

Grumento Nova. Il workshop di ieri è stato organizzato dalla Fondazione Eni

# Non solo petrolio nella Valle

*L'obiettivo è costruire un prodotto territoriale capace di attrarre turisti*

GRUMENTO NOVA - «Web economy, sviluppo sostenibile e marketing territoriale, opportunità per Val d'Agri e Val Camastra». È il workshop promosso da Fondazione Eni Enrico Mattei ed Eni, con il patrocinio di Regione Basilicata, Apt Basilicata e Ente Parco Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese nell'ambito dell'iniziativa "I Tesori delle Valli". L'iniziativa si è svolta ieri mattina nella location delle scuderie del castello San Severino del centro grumentino. Un primo momento di riflessione e dibattito sulle opportunità di sviluppo dell'area, a partire dall'analisi delle potenzialità già espresse dal territorio ed il confronto con expertise di rilievo, portatrici di una visione innovativa del mercato e delle tematiche legate all'autopromozione territoriale. Al centro le opportunità di sviluppo del comparto turistico, agricolo ed enogastronomico della Val d'Agri e della Val Camastra che risiedono nella capacità degli operatori locali di acquisire una logica di sistema». Il turismo una

strada percorribile diversamente dall'estrazione petrolifera, infatti, il sindaco del paese, Vincenzo Vertunni ha commentato «vorrei far capire ai giovani che il petrolio non è l'unica valvola di sfogo lavorativo ma ci sono altre strade, alcune possono seguire lo stesso percorso, altre diverse e altre possono camminare parallelamente». L'apertura dei lavori è stata affidata a Gianpiero Perri, Direttore Generale - Apt Basilicata che ha ribadito «abbiamo bisogno di accrescere la nostra capacità narrativa, abbiamo fatto molto col cinema, come "Basilicata coast to coast", stiamo continuando a farlo con il cinema e con le produzioni audiovisive e soprattutto attraverso i "social network"». Ad aprire la tavola rotonda il professore ordinario di economia e gestione delle imprese internazionali alla facoltà di Economia Luiss Guido Carli, Matteo Giuliano Caroli che ha puntualiz-

zato «occorre costruire un prodotto territoriale attraverso l'integrazione delle diverse componenti, il sistema ricettivo, l'offerta enogastronomica di eccellenza, una serie di servizi che consentano al turista di fruire delle bellezze naturali, ed una volta costruito il prodotto, comunicare in maniera intensa e con il web». «Internet cambia l'economia (e il turismo)» - ha indicato il senior Analyst - Public Policy and Government Relations - Google, Diego Ciulli con la sua analisi «la coda lunga del made in Italy». Focus su «Poste e-Commerce: il made in Italy è online» da parte del responsabile Marketing e-Commerce Postecom, Danilo Pagano che ha detto che il «servizio Poste e-Commerce, la piattaforma tecnologica e commerciale tagliata su misura per le esigenze delle aziende decise a investire nel mercato online»: «Il web può essere lo strumento - ha spiegato Roberta Milano, co-founder Bto Educational - per legare conoscenze, territorio, prodotti, identità e cultura, per fare promozione». Dettagli e approfondimenti, invece, del progetto "Pollino People Experience" da parte del presidente Forum Fondazione **Symbola**, Franco

Pasquali. A parlare di «Turismo sostenibile e sviluppo locale», Cristiano Re, coordinatore Progetti Speciali Fondazione Eni Enrico Mattei che ha sottolineato «la valorizzazione delle risorse del territorio è fondamentale per lo sviluppo locale e per accrescerne l'attrattività turistica. I progetti di ricerca della Fondazione Mattei - ha riferito Re - si muovono in quest'orizzonte di valori, partendo dalla visione del turismo come uno dei motori fondamentali di sviluppo occupazionale che genera progresso economico». Un inquadramento di «Italiacamp la Basilicata» è stato fatto dal coordinatore di Italiacamp, Giovanni Porsia. A concludere i lavori congressuali il direttore generale dell'Enit, Andrea Babbi con il suo intervento sulla «fabbrica di prodotto». Iniziative come queste servono «per ridare forza - ha riferito Babbi - e speranza al turismo in Italia, accompagnando i territori come questo e le tante aggregazioni anche di operatori turistici nei mercati, soprattutto all'estero creare fabbriche di prodotto, aiutare ad innalzare la qualità dei nostri prodotti e farli interloquire, scambiare economicamente con i tour operator ed i mercati mondiali».

**Angela Pepe**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alcune immagini del workshop di ieri

