirava a valorizzare le ricchezze culinarie di Alghero e a posizionarle a livello locale e internazionale attraverso il coinvolgimento degli attori principali del mercato, ma si è rivelata poco più di una chiacchierata tra amici con annessa degustazione.

Pensare che tra poco in tutta Europa partiranno le fiere turistiche internazionali dove eventi di promozione di questa natura dovrebbero essere la normalità.

La promozione di una destinazione turistica richiede una pianificazione adeguata e un coinvolgimento tempestivo degli attori chiave dell'industria turistica che vanno coinvolti in sede di progettazione, cosa che per questa città sarebbe la realizzazione di un sogno.

Produttori, ristoratori, associazioni di categoria, Parco di Porto Conte (visibilmente marginalizzato) e altri stakeholder, non possono essere chiamati all'ultim'ora, vanno coinvolti in fase iniziale, non solo per parlare di ricette o presenziare alle conferenze stampa.

Ricerche di mercato, pianificazione strategica ,

individuazione dei mercati obiettivo (destinazioni connesse da voli e tratte navali) dovrebbero essere le direttrici su cui qualsiasi iniziativa deve essere pensata e realizzata, soprattutto quando vengono impegnate ingenti somme derivanti dal bilancio pubblico.

La recente nota delle opposizioni in consiglio comunale ben descrive la misura dello sperpero e del flop : nessun comunicato stampa autocelebrativo potrà riportare indietro le lancette del tempo.

Se a questa complicata carenza di visione, aggiungiamo l'ingrediente del conflitto istituzionale tra la Fondazione Alghero (molto impegnata a realizzare eventi in totale assenza di politiche di promozione), e l' assessorato al turismo (che sembra più alternativo alla Fondazione piuttosto che "maggior azionista"), si rende ben visibile il caos in cui regna il turismo di Alghero, settore vitale per la nostra economia.

Ecco che plasticamente emergono le ragioni della più che deludente stagione turistica appena trascorsa, nonostante le ottime premesse.

Ma tutto ciò non è abbastanza.

L'apoteosi dell'assurdo si concretizzerà a Fertilia, tra qualche giorno, in occasione dell' apertura della campagna elettorale della Lega, nella città del suo presidente Pais, dove si terrà un evento tutto incentrato su Europa, Pesca e Agricoltura: temi che per cinque anni sono totalmente spariti dall'agenda politica regionale e locale (tranne che per spuntinate elettorali), ed in particolare in quegli assessorati che avrebbero dovuto favorire una rinascita del settore primario, così come sbandierato in campagna elettorale.

Il tempo comunque gioca un ruolo fondamentale, siamo infatti ai "titoli di coda", mancano pochi mesi alla fine di questa grigia esperienza politico-amministrativa.

Il Partito Democratico è al lavoro per preparare un'alternativa credibile, fatta di idee chiare, proposte concrete, frutto di una rinnovata capacità di ascolto, che apra ad un'idea di Alghero e di Sardegna in grado di rappresentare una comunità che ha il diritto di essere orgogliosa della sua classe dirigente, e possa partecipare da protagonista alle future scelte.

Enrico Bachisio Daga

Segretario cittadino Partito Democratico

LEGGI I PUNTI CHIAVE DELL'ARTICOLO

1. **Ritardo nell'Agenda Politica:** Dopo cinque anni, la destra al governo locale e regionale ha finalmente iniziato a considerare l'importanza dell'offerta enogastronomica e la valorizzazione delle produzioni locali.
2. **Fallimento di PlacaAlguer:** L'evento, pur avendo l'obiettivo di valorizzare le ricchezze culinarie di Alghero, si è rivelato inefficace, limitandosi a una semplice degustazione tra conoscenti.
3. **Mancanza di Pianificazione:** Mentre l'Europa si prepara per le fiere turistiche, Alghero ha mostrato una mancanza di pianificazione e coinvolgimento degli attori chiave del settore turistico.
4. **Coinvolgimento degli Stakeholder:** La necessità di coinvolgere produttori, ristoratori, associazioni e altri stakeholder fin dalla fase iniziale della progettazione.
5. **Spreco di Risorse Pubbliche:** Critiche riguardo l'uso inefficace di fondi pubblici in iniziative mal pianificate.
6. **Conflitti Istituzionali:** Tensioni tra la Fondazione Alghero e l'assessorato al turismo, che hanno contribuito al caos nel settore turistico di Alghero.

7. **Stagione Turistica Deludente:** Nonostante le premesse favorevoli, la stagione turistica è stata inferiore alle aspettative.
 8. **Mancanza di Visione Politica:** Temi come Europa, Pesca e Agricoltura sono stati trascurati per cinque anni, ma ora vengono riproposti in vista delle elezioni.
 9. **Prospettive Future:** Il Partito Democratico si propone come alternativa, con l'obiettivo di offrire una visione rinnovata e inclusiva per Alghero e la Sardegna.
-

Controversia sulla Promozione di Plaça Alguer: 21.000€ a Una Società Toscana. Risponde l'assessore Cocco.

