

PIÙ SINERGIE CON LE ISTITUZIONI ECCO COSA VOGLIONO GLI OPERATORI TURISTICI

L'OPINIONE DI GIOVANNI MATARAZZO (COTURMET), ANTONIO LIOI (LA PRIMULA), ALDO MORETTI E MARISTELLA CUTOLO (ITINERARI DEL SUD) E ROSA AMOROSO (SOTTO IL SEGNO DEL DELFINO)

Laura Arcieri

È l'agire sistemico il vero propulsore dello sviluppo territoriale. Sinergie tra istituzioni e mondo imprenditoriale ed un'unica cabina di regia che favorisca la trasformazione dei diversi prodotti in pacchetti turistici appetibili sono le chiavi per rendere una regione, sia pur piccola come la Basilicata, una destinazione turistica di successo. Linee operative queste che trovano concordi gli operatori turistici lucani convinti della validità delle disposizioni normative varate la scorsa estate.

Le tre leggi che hanno innovato il quadro legislativo esistente (Legge Regionale n.6/2008 sul "Sistema Turistico Regionale", Legge Regionale n.7/2008 sulla "Disciplina della classificazione delle strutture ricettive di ospitalità della Regione Basilicata e Legge Regionale n.8/2008 sulla "Disciplina dell'attività di Bed & Breakfast") come sottolinea Giovanni Matarazzo, presidente del Coturmet, si sono rese necessarie per dare certezze giuridiche ed operative a tutto il sistema turistico regionale e per adeguarlo a quelli che sono gli standard nazionali ed internazionali.

"Le linee di intervento tracciate – aggiunge Matarazzo – rilanciano uno schema non più settoriale e si caratterizzano per una dimensione nuova, attenta alle esigenze del turista contemporaneo da tradurre in un'offerta di qualità che interessi tutta la filiera dell'accoglienza, dell'ospitalità e dei servizi al turista".

Sono necessarie strategie aperte che puntino sul coordinamento delle tante risorse locali, anche secondo

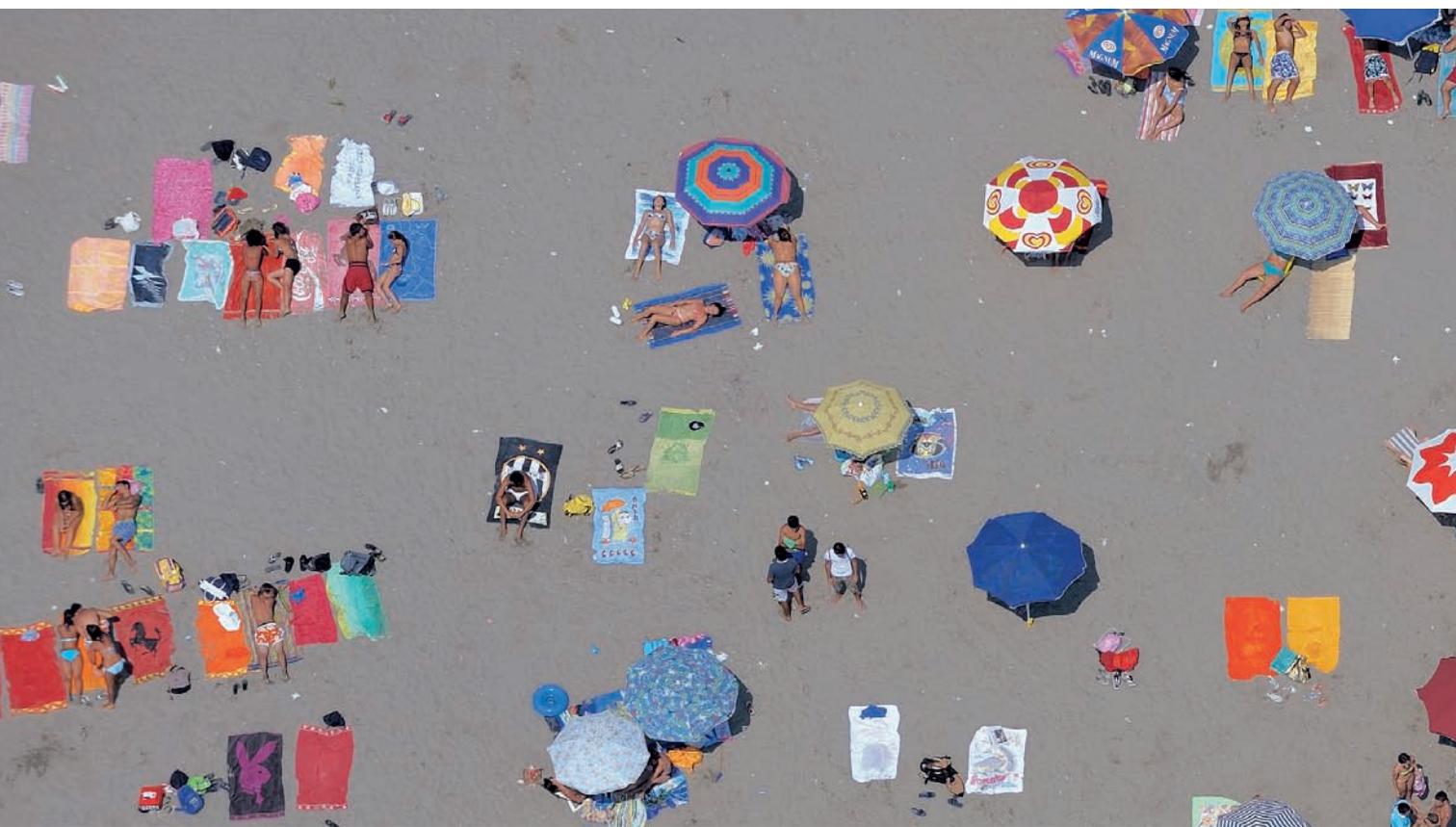
Antonio Lioi, uno dei gestori della struttura turistica "La Primula" a conduzione familiare e da due anni diventata una Srl. "Il turismo – spiega Lioi – è un settore con una dimensione di globalizzazione che richiede progettualità e non si può, dunque, marciare in ordine sparso ma occorre calendarizzare gli eventi, affrontare fattori critici come la carenza infrastrutturale e impiegare in modo efficace i finanziamenti disponibili".

