

PRIMO PIANO

Il caso Red Valley L'economia dell'isola passa dai grandi eventi

Il festival di Olbia ha creato un indotto di 60 milioni di euro Pisciottu: «Puntiamo alla Sardegna tra le top 5 d'Europa»

di Paolo Arduini

Olbia Oggi è il più grande polo turistico dell'isola. In questo modo il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola. Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

L'evento è diventato un motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola. Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

Stevano, Perdim
Diana Nigamano «Oltre la musica, la città ha da dire e sul fronte dell'ospitalità, per esempio, hanno fatto un lavoro di qualità». Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.



I giovani trainano i concerti Time in Jazz guarda a "Futura"

Tanti ragazzi tra i 24mila spettatori ai concerti dell'ultima edizione

di Paolo Arduini

Olbia C'è il nuovo che avanza. E più c'è il vecchio che si rinnova. In questo modo il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

L'evento è diventato un motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola. Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

Stevano, Perdim
Diana Nigamano «Oltre la musica, la città ha da dire e sul fronte dell'ospitalità, per esempio, hanno fatto un lavoro di qualità». Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

In cifre	
60	Indotto di euro che si stima possa aver generato il festival di Olbia dal 2012 al 2023
30	La migliore compagnia per viaggiare (Red Valley) ha un budget di 30 milioni di euro
3	La migliore compagnia per viaggiare (Red Valley) ha un budget di 30 milioni di euro
105	La migliore compagnia per viaggiare (Red Valley) ha un budget di 30 milioni di euro
70	La migliore compagnia per viaggiare (Red Valley) ha un budget di 30 milioni di euro
60	La migliore compagnia per viaggiare (Red Valley) ha un budget di 30 milioni di euro
24	La migliore compagnia per viaggiare (Red Valley) ha un budget di 30 milioni di euro



L'assessore Chessa approva: «Questa la Sardegna che sogno»

Dalla Regione pieno appoggio ai grandi eventi di musica e sport

di Paolo Arduini

Olbia La Sardegna è pronta. «Questa la Sardegna che sogno». L'assessore regionale alla Cultura, Francesco Chessa, ha approvato il progetto del festival di Olbia. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

L'evento è diventato un motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola. Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

Stevano, Perdim
Diana Nigamano «Oltre la musica, la città ha da dire e sul fronte dell'ospitalità, per esempio, hanno fatto un lavoro di qualità». Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.



Mare e piano trasporti
Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

L'evento è diventato un motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola. Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

Stevano, Perdim
Diana Nigamano «Oltre la musica, la città ha da dire e sul fronte dell'ospitalità, per esempio, hanno fatto un lavoro di qualità». Il festival di Olbia è diventato il motore economico del Sud della Sardegna. L'evento, che si svolge ogni anno a fine agosto, ha creato un indotto di 60 milioni di euro per l'isola.

PRIMO PIANO

I giovani trainano i concerti Time in Jazz guarda a "Futura"

Tanti ragazzi tra i 24mila spettatori ai concerti dell'ultima edizione

Olbia C'è il nuovo che avanza. E poi «c'è il vecchio che si riconferma», come dice anche una canzone. Il Time in Jazz gioca su un altro campionato, anzi forse nel tempo – e di tempo ne è passato: 36 edizioni – si è fatto proprio un girone tutto suo. Di nicchia ma poi neanche tanto. Popolare ma poi nemmeno troppo.

Stavolta più che mai, la carta vincente è il pubblico giovane. La suggerisce Luca Devito, factotum della rassegna jazzistica made in Berchidda, braccio destro di Paolo Fresu. L'ultima edizione del festival, diluita in un paio di settimane nella prima parte di agosto, ha registrato 24mila presenze. «Una netta crescita rispetto agli ultimi anni – suggerisce Devito –, il nostro pallino è sempre stato quello di smuovere più generazioni e in questo senso l'edizione appena conclusa, "Futura", è un punto di svolta». Qui le dinamiche sono diverse dall'arena gremita fino all'ultimo metro quadro. I concerti e le attività all'aperto vanno volutamente inseguiti, i luoghi che sono diventati identificativi della rassegna non sono altro che chiesette campestri, spazi di campagna, stagni. Il centro di ogni iniziativa, Berchidda, rifugge le logiche



Luca Devito
Direttore tecnico del Time in Jazz

dell'alta stagione estiva. Ormai lo zoccolo duro è, o dovrebbe essere, quella fetta di pubblico, adulto, fidelizzato da anni. «Eppure quando con Fresu capita di muoverci in Europa, specie all'est, notiamo contesti jazzistici dove il pubblico delle serate è fatto di trentenni o meno. Molto giovane, qui in Italia sarebbe un'anomalia». Per questo, nell'ultima edizione le proposte serali, nel palco centrale, hanno guardato alla contaminazione e

Sotto Tullio De Piscopo durante il concerto che ha aperto il Time in jazz a San Teodoro

hanno strizzato l'occhio a un target che sarebbe atipico. «Penso a Willie Peyote, i Colle der Fomento, non sono jazz – ragiona Luca Devito – ma forse si qualcosa c'entrano. Il genere ci è sempre stato stretto». E pensare che proprio a questo giro se una flessione c'è stata, è stata nella fascia di persone di 50-60 anni. «Sì, è venuta un po' a mancare la generazione storica. Tante persone, negli anni, anche oltremare, ormai si programmano la vacanza in funzione del calendario del festival. Stavolta, invece, molti più giovani». Al concerto di Tullio De Piscopo al golf club di Puntaldia, quasi seicento persone assiegate nella collinetta della buca nove, fronte mare, a ballare successi degli anni '80 c'erano molti ragazzi e ragazze. Gente che non era nemmeno nata ai tempi di "Stop bajon" e "Andamento lento". «Un pubblico diverso, magari mordi e fuggi, che dorme in macchina o riparte la notte stessa», che nei termini freddi dell'economia magari non lascia granché sul territorio. Ma diventa nuova linfa.

Solo diversificando è possibile rimanere a galla, e rimodellare al passo con le nuove generazioni una formula che ha spento 36 candeline. (p.a.)



in cifre

60

I milioni di euro che si stima possa aver generato il maxi-evento ospitato a Olbia dal 12 al 15 agosto

30

Le migliaia di persone che per raggiungere il Red Valley hanno viaggiato sui treni aggiuntivi messi a disposizione da Regione e Trenitalia

3

Le migliaia di persone che per raggiungere il Red Valley hanno viaggiato sulle navette ad hoc da Nuoro, Siniscola, San Teodoro, Tortolì, Budoni e Arzachena

105

Le migliaia di spettatori complessivi che hanno assistito alle quattro giornate di concerti a Olbia

70

Le migliaia di spettatori che aveva raggiunto il Red Valley lo scorso anno

60

La percentuale di giovani (under 25) presenti al festival

24

Le migliaia di persone che quest'anno hanno assistito alla 36esima edizione del Time in Jazz tra Berchidda e tutti gli altri comuni coinvolti nella manifestazione