La decisione dell'Assessorato al turismo di affidare la promozione dell'evento Plaça Alguer a una società toscana per un importo di 21.616 euro solleva perplessità. L'assessore Cocco difende la scelta e fornisce dettagli sull'investimento. La polemica riscalda il clima pre-elettorale.

L'opposizione del Comune contesta l'affidamento dell'incarico di promozione dell'evento Plaça Alguer a una società esterna alla Sardegna e lo giudica costoso. L'Assessorato al turismo risponde sottolineando la scelta di un top player nel settore e dettagliando l'investimento. Nel contesto delle imminenti elezioni comunali, le tensioni crescono.

Alghero, 17 Ottobre 2023 – Fausto Farinelli

L'opposizione in consiglio comunale ha sollevato diverse perplessità riguardo la determinazione n. 2510 del 10/10/203 presente sull'albo pretorio del Comune. Essa attesta l'affidamento, da parte dell'Assessorato al turismo a guida Fratelli d'Italia, di un contratto da 21.616 euro a una società con sede a Lucca per la promozione e comunicazione dell'evento Plaça Alguer, previsto per iniziare il 18 ottobre.

Le critiche principali sono legate alla vicinanza dell'evento alla data di affidamento, alla scelta di una società non sarda, al costo ritenuto eccessivo e alla presenza di figure già dedicate alla comunicazione in seno all'amministrazione.

In risposta alle critiche, l'assessore al turismo, Alessandro Cocco, ha fornito le seguenti dichiarazioni:



“Esprimo onesta perplessità davanti alle polemiche dell’opposizione: leggano meglio la determina che citano. Plaçalguer vuole valorizzare ciò che di unico Alghero ha da offrire: una cultura millenaria e una gastronomia tradizionale e autentica, con un evento di qualità. Cinesensi si è distinta nel campo della comunicazione dell’enogastronomia a livello nazionale: ha curato la comunicazione di chef importantissimi come Gualtiero Marchesi, lo scorso mese di settembre ha pubblicato un volume dedicato ai percorsi turistici enogastronomici in Sardegna ad

opera della giornalista Ornella d'Alessio. L'impegno di spesa previsto dall'amministrazione comunale a favore della società nell'ambito dell'organizzazione della manifestazione PlaçaAlguer Gusto e Tradizione non riguarda solo la promozione, ma un considerevole numero di servizi: dalla realizzazione di una ricerca storica sulle ricette tradizionali algheresi e le loro radici culturali, curata dal giornalista Giovanni Fancello, all'organizzazione del convegno previsto per la mattina del 19/10, durante il quale si parlerà di enogastronomia come prodotto turistico esperienziale insieme agli operatori economici del territorio; passando per l'organizzazione delle lezioni con gli chef, con la partecipazione di 4 cuochi dell'istituto alberghiero algherese insieme alla partecipazione dello chef stellato cristiano andreini; la gestione Degli aspetti organizzativi e di segreteria; l'attività di Ufficio stampa, Che ha prodotto La promozione dell'evento sui più importanti portali e riviste tematici e non; Infine la promozione della manifestazione sui media outlet tradizionali e online. Esattamente come per tutte le altre manifestazioni organizzate e programmate ogni anno dall'amministrazione comunale o dalle sue partecipate, anche in questo caso, l'obiettivo è garantire eventi di qualità avvalendosi di tutte le professionalità necessarie per la migliore riuscita degli eventi, senza ragionamenti di piccolo cabotaggio. Spiace constatare, ancora una volta, che mentre il territorio lavora per reperire finanziamenti e organizzare eventi per destagionalizzare, c'è chi non perde occasione di remare contro la promozione di Alghero."

Questo contesto si inserisce in un clima già caldo, con la campagna elettorale per le prossime elezioni comunali entrata nel vivo. L'opposizione, evidenziando queste questioni, potrebbe essere alla ricerca di visibilità, cercando di contestare iniziative che, pur con criticità, hanno come fine la promozione del territorio.

Punto di riflessione per i lettori: Nel contesto di una campagna elettorale, come distinguiamo le legittime preoccupazioni da mere manovre politiche? Qual è il vero costo della promozione di un territorio e come dovrebbe essere gestito? E, soprattutto, quanto conta la provenienza di una società nella scelta di affidamenti pubblici?

Con la vicinanza delle elezioni, sarà essenziale per i cittadini mantenere un occhio critico e informato sulle questioni locali, cercando di distinguere tra reali problemi e strategie elettorali.

[det_02510_09-10-2023](#)

comunicato integrale dell'opposizione in consiglio comunale

“21mila euro a una società toscana per la promozione e comunicazione di Plaça Alguer”

Sull'albo pretorio del Comune si può trovare la determinazione n. 2510 del 10/10/203, ennesimo atto di spesa che desta più di una perplessità, prodotto dall'Assessorato al turismo a guida Fratelli d'Italia.

