

Federalberghi e Confcommercio credono in Melfi come centro di sviluppo territoriale

Sempre più Parco del Vulture che sembra arrivato in cima ai pensieri di tutti. E non solo dei politici.

«L'ulteriore accelerata della Regione per il Parco va nella direzione indicata da Federalberghi-Confcommercio Melfi e Potenza: il turismo ambientale e culturale ha bisogno del Parco in tempi rapidi». Lo dice in riferimento all'iniziativa tenutasi a Rapolla con Comune, esperti in primo luogo con assessore Pietrantuono. Com'è stato detto «le aspettative degli operatori turistici sono rivolti principalmente al comprensorio di Monticchio nella speranza che dopo troppi anni di progetti finalmente si realizzi un unico ente di programmazione di azioni ed interventi sempre più urgenti innanzitutto per la tutela e poi per il rilancio», dicono le stesse sigle sindacali di settore. Nel ricordare «la scelta di fare rete per rafforzare i piani d'attrazione turistica che a Melfi hanno opportunità rilevante nelle iniziative dedicate al Millennio di fondazione della città», Federalberghi-Confcommercio ribadiscono ora «l'impegno per la valorizzazione e la promozione di Melfi, per far conoscere a vari livelli il patrimonio culturale, storico-monumentale della città di Melfi e per favorire viaggi e soggiorni con itinerari che oltre ai beni monumentali (Castello e Cattedrale su tutti) puntino su ambiente ed enogastronomia». Pure per questo si intende allargare l'iniziativa di cooperazione agli albergatori dell'intero Vulture-Melfese-Alto Bradano, a partire dallo sviluppo del costituito Parco del Vulture, «per stimolare con dialogo e confronto le possibilità vere per creare concreto sviluppo».

E gli stessi albergatori investendo di più nelle strutture «possano contribuire ad elevare lo standard qualitativo del servizio alberghiero e di ristorazione nell'area Parco». Si sottolineano le potenzialità nei settori dell'enogastronomia, della produzione di olio d'oliva di qualità, e di castagne da esportazione. Anche per adeguarsi agli standard nazionali.

«A livello globale le eccellenze italiane spiccano anche rispetto ai prodotti esteri ma nonostante gli ottimi risultati ma – dice Tropicano in rappresentanza



sia di Federalberghi che di Confcommercio - c'è ancora molto lavoro da fare in termini di innovazione, sviluppo, promozione e valorizzazione del patrimonio enogastronomico italiano».

«Dal monitoraggio svolto da Enit grazie alla propria rete di sedi all'estero – dice Bastianelli, direttore esecutivo Enit – nella l'estate 2018 si prospetta un altro segno più negli arrivi dei visitatori europei ed extra-europei nel nostro Paese. Le formule dei viaggi vanno moltiplicandosi in vista di soluzioni sempre più in linea con le esigenze del consumatore.

Al turismo di massa, stanno affiancandosi formule di viaggio slow che identificano nell'italian way of life" e nella sostenibilità il primo "requirement" della vacanza sul nostro territorio.

«In linea con questa tendenza – aggiunge il direttore esecutivo Enit - va sempre meglio il turismo enogastronomico, che attraverso la valorizzazione dei cibi raggiunge il più ampio orizzonte dei profili culturali e dei vissuti dei territori che ospitano i flussi turistici».

E tutto ciò può e deve anche valere per la Basilicata e soprattutto per il Vulture-Melfese.