In equilibrio tra punti di forza e opportunità del territorio, secondo Lioi, è possibile valorizzare i prodotti turistici regionali e implementare fattori di attrattività offrendo un'immagine della Basilicata turistica forte e integrata tramite un adeguato coordinamento tecnico, "un cervello per tante braccia" che pianifichi interventi mirati.

"Segmenti su cui investire – sottolinea Lioi – sono, in particolare, il turismo balneare, quello verde, il culturale e l'enogastronomico. Per quanto riguarda, nello specifico il turismo congressuale, che interessa il mio albergo – precisa – la domanda di organizzazione di meeting e convention è infrasettimanale e nei weekend si registrano poche presenze che andrebbero quindi incrementate attraverso strategiche operazioni di marketing". A tal proposito, azioni a sostegno del turismo congressuale, oltre che per i turismi scolastico e sociale, sono già state previste dalla Regione Basilicata con l'erogazione di contributi destinati anche ad agenzie viaggi e organismi di promozione turistica di altre regioni che pro-

Maratea (foto di Guido Alberto Rossi – Archivio Apt Basilicata)





Metaponto (foto di Guido Alberto Rossi - Archivio Apt Basilicata)

muovano congressi nelle strutture ricettive lucane così da favorire lo sviluppo del comparto nei rinomati poli di Maratea, Matera e Metaponto e nel Potentino dove si concentra il maggior numero di strutture (66) che offrono servizio congressi.

Accanto al turismo congressuale, tra i tanti turismi lucani, quello enogastronomico in sintonia con quello culturale andrebbe valorizzato, secondo il direttore del consorzio "Itinerari del Sud", Aldo Moretti. Nel Vulture-Melfese, ma anche in altre aree della Basilicata, la trasversalità del turismo legato alle tipicità è caratteristica ben evidente. "Negli ultimi anni - spiega Moretti - il turismo enogastronomico è cresciuto in modo esponenziale in Italia e registra un trend positivo anche

in Basilicata. Spesso i piaceri della tavola e la curiosità di scoprire i territori - prosegue - si mescolano per formare un cocktail di cultura, arte, storia e archeologia. E' forte la voglia dei turisti di conoscere luoghi di produzione, tradizioni e cultura che danno origine a un vino, a un formaggio o a un salume. Da qui, infatti, deriva il proliferare di agriturismi, fattorie didattiche, strade del vino e del gusto che vede i prodotti tipici protagonisti in tutte le stagioni dell'anno in quanto veicolo non solo di valori produttivi ma anche culturali ed emozionali del territorio". Le produzioni agroalimentari sono ambasciatrici dei lucani all'estero e ben si prestano, dunque, ad arricchire percorsi ed itinerari turistici che puntano su un ampio patrimonio storico, artistico,



religioso e culturale, su beni tangibili e intangibili, sul paesaggio, sul mare e sulla montagna. "Risorse quelle lucane – precisa Maristella Cutolo, una responsabile di Itinerari del Sud – che possono tutte insieme concorrere allo sviluppo del turismo se promosse attraverso strategie di marketing e adeguate attività promozionali come partecipazione a Borse e Fiere, organizzazione di tour educational, roadshow e workshop, già messe in atto con metodo partecipativo, grande apertura al confronto e professionalità dall'Apt". Opinione condivisa anche dal presidente del Consorzio "Sotto il segno del delfino", Rosa Amoroso, che evidenzia l'importanza di creare nuovi mercati compatibili con le caratteristiche turistiche locali e di individuare strumenti che consentano,

soprattutto nelle aree balneari, di destagionalizzare il turismo. "Nella consapevolezza delle tendenze in atto e dei grandi cambiamenti intervenuti negli ultimi anni – afferma Amoroso – è necessario colmare il gap organizzativo e attuare una strategia integrata per la promozione su mercati nazionali e per l'internazionalizzazione della Basilicata in mercati come Inghilterra, Germania e Olanda e in mercati nuovi come Russia e Svezia". Per valorizzare la Basilicata turistica, in un quadro d'insieme tracciato da alcuni operatori turistici regionali, appare, dunque, necessario predisporre un'offerta a "rete" distribuendo le risorse ricettive correlate ad adeguati servizi in ambiti geografici ben calibrati in rapporto ai singoli itinerari e al tempo dedicato alla vacanza.