Perplessità di diverso tipo:

1- In primo luogo la data della determina. L'evento Plaça Alguer inizia il 18 ottobre e in comune si accorgono che bisogna curarne promozione e comunicazione solo una settimana prima.

2- in secondo luogo il fatto che il servizio venga affidato a una società con sede a Lucca in Toscana. Senza, ovviamente, nulla togliere alla professionalità della società, che ha ricevuto l'incarico dal comune in forma diretta, ci domandiamo perché non affidare l'incarico a un'impresa che operi in

Alghero o perlomeno in Sardegna. Siamo certi che nella nostra Isola ci siano numerosi soggetti (magari anche qualche giovane...), che avrebbero potuto svolgere con competenza questo ruolo, senza bisogno di andare a ricercare una ditta in "Continente".

3- in terzo luogo la somma impegnata.

21.616 € per la comunicazione di un evento che parte domani e di cui si è visto giusto un comunicato nella giornata di oggi, sembrano realmente un po' troppi.

Ora a voler fare ironia si potrebbe dire che noi ne abbiamo saputo poco perché viviamo ad Alghero e tutta la promozione e comunicazione è avvenuta a Lucca e in Toscana e sicuramente domani per Plaça Alguer i lucchesi arriveranno a frotte.

Tralasciando l'ironia però la cifra sembra veramente molto alta per la comunicazione di un evento di un paio di giorni.

4- Va infine ricordato che l'attività di comunicazione è, peraltro, già seguita per l'amministrazione da diverse valide figure professionali, titolate e del luogo. Questo di Placa Alguer pare, dunque, l'ennesimo doppione di Fratelli d'Italia sulle spalle dei contribuenti. Oppure 21 mila euro servono per la ricerca su ricette tradizionali algheresi? Se fosse, dei lucchesi che risultano esperti sulle tradizioni culinarie di Alghero fa già ridere così.

In definitiva sembra proprio l'ennesima spesa troppo elevata decisa dall'Assessore al turismo, espressione di Fratelli d'Italia.

– Prima i 30mila euro (poi ridotti a 25 mila) per un video che è servito giusto a far fare un post su Facebook al sindaco e che, come disse in aula l'assessore Cocco, vedeva il "concept" di un consigliere comunale.

– Poi i 150 mila euro per un progetto di raccolta dati per il

turismo, ipotesi di spesa talmente esagerata da portare gli assessori di Forza Italia, tra cui l'Assessora al bilancio, a non votare la delibera di variazione al bilancio per la destinazione dell'avanzo.

– Ora 21 mila euro e oltre per un progetto di comunicazione di un evento del quale la sensazione è che al momento non si sia comunicato molto.

Per tale ragione nei prossimi giorni interrogheremo l'Assessore Cocco, nella speranza che ci sappia spiegare il perché e il percome di questa ennesima ingente spesa di denaro pubblico.

a firma dei consiglieri dei gruppi consiliari di opposizione

Per Alghero, Futuro Comune Sinistra in comune, PD e M5stelle

Cuina de l'Alguer, al via il quarto progetto per la promozione e valorizzazione dell'algherese nell'ambito del programma coordinato dall'Assessorato alla Cultura del Comune di Alghero in

collaborazione con la Regione Sardegna.

Cuina de l'Alguer, al via il quarto progetto per la promozione e valorizzazione dell'algherese nell'ambito del programma coordinato dall'Assessorato alla Cultura del Comune di Alghero in collaborazione con la Regione Sardegna.

Alghero, 24 marzo 2021 – Cuina de l'Alguer, l'he fet per vosaltros. Aperte le iscrizioni per il corso che intende favorire l'apprendimento del catalano di Alghero attraverso la cucina algherese, che è figlia della sua storia e che ancor oggi viene principalmente denominata in un catalano antico, ma le preparazioni sono il prodotto di quella inesorabile evoluzione, come in ogni altra cultura, dove si possono ancora intravedere tracce di un passato lontano come in tutta la cucina di Sardegna. Tutte le persone interessate potranno inviare la propria adesione alla mail alguer.cat@gmail.com (il laboratorio della durata di 30 ore è gratuito e le iscrizioni sono libere fino a disponibilità posti). Il progetto, con il coordinamento dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Alghero nell'ambito delle iniziative politiche linguistiche finanziate dalla Regione Sardegna, si svilupperà su due lezioni settimanali (il martedì e giovedì dalle 18.30 alle 20.00) con inizio programmato martedì 6 aprile 2021

