

# Progetto Sudonne, le prospettive del turismo post-Covid nel nostro Paese sono chiare



Le prospettive del turismo post-Covid nel nostro Paese sono ormai abbastanza chiare. Da una parte, tutti gli indicatori, le indagini ed i sondaggi effettuati fino ad oggi non mostrano alcun dubbio nel confermare che la timida domanda turistica delle prossime settimane e dei prossimi mesi sarà esclusivamente domestica e di prossimità. Dall'altra, di fronte al crollo già in atto dei flussi turistici internazionali, l'Italia delle Città d'arte e delle destinazioni turistiche più standardizzate e rinomate sta tentando di mutare cliché e di riorganizzarsi, ispirandosi ai modelli del turismo lento e sostenibile che, fino a qualche mese fa, venivano ancora considerati un format di nicchia da laboratorio, buono ed utile al massimo per la cosiddetta Italia dei centri minori. Una fotografia storica e forse irripetibile che non può non rappresentare, per i territori della nostra regione, una vera e propria chiamata alle armi della fantasia, della creatività, dell'ottimismo e della progettazione. **Con un obiettivo mai stato così a portata di mano: ripartire, da noi stessi e dalle risorse naturali, identitarie, esperienziali e distintive di una terra che autentica, sostenibile, lenta ed emozionante lo era già, senza doversi inventarsi null'altro.**

*È con queste premesse che Sudonne, movimento che raggruppa 15 donne imprenditrici e professionisti calabresi e del Sud Italia e nato con l'ambizione di dare voce ad una rete femminile virtuosa per un nuovo protagonismo meridionale, lancia un appello al tessuto imprenditoriale del territorio: trasformiamo subito in una opportunità di riscatto locale gli effetti sul turismo tout court prodotti purtroppo su scala nazionale dall'emergenza Covid.*

C'è un dato in particolare – spiega **Filomena Greco**, ispiratrice e promotrice del progetto Sudonne – sul quale più di altri invitiamo a riflettere: è saltata totalmente la programmazione turistica immaginata e avviata prima dello scoppio della pandemia e, quindi, anche alle nostre latitudini, è saltata tutta l'impostazione, condivisibile o meno, delle iniziative e degli eventi turistici già calendarizzati, per come svoltisi negli anni passati. – Ciò significa – va avanti – che si libera e si libererà anche una importante quota di risorse economiche che, fino ad oggi, è stata destinata, soprattutto dal pubblico ma anche dal privato, alla organizzazione di manifestazioni estive per lo più all'aperto e con importanti fenomeni di assembramento che, invece continuerà a restare vietato ancora per un medio-lungo periodo.

Quale occasione migliore – scandisce la promotrice di **Sudonne** – per concentrare risorse, energie e sforzi nella direzione di costruire finalmente uno strumento di promozione turistica e di comunicazione strategica unitaria del territorio omogeneo che va da Corigliano-Rossano a Cariati, con tutto l'entroterra della **Sila Greca e dell'Arberia**? – Da qui l'appello a tutte le imprenditrici ed imprenditori dell'area territoriale che include i 14 comuni di Cariati, Terravecchia, Scala Coeli, Pietrapaola, Mandatoriccio, Calopezzati, Caloveto, Cropalati, Bocchigliero, Campana, Crosia, Longobucco, Paludi e Corigliano-Rossano a farsi protagonisti e partner ideali, culturali e finanziari del progetto di realizzazione di un

videoclip professionale dedicato ai marcatori identitari distintivi ed all'offerta di turismi 365 giorni l'anno di questo territorio; una vera e propria visita virtuale concentrata sull'appeal esperienziale più competitivo del nostro patrimonio di risorse naturali da diffondere, attraverso un'attenta strategia di comunicazione, oggi nella nostra stessa regione a beneficio del turismo di prossimità e successivamente su canali nazionali ed europei, guardando alle prospettive di riapertura e rilancio totale del mercato turistico internazionale .Siamo convinte – conclude la Greco, annunciando che già dieci imprenditrici del territorio hanno aderito con entusiasmo al progetto – che ci sia bisogno di muoversi ed organizzarsi senza attendere con le mani in mano. Cogliamo questa occasione per investire dal basso in un'azione di unità e di rafforzamento, come mai è stato fatto fino ad oggi, dell'immagine più bella, vincente e complessiva di questo territorio, per farci conoscere ed attrarre anzi tutto i nostri corregionali ma anche per prepararci, con visione, ad attrarre, finalmente insieme, i potenziali visitatori dei prossimi anni.