

## L'INDUSTRIA TURISTICA RESTA AL PALO

I controsensi della promozione in Basilicata

DI GIUSEPPE BALENA

» Promozione del turismo. È un mantra che in Basilicata da qualche anno sta diventando quasi ossessivo. Con quali risultati? Certo, promuovere e far conoscere la Basilicata è un obiettivo che vede tutti concordi e favorevoli. È diventata, però, anche quasi una moda usata e abusata, proposta e riproposta in ogni contesto e in ogni situazione. Con quali risultati?

### COSA NON VA

Durante un recente convegno tenutosi a Matera e promosso dall'Associazione Srm (Studi e Ricerche per il Mezzogiorno) dal titolo "Il ruolo del turismo per lo sviluppo della Basilicata" è emerso un quadro territoriale dove gli operatori dovrebbe sfruttare di più le opportunità di sviluppo connesse all'industria turistica, non limitando le loro attività alle poche località dove prevale per lo più un turismo monotematico e, spesso, a carattere balneare e cercando di superare i gap infrastrutturali che limitano la capacità di generare flussi turistici più strutturati e consistenti. La mera creazione di un'offerta turistica sempre più variegata e articolata, però, serve a poco se le istituzioni preposte non hanno la lungimiranza di dotarsi di una rete turistica online, dove i protagonisti siano principalmente gli operatori locali, turistici ed economici. Manca per esempio, inoltre, un sistema per il monitoraggio continuo della qualità dei servizi turistici erogati e che sia nella condizio-

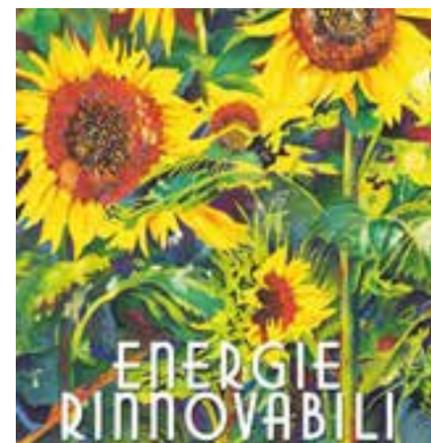
ne di premiare sul campo gli operatori turistici, ma soprattutto, di stimolare i diversi players turistici a fare sempre meglio. L'importanza di costruire delle reti turistiche online monotematiche integrate, locali e territoriali, potrebbe essere determinante per offrire sempre maggiori utilità e servizi ai turisti, oltre che a tutti i cittadini interessati; questo potrebbe essere utile anche per contrastare il diffuso analfabetismo telematico, gap infrastrutturale non considerato, ma che ha un'incidenza sempre più sostanziale nella scelta anche delle mete turistiche. Insomma esistono notevoli criticità e si scopre, a conti fatti, che le presenze straniere, per esempio, nella città di Matera sono diminuite.

### CHE FINE HANNO FATTO I PIANI DI PROMOZIONE?

In tutto questo che fanno la regione e gli enti preposti? La giunta con la delibera n. 272 del 6 marzo 2006 ha istituito il "Tavolo di concertazione permanente sulla strategia di promozione esterna della Regione Basilicata" per far conoscere la regione all'esterno. A quest'organismo è delegato il compito di "proporre alla giunta regionale un piano di promozione esterna della Basilicata che definisca gli obiettivi strategici che s'intendono perseguire, identifichi le attività da mettere in atto"; ha, inoltre, il compito di "promuovere il raccordo e la concentrazione delle attività verso specifiche aree geografiche" e di "elabo-

rare un rapporto di monitoraggio annuale di tutte le attività programmate". Un tavolo, quindi, composto da figure di rilievo della governance lucana tra i quali il direttore generale e il dirigente ufficio immagine della presidenza della giunta, gli amministratori unici dell'Alsia e dell'Apt, il dirigente dell'ufficio "Cooperazione Euro Mediterranea" e il presidente della "Commissione Lucani all'Estero". Sono passati ben sei anni dalla delibera n. 272/2006, ma niente si sa dei piani di promozione approvati e soprattutto dei relativi rapporti di monitoraggio per il 2010 e per il 2011. Forse, per molti aspetti, è solo l'ennesimo capitolo di spesa proficuo solo per pochi e per i soliti noti. Il danno, però, è per tutto il comparto e l'improvvisazione in alcuni casi la fa da padrona; per esempio, in un recente volumetto realizzato dall'Apt intitolato "Viaggio d'autore per esploratori del bello" si parla dei calanchi, ma non si nomina Montalbano Jonico, sede della "Riserva del Geosito dei Calanchi".

In ambito turistico gli strafalcioni non mancano, come quelli contenuti in un'edizione della De Agostini, stampata anche in versione inglese che, oltre a proporre improbabili piatti lucani, scambia i nomi e i cognomi di personaggi illustri della storia lucana. Allora più che di "promozione" turistica in alcuni casi bisognerebbe parlare di "bocciatura" turistica.



## FONTI RINNOVABILI LA EAE PROTAGONISTA

L'azienda altamurana ha partecipato al seminario sulle fonti rinnovabili a Taranto lo scorso 27 giugno

DIG. R.

» Durante il seminario "Energie rinnovabili", tenutosi lo scorso 27 giugno nella sala convegni Lumsa a Taranto, si è parlato dell'attuale stato delle fonti rinnovabili e degli scenari che potrebbero prendere corpo nell'immediato futuro; il relatore dell'evento Francesco Lamacchia (ingegnere edile, dottore di ricerca in Ingegneria Strutturale) ha inizialmente discusso l'importanza e il ruolo delle varie fonti rinnovabili, facendo particolare riferimento a quel-

la solare ed eolica, supportato dall'ingegnere Andrea Raffaelli che ha dato maggiore risalto al quadro legislativo di riferimento nazionale e regionale. Successivamente l'ingegner Lamacchia si è soffermato sull'azienda altamurana EAE (Euro Assistance Elettromeccanica) e sul suo ruolo nello sviluppo delle fonti energetiche alternative come possibile volano dell'economia locale e regionale. In particolare sono state riconosciute tutte le attività svolte

dall'azienda di Vito Cirrottola (amministratore unico) come l'installazione di impianti fotovoltaici ad alta efficienza ed ultimamente le turbine eoliche che stanno avendo un grosso impatto sul mercato. Un importante riconoscimento, quindi, per questa realtà locale che si sta facendo conoscere per i prodotti e servizi offerti ai clienti che riescono ad apprezzare il continuo coinvolgimento in tutte le fasi della filiera produttiva.



EURO ASSISTANCE ELETTROMECCANICA di Vito Cirrottola  
Via della Roverella, 46 | Altamura (BARI) | Italy  
Tel. 080 3149602 | fax 080 3161035  
email [areacommerciale@euro-assistance.net](mailto:areacommerciale@euro-assistance.net)  
[www.euro-assistance.net](http://www.euro-assistance.net)