Il progetto si propone di stimolare i fruitori del laboratorio alla riscoperta e all'uso della lingua catalana di Alghero attraverso uno spazio legato alla contemporaneità per dare forte visibilità alla lingua parlata e scritta in tutte le occasioni e adatta a tutte le situazioni della vita moderna. Attraverso questo tipo di struttura del laboratorio dal punto di vista didattico, si cercherà in primo luogo di attivare negli "studenti", l'interesse, la curiosità, il desiderio di conoscenza del catalano di Alghero. La base sarà sicuramente una passione comune per la lingua algherese (che gli studenti

dovranno già conoscere a livello base) e contemporaneamente per la cucina tradizionale. Verranno sollecitati quei processi di pensiero che sono alla base della costruzione delle conoscenze, attraverso uno scambio continuo per cercare di creare il confronto e la sperimentazione sul campo. Ed è proprio quest'ultima fase che si vuole stimolare: fare in modo che alla fine del laboratorio si sia creato un prodotto valido da parte degli alunni, individualmente o in gruppo, fino a fare in modo che siano stimolati a continuare ad apprendere la lingua del territorio e portarla fuori dalle mura del laboratorio stesso, così che possa raggiungere idealmente un numero infinito di potenziali utenti.

In questa fase l'esperto/docente assumerà il ruolo del tutor, che disciplinerà e indirizzerà ogni partecipante alla realizzazione del proprio elaborato finale, in base alla specificità personali degli stessi. Il laboratorio, a causa delle restrizioni legate al Covid, si svolgerà esclusivamente in forma digitale con l'uso della piattaforma digitale Google meet, seguendo un approccio metodologico che ribalta il tradizionale ciclo di apprendimento fatto di lezione frontale, studio individuale e verifiche. Si utilizzerà la "flipped classroom" che farà leva sul fatto che le competenze cognitive di base dello "studente" possono essere attivate prevalentemente a casa, in autonomia.

ISCRIZIONI DAL 24/03 AL 03/04

Inizio corso martedì 06 aprile 2021

Lezioni martedì e giovedì dalle 18.30 alle 20.00

Mail per le iscrizioni: alguer.cat@gmail.com

Giuliana Portas – coordinatrice esperta d'ambito linguistico

Letizia Portas – collaboratrice esperta linguistico

AES, conclusa con successo “Qui c’è aria di Cultura”

Il 35esimo anno di attività dell’associazione inizia sotto i migliori auspici: è il primo evento di promozione dell’editoria sarda interamente online

L’assessora Monica Liguori: Tempio è disponibile a riaccogliervi a braccia aperte



L’incontro di chiusura con la presidente AES Simonetta Castia (in basso a destra), l’assessora Monica Liguori, lo scrittore Giampaolo Cassitta (in alto a destra) e Francesco de Filippi TEMPIO PAUSANIA. Se la prima sperimentazione di un evento in diretta streaming per l’AES è stata il Forum sull’editoria del dicembre scorso, **il primo evento di promozione dell’editoria libraria sarda interamente online** è arrivato nelle ultime settimane con la seconda edizione di “**Qui c’è aria di Cultura**”, che ha coinvolto il **Comune di Tempio Pausania** nel

circuito di promozione “**L’Isola dei libri**” sostenuto e patrocinato dalla **Regione Sardegna**.

Quattordici incontri con gli autori tutti in diretta sulla pagina facebook dell’AES hanno rappresentato l’ossatura di questa entusiasmante esperienza, vissuta guardando al futuro (tema centrale della manifestazione) per dare il via a **un anno importante, il 35esimo dell’Associazione editori sardi, nata nel lontano 31 ottobre 1986**.

«Quest’anno sarà caratterizzato non soltanto da manifestazioni di promozione dell’editoria libraria – ha affermato la presidente **Simonetta Castia** – ma dal racconto, anche attraverso i social, di ciò che l’editoria sarda è capace di offrire, passando per le case editrici di lungo corso che possono fregiarsi dell’importante traguardo del mezzo secolo di vita. Dall’esperienza negativa del Covid nasce così nuova consapevolezza dell’utilizzo degli strumenti tecnologici e dell’apertura a un bacino d’utenza potenzialmente illimitato – ha proseguito Castia –. E questa prima esperienza avrà dunque un seguito anche quando si potranno svolgere grandi e inedite manifestazioni di promozione della lettura in presenza».

Nell’incontro di chiusura, il successo della manifestazione è stato in particolar modo evidenziato dall’assessora alla Pubblica Istruzione del Comune di Tempio Pausania, **Monica Liguori**, che ha dato ampia disponibilità, in rappresentanza dell’Amministrazione comunale guidata da **Giannetto Addis**, a supportare iniziative di questa portata. «È un momento in cui c’è bisogno di Cultura come l’aria che respiriamo – ha specificato Liguori facendo suo il significato profondo del titolo della manifestazione –. Per il Comune di Tempio la consideriamo un’esperienza di grande prestigio».

Nonostante la ricchezza di argomentazioni e la bibliodiversità di cui ha goduto il calendario di appuntamenti, la manifestazione è stata particolarmente attenta nel trattare le problematiche della pandemia attraverso i libri.

