

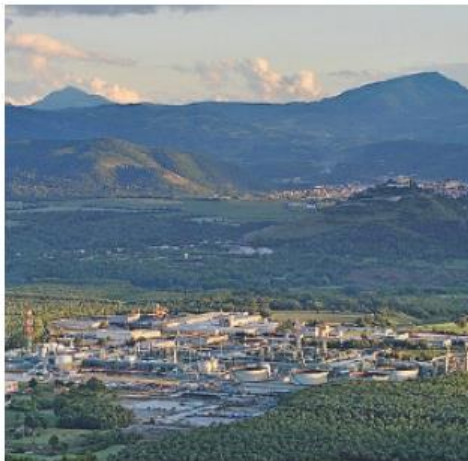
MICHELE TROPIANO \*

# Val d'Agri, turismo, Apt e Cciaa

**L**a collaborazione tra Apt Basilicata e Camere di Commercio di Potenza e Matera apre un nuovo capitolo per la promozione turistica della Basilicata. Il nostro auspicio è che si estenda ai soggetti sociali in prima fila su questo terreno quali i Consorzi di operatori e le confederazioni-associazioni di categoria.

Il primo obiettivo da raggiungere resta quello di affermare sui mercati nazionale ed esteri un "prodotto unico Basilicata" pur nella sua differente e variegata offerta (mare, montagna, cultura, enogastronomia, ecc.). Un obiettivo che richiede campagne di comunicazione e pubblicità univoche con messaggi non fuorvianti.

Per questo, l'annuncio di non presentarsi in ordine sparso agli appuntamenti fieristici, eventi e manifestazioni, come pure è accaduto in quest'anno e in quelli precedenti lascia ben sperare in direzione dell'accoglimento di proposte che come operatori turistici sosteniamo da tempo per rendere più efficace l'immagine Basilicata. Per tradurre in operatività e soprattutto efficienza questo nuovo impegno che sarà concretizzato in una convenzione-quadro



**TURISMO** Una veduta della Val d'Agri

Apt-Cciaa Potenza e Matera crediamo opportuno che si raccolgano le nostre esigenze che riguardano il posizionamento dei pacchetti di soggiorni e vacanze tenendo conto delle specificità di carattere locale.

La promozione dei siti Unesco con Matera e il Parco del Pollino, ad esempio può svilupparsi intorno ad itinerari che per l'ambiente mettano insieme tutti i Parchi

esistenti – nazionali e regionali – e per le località di cultura ed arte con Matera quelle di interesse archeologico in Val d'Agri e nel Metapontino, di Venosa e dei castelli federici.

Quanto ai programmi riferiti al food, anche questa stagione di sagre, appena conclusa, intorno ai prodotti alimentari più importanti, conferma la necessità di un coordinamento tra comitati delle sagre, enti locali, produttori ed albergatori-ristoratori-titolari di esercizi pubblici per fare in modo che gli eventi non si risolvano nella giornata o nel migliore dei casi nelle due giornate di visitatori agli stand ma diventino l'opportunità per una permanenza maggiore e per produrre benefici diretti all'economia locale.

Per gli operatori turistici dell'Alta Val d'Agri altro elemento che richiede un'attenta valutazione è quello delle risorse finanziarie. Nel messaggio che ci affida il Presidente Pittella su un ripensamento sull'impiego delle royalties del petrolio non si sottovalutino però i bisogni di promozione del turismo proprio in Val d'Agri.

*[\* Confcommercio - Presidente del Consorzio Turistico Alta Val d'Agri]*