

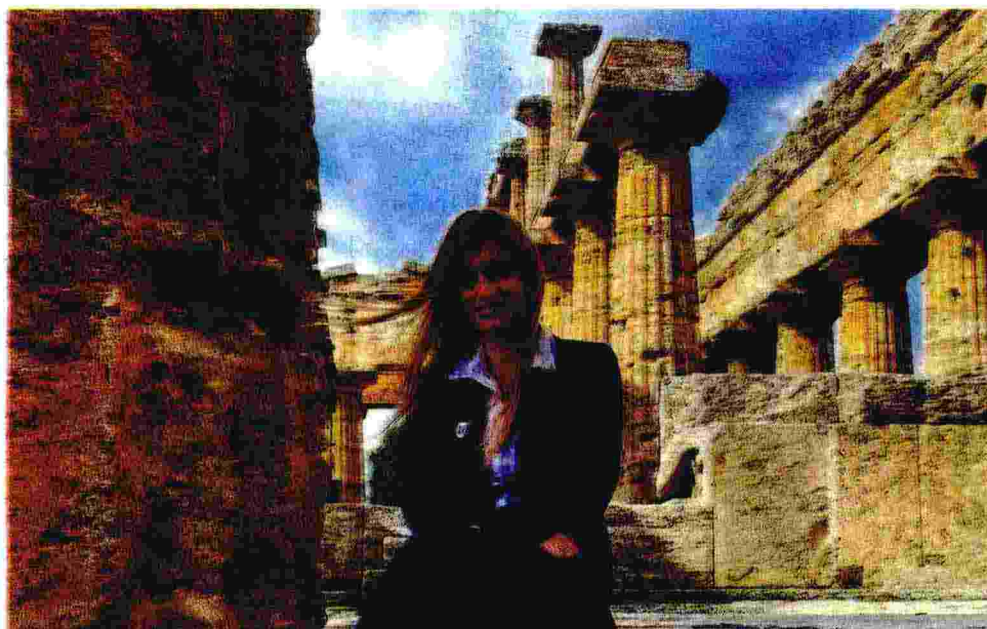
**TERRITORIO E SVILUPPO**

# Turismo, no al campanilismo

L'assessore regionale Casucci per l'intesa pubblico-privato

La Costiera Amalfitana, nota in tutto il mondo, Capaccio Paestum che ha saputo combinare sviluppo territoriale e narrazione delle bellezze, Salerno città, che ha lavorato bene sui flussi internazionali. Ma la strada è ancora lunga per coniugare questi tesori con l'ulteriore sviluppo del Salernitano. Utile il partenariato tra pubblico e privato.

■ VALLONE A PAGINA 4



Il Parco archeologico di Paestum e la direttrice Tiziana D'Angelo



**FELICE CASUCCI**

Riorganizzare per destinazioni e dialogo costante tra enti locali, associazioni ed imprese  
Destagionalizzare è una risorsa in più

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

046770

## TURISMO & SVILUPPO

# Cabina di regia contro i campanilismi

L'assessore regionale: «Bene conoscere noi stessi e saperci far riconoscere». La sfida è il partenariato pubblico-privato

La Costiera Amalfitana, nota in tutto il mondo, Capaccio Paestum che ha saputo combinare sviluppo territoriale e narrazione delle bellezze, Salerno città, che ha lavorato bene sui flussi internazionali. Ma la strada è ancora lunga per coniugare questi tesori con l'ulteriore sviluppo del Salernitano.

«Il turismo in Campania sta bene, abbiamo fatto grandi passi avanti per riconoscerci a noi stessi e quindi saperci far riconoscere», ha spiegato Felice Casucci, assessore al Turismo e alla Semplificazione territoriale della Regione Campania. «Abbiamo lavorato molto al superamento dei campanilismi, cercando di spingere i comuni verso eventi inediti. Siamo sostenitori di una cabina di regia che immagini lo sviluppo territoriale come uno sviluppo radicato fortemente sul territorio ma anche in grado di raccontare le bellezze esclusive del nostro territorio. Penso al turismo archeologico».

Una Campania inedita, quella nella visione dell'assessore al Turismo che ha ap-

profondito questo tema anche alla recente e venticinquesima edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum.

«Si pensi a Praiano, considerata nelle piattaforme internazionali la città più ospitale d'Italia, dimostra che anche in una zona famosissima si può fare qualcosa di diverso, riesca a promuoversi in modo indipendente. Questa è una bella storia, quello che ci sembra una bellezza acclamata ed evidente può diventare una bellezza da scoprire. La stessa bellezza ignota del Cilento che si continua a scoprire ed è straordinaria», dice l'assessore.

Tante le mete preferite dai visitatori in Campania, con Napoli e Salerno, Capri, Ischia, Procida. E poi la Penisola Sorrentina, la Costiera Amalfitana, le aree marine del Cilento. «In provincia di Salerno ci sono segnali significativi, dovuti a una scelta di fondo, perché tutta l'area ha avuto un rilancio importante sotto il profilo della balneazione. Paestum è diventata un modello, ha fatto un gran-

de e intelligente investimento con l'Ex Tabacchificio, diventato un polmone di organizzazione internazionale, tra i più significativi in Campania. A Capaccio Paestum la destagionalizzazione si fa effettivamente, gli alberghi sono aperti. In altri luoghi anche molti famosi della nostra regione molti alberghi sono chiusi. E' un esempio di eccellenza per molti motivi. Ci sono altre storie che invece sono più problematiche, anche perché più difficili da raggiungere. Su questo sta lavorando molto bene la Comunità montana del Vallo di Diano. Nonostante le difficoltà per raggiungerle sono territori, specialmente il Cilento, che hanno la capacità di raccontare due storie». Mare e collina, bandiere blu e vette altissime. Sono i due volti, opposti e complementari, del Cilento. «E' un'opportunità e anche un limite. - dice l'assessore regionale Felice Casucci - Se si è capaci di organizzare un'offerta turistica su questa ambivalenza è un'opportunità, è un'occa-

sione per amministrazioni e operatori. E' fondamentale l'impresa, l'operatore economico, la capacità di fare attività economica in maniera limpida e organizzata, con servizi di qualità».

Dunque il partenariato pubblico-privato, appare concretamente fondamentale nel turismo.

«A tal proposito sta nascendo una Dmo, Destination Management Organization, nel Cilento. Si tratta di un'opportunità enorme, il Cilento ha grandi potenzialità, ma deve essere maggiormente spinto in una logica di imprenditorialità. Questo tema è il più significativo sul quale bisogna insistere nelle aree interne», spiega l'assessore regionale al Turismo.

Ma quali grandi sfide attendono la provincia di Salerno? «Riorganizzare anche attraverso la Dmo l'offerta turistica provinciale in una prospettiva che distingue le destinazioni: turismo lento, religioso, e così via, e farlo attraverso il dialogo costante tra enti locali, associazioni, imprese».

Marianna Vallone

© RIPRODUZIONE RISERVATA