Anche l'ultimo appuntamento è stato dedicato alla drammaticità della situazione, attraverso la presentazione del volume **"Sulla collina: 50 storie di pandemia"** di **Giampaolo Cassitta**. Incalzato dalle domande di **Francesco De Filippi**, l'autore ha illustrato i contenuti del libro, un sensibile omaggio agli uomini e alle donne che se ne sono andati in silenzio.

Cinquanta storie trasversali raccolte in tutto il mondo attraverso le cronache quotidiane, dagli USA all'Italia, dalla Francia al Camerun passando per il Pakistan e il Belgio, raccontate con pudore e tatto lasciandosi trasportare dall'ispirazione libera alla Spoon River di Edgar Lee Masters. Il ricavato del libro, edito da **Arkadia**, sarà devoluto in beneficenza.

Sempre **Arkadia** ha presentato il film-documentario in dvd **"Manga do. Igort e la via del Manga"**, che racconta il viaggio ispiratore dell'intreccio di **"Quaderni Giapponesi. Volume 2"**. «Riduttivo definirlo semplicemente documentario, è un film profondo che traghetta in un luogo dell'anima», ha sentenziato **Bepi Vigna**, che ha presentato l'opera assieme al regista **Domenico Distilio** e al co-produttore **Marco Lo Curzio**.

Il lavoro è nato da un'idea di **Igort**, al secolo **Igor Tuveri**, fumettista, illustratore, saggista e musicista, ma soprattutto uno dei più importanti autori italiani di graphic novel che, assieme al fotografo **Gianni Piliarvu**, ha percorso un itinerario verso il Giappone che ha il sapore di un intenso viaggio interiore.

Progetti per la promozione

della lingua catalana di Alghero, iniziano le attività con le associazioni culturali locali.

Inizia il primo progetto : Passejant nel temps amb el projecte cultural L'escola de Anèmone – LABORATORIO ARTISTICO IN LINGUA ALGHERESE

Alghero, 22 febbraio 2021 – Quattro progetti per la promozione e valorizzazione dell'algherese vanno in attuazione in questi giorni con il coordinamento dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Alghero nell'ambito delle politiche linguistiche coordinate con la Regione Sardegna.

Le norme contenute nella legge regionale 22/2018 in materia di tutela e disciplina delle minoranze linguistiche storiche, in applicazione della legge 482/1999 consente nell'annualità 2020 di mettere a disposizione risorse per i progetti in lingua catalana di Alghero attraverso il programma denominato "Algheresitat". Il progetto comprende quattro iniziative presentate alla Regione da altrettante associazioni culturali locali che hanno partecipato alla composizione del catalogo dei progetti predisposto dall'Assessorato regionale alla pubblica istruzione. Il progetto complessivo, approvato dalla Giunta Conoci, comporta l'erogazione del contributo regionale di complessivi 21.484, 00 euro. "Un ulteriore passo, importante, che vede l'Amministrazione comunale coinvolta direttamente con la Regione per la promozione delle attività a sostegno della lingua. A questo si aggiunge sicuramente la sinergia con lo sportello linguistico comunale e con la Consulta Civica per le Politiche linguistiche, con cui l'Amministrazione collabora con particolare riferimento, in questa fase, per il sostegno alle attività di promozione

dell'opportunità dell'insegnamento dell'algherese nelle scuole", commenta l'Assessore Marco di Gangi.

Le associazioni che hanno ottenuto la ammissione al finanziamento sono Ateneu Alguerés, con il laboratorio linguistico di promozione turistica "Itinerari culturali identitari", Mediatica Srl, con il progetto "Cuina de l'Alguer – l'he fet per vos altres", Cooperativa Ypnos, con il progetto "Pino Piras i l'Alguer", e l'Associazione culturale Anèmone, con il progetto "L'Escola de Anèmone". Proprio quest'ultimo da il via alle attività che nei prossimi giorni verranno avviate anche dalle altre associazioni e per le quali si dedicherà per ciascuna apposita comunicazione.

Il progetto Passejant nel temps amb el projecte cultural L'escola de Anèmone

LABORATORIO ARTISTICO IN LINGUA ALGHERESE

Sono aperte le iscrizioni al laboratorio artistico, in lingua algherese, riservato ai bambini dagli 8 ai 10 anni. Gli 8 incontri in programma si svolgeranno nella Biblioteca San Michele e in spazi all'aperto, di interesse storico-ambientale, del territorio di Alghero. L'appuntamento è tutti i sabati, dalle ore 9 alle 13, a partire dal 6 marzo 2021 con Annalisa Masala, Elena Riva e Claudia Soggiu.

Il progetto è organizzato dall'Associazione Anemone, con il coordinamento di Manuela Tinteri, con il contributo della Regione Sardegna, Assessorato alla Cultura, ed il patrocinio del Comune di Alghero.

