

# Una cabina di regia per l'accoglienza diffusa

POTENZA - «Con l'ufficialità dello spettacolo di capodanno "L'anno che verrà" in diretta da Potenza su Rai1, albergatori, ristoratori, titolari di attività commerciali e di servizio hanno tutto il tempo per lavorare, in sinergia con le istituzioni, per garantire livelli adeguati e di qualità agli ospiti e al pubblico per l'evento che sicuramente richiamerà un gran numero di arrivi nel capoluogo di regione». Lo afferma Michele Tropicano, presidente Federalbergchi-Confcommercio Potenza sottolineando che per chi si occupa di ospitalità l'unica sana competizione è sui servizi, sull'innovazione per cogliere le esigenze degli ospiti e non certo sul campanile. «Per l'edizione 2015 abbiamo espresso tutta la nostra soddisfazione ai colleghi di Matera soprattutto per la grande prova di professionalità ed impegno dimostrata. Per l'edizione 2016 - aggiunge - sappiamo bene le difficoltà oggettive da affrontare ma se programmiamo da subito possiamo ripetere la bella prova di Matera. Tra le



Michele Tropicano

prime idee che richiedono - dice il dirigente di Confcommercio Imprese Italia Potenza - una cabina di regia con Regione e Apt, le associazioni di categoria e oltre al Comune di Potenza le Amministrazioni Comunali del comprensorio, la ricettività alberghiera perché il capoluogo da solo con 24 esercizi di varia tipologia è in grado di garantire poco più di 1.000 posti letto. E' evidente che bisogna estendere i servizi ai comuni più vicini: nell'Alto

Basento ci sono 82 esercizi di varia tipologia per ulteriori 1000 posti; nel Marmo-Platano Melandro 38 esercizi e 1.100 posti letto; nel Vulture-Alto Bradano 72 e 2.000 posti; in Val d'Agri 67 e 1.500 posti. Ma sarebbe un errore non utilizzare questa opportunità per coinvolgere buona parte della provincia di Potenza - dal Vulture-Alto Bradano sino alla Val d'Agri - anche come "modello" da utilizzare per il 2017 a Maratea e il 2018 a Venosa. Per questo - spiega Tropicano - si tratta di predisporre pacchetti da un minimo di tre giorni ed invogliare il pubblico de "L'anno che verrà" a fermarsi da noi per qualche giorno e scoprire le tradizioni delle feste natalizie e di fine anno e la gastronomia tipica delle grandi feste. L'evento televisivo, come è stato possibile verificare per Matera, è il più efficace spot promozionale del turismo lucano e soprattutto per Potenza e la provincia la più grande occasione di farsi conoscere puntando sugli appuntamenti successivi di Maratea e Venosa»

