

Uno spot sul turismo che esclude Brindisi non serve alla Puglia



Ci vediamo costretti a rilevare la goffaggine comunicativa di Puglia Promozione, Agenzia del Turismo della Regione Puglia, che escludendo Brindisi e il suo territorio dallo spot di due minuti, postato *on line* lo scorso 19 giugno, ha fallito l'obiettivo di promuovere per intero l'area regionale, sia in Italia che nel mondo, in vista dell'imminente stagione estiva.

Qui in gioco c'è la dignità di intere comunità e, addirittura, una tradizionale accoglienza riconosciuta da milioni di stranieri che a Brindisi vengono a godere le loro vacanze ma disconosciuta proprio da chi, dopo il lunghissimo periodo di pandemia, avrebbe la missione di farli ritornare.

E' inconsueto, insomma, che la massima Istituzione regionale registri, sia pure indirettamente, una caduta di stile così marchiana nello spendere, peraltro, soldi pubblici.

D'altro canto in uno spot dal titolo 'Una storia d'amore' sarebbe stato opportuno che proprio l'area brindisina avesse meritato amorevole visibilità oltreché riguardo, proprio per i rischi di marginalità sociale più evidenti che in altri territori, nonostante le eccellenze produttive qui presenti e le innumerevoli potenzialità economiche, infrastrutturali, ricettive, geografiche possedute e finora mai compiutamente attualizzate.

Turismo, cultura, arte, tradizioni religiose, ricettività, mare, campagna, portualità, Università, buona occupazione: ecco alcuni capisaldi di un'attenzione non data che, tuttavia, il nostro territorio adriatico meriterebbe, se non con uno *spot* di riparazione che la Regione dovrebbe subito commissionare alla stessa Puglia Promozione, almeno con il sostegno ad iniziative effettivamente promozionali.

Pensiamo, al riguardo, al *Career day* dell'Unisalento, progetto *online* che tratteggia scenari di futuro del mercato del lavoro nella presente fase storica in cui la trasformazione digitale ha profondamente modificato le relazioni ed impresso una nuova direzione ai processi di crescita e di sviluppo.

Un progetto in sintonia con i cambiamenti che stanno caratterizzando il mondo della formazione e del lavoro, affinché si accorcino le distanze tra le competenze necessarie alle imprese del territorio e le competenze di studenti e di laureandi, il cosiddetto *mismatch*.

E ciò per riconoscere ai nostri giovani non solo il diritto ad andar via dalla propria città ed i propri affetti ma anche il diritto di restare e/o quello di ritornare.

Insomma, se la Regione pubblicizzasse tutte intere le bellezze del territorio e, contestualmente, contribuisse anche ad incentivare importanti iniziative come il *Career day*, farebbe del bene alla Puglia, a Brindisi, alle sue donne ed ai suoi giovani.

Gianfranco Solazzo –

Segretario generale Cisl Taranto Brindisi

Brindisi, 22 giugno 2021