LABORATORI ARTÍSTIC EN ALGUERÉS

Convidem los vostros minyons a participar cada dissabte, a partir dal 6 de març, als 8 encontres del laboratori artístic en alguerés organitzat de l'Associació Anèmone amb el contribut de la Regió Sardenya i lo patrocini del Municipi de l'Alguer.

Mestre – Torres 20 anni dopo | La promozione in C1 stagione 99/00

Mestre, 20 anni dopo. Chi c'era sa e chi non c'era lo ha sentito spesso raccontare da chi su quella nave della Tirrenia era partito da Porto Torres in direzione Genova portandosi dietro bandiere, striscioni, sciarpe e una certezza granitica che "C1 sarà". Era il 14 maggio 2000.

LA STORIA. Nella stagione di C2 1999/2000 fu felice il ritorno di mister Bebo Leonardi alla guida della Torres. Ottimo l'inizio (solo vittorie e qualche pareggio) ma nel mese di dicembre un lungo digiuno di risultati, causa infortuni e squalifiche, permisero a Triestina e Rimini di riportarsi in vetta alla classifica. Con la rosa al completo i rossoblù tennero testa alle prime della classe sino alla penultima giornata, quando grazie alla vittoria casalinga sulla Vis Pesaro per 1-0 e sfruttando il doppio passo falso di Rimini e Triestina (sconfitte rispettivamente a Gubbio e Castel San Pietro), arrivò il tanto atteso, quanto insperato, sorpasso. Ora bisognava solo vincere. L'ultimo ostacolo verso la C1, la trasferta di Mestre, del 14 maggio. Quel giorno la Torres ottenne una promozione storica con un netto 3-0 grazie al gol di Langella per l'1-0 che aprì la strada e, dopo un'autorete, e quello splendido di Amoruso.

I PROTAGONISTI. La vogliamo citare tutta la rosa di quella magica stagione: i portieri Tore Pinna e Pippo Zani, i difensori Riccardo Chechi, Stefano De Angelis, Danilo Ledda,

Lorenzo Lungheu, Rudy Nicoletto, Fabio Paschetto, Luca Panetto, i centrocampisti, Luca Lacrimini, Pietro Garau, Fabio Levacovich, Sandro Mazzoni, Sebastiano Pinna, Omar Rivolta, Luca Rusani, gli attaccanti, Stefano Udassi, Theo Karassavidis, Elefterios Tzivanakis, Sandro Federico, Antonio Langella.

Alcuni dei protagonisti di quel successo sono di Sassari. Spesso stuzzicati su quel traguardo hanno raccontato episodi e aneddoti che a distanza di tempo fanno ancora sognare i tifosi.

Per questo speciale Mestre 20 anni dopo abbiamo voluto intervistare alcuni giocatori che avevamo perso di vista, sebbene mai dimenticati, e che quel ricordo lo hanno custodito nel cuore, lontano da Sassari, la città che li ha accolti e amati e in cui, insieme a tutta la banda di Bebo, sono ricordati da eroi, e non solo per un giorno. Si tratta di Luca Amoruso, Riccardo Chechi, Pietro Garau, Stefano De Angelis e Luca Panetto.

IERI E OGGI. “Sono trascorsi 20 anni da Mestre – le parole del presidente Salvatore Sechi- e la Società ha piacere di celebrare quel successo che è stato di tutta la città con un video speciale e i racconti di alcuni protagonisti.

Ricordo con grande emozione il mio primo campionato vinto con la Torres, in un altro momento della nostra storia, al termine di una rincorsa strepitosa guidata dal tecnico Leonardi che è riuscito a tirare fuori il massimo da un gruppo straordinario di atleti. Li ricordo tutti con grande affetto e le loro testimonianze oggi sono un bel modo per rivivere il passato ma con uno sguardo sul presente e sul futuro. Un abbraccio particolare a chi in quell'avventura ci ha accompagnato: il nostro infaticabile e prezioso segretario Gianni Pedoni,

scomparso un anno fa e al grandissimo Vanni Sanna, figura di spicco imprescindibile per tanti anni in rossoblù. E una dedica speciale l'abbiamo voluta fare a un nostro piccolo tifoso, Gabriele, che ci aveva creduto prima di tutti ma se ne è andato pochi giorni prima di poter festeggiare quel sogno con la sua famiglia e con tutti noi. Allora ero un giovane vice presidente della Torres, oggi ne sono orgogliosamente il presidente ma sono sempre stato, prima di tutto, un tifoso e questa giornata la voglio ricordare come un regalo per tutti quei sassaresi, innamorati di questi colori, che continuano a seguire questa squadra con la stessa passione di allora".

