

ATTRATTORI LUCANI

IL FARO DELLA CITTÀ DEI SASSI

MANCA UNA LINEA POLITICA

La Basilicata ha brillato di una luce riflessa anche sulla scia delle campagne di marketing dei vicini pugliesi. «Venite in Puglia... a Matera»

Boom di turismo nel 2019 ma manca una strategia

Il palcoscenico Matera influenza la regione a macchia di leopardo

LUIGIA IERACE

● I numeri del turismo in Basilicata non sono ancora ufficiali, ma il 2019 certamente chiuderà con segni positivi. Ne sono certi gli operatori del settore per i quali l'indice regionale vola alto con un buon 40 per cento in più. La Basilicata, sotto l'influenza positiva del palcoscenico Matera, Capitale Europea della cultura conferma, infatti, la tendenza a crescere, ma naturalmente a macchia di leopardo con aree che hanno maggiormente beneficiato del richiamo della città dei Sassi, ma anche di riflesso del lavoro fatto dalla vicina Puglia che è la regione che è riuscita veramente a sfruttare al massimo l'opportunità offerta da Matera 2019, con una strategia, che ha portato risultati eccellenti non solo sul territorio pugliese, ma anche benefici indiretti sull'hinterland lucano.

A tutto questo si aggiunge la grande eco mediatica con la promozione del territorio lucano sulle reti televisive nazionali anche grazie alla convenzione siglata dalla Regione con la Rai, che ha avuto la città dei Sassi che ha fatto da faro all'intera Basilicata che ha brillato di una luce riflessa ma ancor troppo flebile in una regione che da 10 anni attende un piano turistico regionale. Perché al di là di Matera che ormai è sul palcoscenico internazionale dei grandi attrattori, la Basilicata è una regione che non può certo permettersi di vivere degli entusiasmi del momento. Non ci si può cullare sul tutto esaurito della Val d'Agri (si veda la *Gazzetta* del 1 settembre) che è riuscita sicuramente a trasformare in positivo i dati dello scorso anno, salvo poi a dover considerare con una lettura più attenta che i numeri delle presenze, seppur annoverate come turistiche nelle statistiche di Apt o Istat, in realtà non sono tali, trattandosi di lavoratori legati all'indotto petrolifero e quindi all'economia del petrolio.

Una «falsa economia», altamente variabile perché condizionata dalle attività estrattive, come ricordato dal presidente di Federalberghi Potenza e Provincia e dell'Associazione

Direttori di Albergo (Ada), Michele Tropiano. Stesso ragionamento si può fare per le presenze collegate all'altro grande insediamento industriale della Sata-Fca di Melfi. Bene anche le aree interne con i loro attrattori, da Potenza ai Palmenti di Pietragalla a Castelmezzano e alle Dolomiti lucane a Monticchio Laghi, solo per citare alcuni territori. Soddisfatti gli operatori della fascia jonica, e tutto sommato anche di quelli di Maratea, seppur penalizzata dai problemi di inquinamento della coda estiva.

Secondo Federalberghi Potenza l'andamento ricettivo da giugno ad agosto solo grazie alle buone performance del Metapontino, di Maratea e di Matera dovrebbe ridurre notevolmente la flessione di presenze alberghiere (sino ad annullarla). La tendenza che si sta registrando e che vede diminuire i giorni di vacanza in albergo con una maggiore attenzione alla spesa, è stata più accentuata negli alberghi della Basilicata dove ad eccezione del "pienone" nelle prime tre settimane di agosto nel Metapontino, a Maratea e a Matera, nel resto del territorio l'andamento ricettivo è al di sotto dell'estate 2018.

Gli italiani non rinunciano al viaggio, ma sono sempre più inclini al risparmio; preferiscono il mare e riducono la durata del soggiorno soprattutto per motivi economici. Inoltre, diminuiscono i vacanzieri che scelgono settembre come mese ideale per la propria vacanza principale. E a giudicare dall'andamento climatico con un maltempo diffuso, si tratta di una scelta che sicuramente sta pagando.

Snocciola qualche dato il presidente di Federalberghi Potenza, Tropiano. «Nei tre mesi estivi più importanti le presenze sfiorano quota 1 milione a cui sommare 230 mila arrivi. Solo il mese di agosto rappresenta il 25% del totale della clientela degli alberghi lucani. Con una differenza ben marcata a livello provinciale: due terzi di presenze e arrivi a giugno, luglio ed agosto si registrano in provincia di Matera».

«Si conferma ancora - spiega Tropiano - la



debolezza di presenze ed arrivi stranieri che nei tre mesi centrali dell'estate nel 2018 hanno di poco superato le 88 mila unità come presenze e circa le 40 mila unità come arrivi. Pensiamo di superare questi dati nell'estate che si sta concludendo sempre per l'effetto Matera ma permane una insoddisfazione degli albergatori per gli ospiti esteri. È sempre il turismo delle aree interne a mostrare segnali di sofferenza».

In sostanza, quello che continua a mancare è la fotografia politica dei dati in una regione che non ha certo i grandi numeri per attrarre investimenti per l'industria turismo che è esclusivamente quella del turismo balneare della costa jonica e tirrenica che secondo l'Istat, nel 2018, conta circa il 60 per cento di presenze, segue Matera con oltre il 20%, Maratea con un 10%. Tutto il resto, come sottolinea da anni l'Apt di Basilicata, è un territorio dalle grandi potenzialità, con l'area del Pollino che stenta a decollare (circa il 4%). Ma qualcosa può cambiare, anche se occorre prendere consapevolezza che in un territorio così piccolo per giocare la carta turismo si deve puntare tutto su un solo prodotto faro che identifichi subito la regione e il territorio. È quello che insegna Matera 2019. Il vero successo sarà continuare a puntare su questo attrattore, come la luce di un faro che si spinge gradualmente verso un orizzonte più ampio: la Basilicata e le sue mille piccole attrazioni. Un passaggio naturale che potrà portare risultati, ma con un grande ostacolo da superare: il campanilismo. Eppure la Puglia insegna molto. «Venite in Puglia... a Matera». Uno slogan ingannevole, ma vincente.



TURISMO
Matera si conferma straordinario prodotto faro per la Basilicata. Un attrattore per scoprire altre suggestioni dalla costa di Maratea alla fascia jonica, alle aree interne, da Pietragalla con i suoi palmenti, alle Dolomiti lucane.
[foto Tony Vece]