ALGHERO PROTAGONISTA IN CATALOGNA – SUCCESSO PER LA PROMOZIONE DELLA CITTA' E PER LE IMPRESE – INIZIATIVE CON GRIMALDI E CON LA GENERALITAT SUI TRASPORTI

La Catalogna mai così vicina alla città di Alghero, grazie ai rapporti riallacciati nell'occasione della 39° Fira di Calella che dal 20 al 23 settembre scorso ha fornito un'occasione irripetibile per approfondire i legami culturali, economici ed imprenditoriali con uno dei mercati più ricchi d'Europa. Grande soddisfazione da parte di tutti per aver ottenuto un esito così importante per le aziende di eccellenza del territorio, per l'agroalimentare, per l'enogastronomia, per gli artisti che hanno portato il nome di Alghero in un ambito

internazionale.

La Fira di Calella ha registrato circa 30 mila visitatori paganti anche quest'anno, con una forte presenza istituzionale che ha permesso all'Amministrazione di gettare le basi per prospettive importanti specialmente sui temi dei trasporti. Le aziende presenti oggi con una propria rappresentanza nella conferenza stampa hanno espresso soddisfazione per l'esito della Fiera. Un successo quasi a costo zero per le casse comunali, dato che il Comune di Calella ha disposto le spese di alloggio, vitto, costo degli stand, mentre al Comune di Alghero è spettato solo il costo dei trasporti, che grazie ad un accordo con Grimaldi Lines.

Il Sindaco Mario Conoci ha condiviso oggi i risultati positivi dell'esperienza favorita dalla sede della Generalitat de Catalunya di Alghero, con la quale si stanno stringendo rapporti sempre più proficui. "Un impegno che abbiamo mantenuto con la città di Calella, – spiega Mario Conoci – e che questa Amministrazione ha voluto portare avanti individuandone la grande opportunità per l'immagine della città, per le aziende e per le prospettive di sviluppo economico con la Catalogna.

È stato fondamentale riallacciare i rapporti con Grimaldi – aggiunge – per costruire iniziative comuni per promuovere la destinazione Alghero in Catalogna, ma è stato anche importante incontrare le istituzioni delle Generalitat che vogliono lavorare sul fronte dei trasporti Alghero – Catalogna".

Fondamentale è stata la promozione, grazie anche all'investimento fatto per la produzione e stampa di materiale promozionale del quale Alghero era sprovvista. "Una occasione di visibilità straordinaria – per l'Assessore alla Cultura e Turismo Marco Di Gangi – oltre che per lo sviluppo della destinazione, anche per le realtà culturali presenti, rappresentate dallo sportello linguistico del Comune, a cui si sono rivolte centinaia di operatori della scuola catalana".

Anche per l'Assessore allo Sviluppo Economico Giorgia Vaccaro i risultati sono stati eccellenti. "Abbiamo invitato le aziende attraverso le associazioni di categoria, per integrare quelle già individuate dal Parco di Porto Conte con il Marchio del Parco – ha spiegato.

Il Parco di Porto Conte, infine, protagonista con le sue produzioni di eccellenza dell'agroalimentare e dei servizi turistici, "ha svolto un ruolo da protagonista – ha spiegato il Direttore Mariano Mariani – ma ha svolto anche il ruolo di collegamento con le realtà naturalistiche della catalogna per sviluppare progetti e iniziative comuni destinate a produrre risultati economici importanti per il territorio".

Ottimo riscontro anche per la delegazione culturale, anche questa individuata di concerto con il Comune di Calella, composta da 11 artisti algheresi che hanno promosso la nostra cultura e le nostre tradizioni.

si allegano alcune foto delle conferenza stampa di oggi e di alcuni momenti della partecipazione a Calella





Stintino: All'Isola in Vetrina slow food, promozione locale e tanto spettacolo

All'Isola in Vetrina slow food, promozione locale e tanto spettacolo

Successo a Stintino per l'edizione 2019 della kermesse turistica

Stintino 26 agosto 2019 – Tre serate che hanno confermato il

ruolo importante di Stintino nella promozione turistica, sia delle produzioni tipiche dell'Isola sia delle località dell'entroterra. L'edizione 2019 de L'Isola in Vetrina va, così, in archivio con un bilancio positivo, la partecipazione di tanti espositori e un pubblico numeroso che ha gradito la proposta slow food, la gastronomia e gli stand dell'artigianato e delle produzioni isolane.



«Abbiamo puntato tantissimo sullo spettacolo – **ha detto l'assessora al Turismo del Comune di Stintino Francesca Demontis** – con tre serate e tre ospiti importanti e bravi. Si è rivelato vincente, anche quest'anno, lo slow food. Siamo molto contenti e ci metteremo subito al lavoro per la prossima edizione».

Tante le produzioni che i visitatori hanno potuto scoprire, a partire da gioielli abilmente lavorati dagli artigiani isolani quindi ceramiche, coltelli, oggetti in sughero e oggetti d'arredo per la casa in pietra e bambole in pannolenci e feltro. Affollatissimi, come sempre, gli stand dedicati alla gastronomia dove i tanti turisti hanno potuto gustare i piatti

dello street food dagli arrosticini alla pizza frita, dalle frittelle alle frittiture di pesce e ostriche quindi ancora prodotti tipici sardi, panadas e sospiri ma anche Andarinos, pasta e seadas. E ancora, torrone, dolci sardi, miele, liquori sardi, cocktail e birra artigianale.



Le tre serate di spettacoli, poi, hanno accontentato il pubblico variegato, composto da giovani, famiglie e tanti appassionati della musica swing, R'n'R, disco. A dare il via agli appuntamenti è stato **Antonio Sorgentone**, pianista e cantante, vincitore della edizione 2019 di Italia's go talent che, accompagnato dalla sua band, ha coinvolto il pubblico con un repertorio mix di musica Anni 50, R'n'R, boogie woogie, brani originali e classici swing italiani di grandi del passato come Renato Carosone o Fred Buscaglione.

È stata poi la volta di Marco Bazzoni, in arte "Baz" che con il suo show di oltre un'ora ha fatto divertire, con gag esilaranti e canzoni, il pubblico presente assiepato sulla scalinata della nuova piazza Cala d'Olive.

Domenica 25, a chiudere l'edizione 2019 della kermesse turistica è stata la cantante americana **Noreda Graves**, strepitosa voce solista di uno dei più prestigiosi cori gospel al mondo. L'artista è scesa dal palco e ha coinvolto il pubblico che ha risposto battendo le mani a ritmo e sottolineando gli incantevoli passaggi vocali.

A chiudere le serate ci ha pensato Fabrizio Solinas con sessioni di djset.



L'Isola in Vetrina è stata promossa dal Comune di Stintino e dall'assessorato al Turismo con la collaborazione dell'agenzia

Villanova Monteleone: “Come ti scovo una location cinematografica”

Promuovere il territorio attraverso il cinema: domani il Sardinia Film Festival propone la prima parte del workshop a cura di Gennaro Aquino sulla figura del “location manager” .

Alle 21 la proiezione dei lavori in concorso

DAL 14 GIUGNO AL 7 LUGLIO

Sardinia Film Festival

WORKSHOP

www.sardiniafilmfestival.it

La figura del Location Manager nel cinema

La figura del Location Manager nel cinema di GENNARO AQUINO

VILLANOVA MONTELEONE

SU PALATU

SAS ISCOLAS

29 e 30 GIUGNO

10.30

VILLANOVA MONTELEONE. È possibile promuovere il proprio territorio attraverso il cinema? La risposta a questa domanda si chiama “location manager”, una figura professionale capace di individuare i siti più appropriati per le riprese di un film o di singole scene. Domani (29 giugno) la seconda giornata del Sardinia Film Festival a Villanova Monteleone,

sarà proprio dedicata a questa particolare attività: alle 10.30 nei locali di Su Palatu si svolgerà il workshop "La figura del Location manager nel cinema" a cura dell'esperto Gennaro Aquino, che ha ricoperto questo ruolo in molti film di Matteo Garrone.

Sarà la prima parte di un laboratorio che proseguirà domenica mattina. Il location manager può operare sia nell'ambito delle produzioni cinematografiche che televisive e pubblicitarie, ed è una figura utilissima sia per i produttori, che hanno la possibilità di individuare facilmente dei set naturali per i propri lavori, sia per le comunità che intendano autopromuovere le proprie bellezze paesaggistiche o architettoniche attraverso il cinema.

Le proiezioni in concorso per il Premio Villanova Monteleone al Miglior documentario italiano prenderanno il via alle 21 in Piazza Piero Arru. "Retour au village" di Flora Pesenti tratta delle difficoltà che alcune persone devono affrontare per potersi installare in alcuni paesini della Corsica, vittime dell'esodo rurale e della speculazione immobiliare. "Briganti" di Fabrizio e Bruno Urso è un corto sull'abbandono, spesso colpevole, da parte delle istituzioni e il degrado che accoglie e ospita delinquenza e criminalità.

"La camicia di Basilio" di Filippo Biagiatti, è invece un racconto che parte dal sogno e si fa memoria, attraverso pezzetti di vita e parole che diventano romanzo.

"My Tyson" di Claudio Casale racconta il campione italiano di boxe dei pesi Youth. Sua madre Patience racconta la storia della famiglia, dal viaggio migratorio alle difficoltà economiche incontrate in Italia.

"Hoa" di Marco Zuin è un documentario sulla vita quotidiana una guaritrice appartenente alla minoranza etnica Dao, che vive in un villaggio rurale nel Vietnam del Nord. "Malo tempo" di Tommaso Perfetti è la storia di Luciano, che sconta la sua

pena rinchiuso in casa, tra mura strette e giornate sempre uguali. Domenica (30 giugno) la seconda parte del workshop di Gennaro Aquino si terrà alle 10.30 a Su Palatu, stavolta sarà una vera e propria location scouting nel territorio di Villanova.