

LA VETRINA BASILICATA E PUGLIA BIT A MILANO



Basilicata e Puglia in grande spolvero a Milano per giocarsi la sfida dell'attrattività turistica, tra mare pugliese e destinazioni di benessere lucane.

■ ALLE PAGINE 11 E 12



LA VETRINA DELLE OPPORTUNITA' TURISTICHE RAPPRESENTATE DALLE DUE REGIONI

Basilicata e Puglia in grande spolvero a Milano per giocare la sfida dell'attrattiva turistica, tra mare pugliese e destinazioni di benessere lucane.

**BASILICATA
DESTINAZIONE
DI BENESSERE**

"La pandemia ha reso i turisti maggiormente interessati a tutto cio' che riguarda la loro salute e il loro benessere fisico, intellettuale e spirituale. Proprio per questo, sono inclini ad esperienze piu' esclusive, in cambio di un completo relax e del distacco dalla realta' quotidiana. Un nuovo bilanciamento tra sicurezza, certezza di salubrita' e calore", ha detto l'assessore all'Ambiente, al Territorio e all'Energia della Regione Basilicata, Cosimo Latronico, intervenendo alla conferenza che ha inaugurato la partecipazione della Basilicata alla BIT, la Borsa Internazionale del Turismo, in corso a Milano. "Il progetto Ambiente Basilicata intende contribuire al marchio di destinazione della regione come fonte di vantaggio competitivo per attrarre turisti, imprese, investimenti, e per trovare nuovi mercati dove esportare. L'immagine di una destinazione e' il risultato di un'identita' posseduta o costruita - ha spiegato Latronico - e questa dipende dalle strategie di comunicazione, di posizionamento sul mercato e dalla condivisione dell'idea da parte tutti gli attori che qui vi operano. Il marchio del posto servira' a identificare e trasmettere questo territorio, la sua offerta turistica e i suoi valori, ma allo stesso tempo a posizionare questa offerta in un segmento specifico del mercato cosu' che la domanda da parte del turista sia soddisfatta e quindi possa convertire il suo interesse nella fruizione e nella visita al territorio. L'obiettivo generale del progetto e' il rafforzamento della competitivita' del territorio come 'destinazione benessere', progettata e organizzata per quei segmenti di domanda alla ricerca di esperienze di vacanza volte allo star bene inteso in senso olistico; esperienze finalizzate al miglioramento esistenziale ed all'arricchimento personale dei turisti, in cui cultura, divertimento, sport, religione, enogastronomia e salute si integrano e si valorizzano sinergicamente, salvaguardando nel contempo la qualita' della vita delle comunita' ospitanti e l'ecosistema ambientale". Destinazione di benessere, quindi, dove il cittadino temporaneo viene inteso come essere sociale indivisibile, alla ricerca della piena realizzazione per

BASILICATA E PUGLIA BIT A MILANO

La Lucania si offre come destinazione di benessere, mentre la terra pugliese si mette in gioco con tutte le sue bellezze

DI FRANCESCO TORRETTA



dare un significato permanente alla propria vita, in una prospettiva di turismo e di viaggio umanizzato, volto a creare valore ai viaggiatori, alle imprese e ai residenti, senza generare inconve-

nienti inaccettabili a livello ecologico e sociale. Di qui, la scelta di porre il benessere al centro della pianificazione strategica della Basilicata e dei suoi Parchi - ha aggiunto l'assessore - mettendo in

luce l'enorme potenzialita' che le aree protette, e le aree interne in generale, hanno in questo ambito e incoraggiando sinergie tra gli attori del comparto del turismo e l'ampio sistema di offerta del

benessere, al cui interno operano servizi termali, sanitari, sportivi, culturali, religiosi unitamente a prodotti per la cura del corpo e ai beni della filiera eno-gastronomica. Quelle turistiche in grado di qualificarsi come 'destinazioni del benessere' potranno far leva sull'appagamento per intercettare il crescente numero di persone e di comunita' che sta ripensando i propri valori e il proprio modo di vivere. L'attenzione verso una migliore qualita' della vita si sta concretizzando in una crescente domanda di servizi di benessere individuali e collettivi. Il consumatore oggi appare sempre piu' preoccupato per la sua salute, oltre che piu' consapevole dei suoi diritti e doveri nell'area della gestione del suo benessere e desideroso di giocare un ruolo proattivo per la realizzazione di una migliore qualita' di vita, a maggior ragione in conseguenza della pandemia da covid-19. In questo senso, il turismo del benessere e' chiamato, ancor piu' nella fase di transizione post emergenza covid-19, a diventare il settore piu' avanzato nell'applicazione dei principi di sostenibilita', secondo la filosofia dell'Agenda 2030. Il turismo benessere, quindi, dovra' essere compreso all'interno dei processi per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilita', altresu' costituire una realta' collegata alla vita urbana, interagente con i processi sociali ed economici della citta' e dei territori nell'organizzazione spaziale e funzionale delle strutture - ha concluso Latronico - che ne costituiscono le componenti fisiche dove si sviluppa (alberghi, piscine, parchi, ambienti sanitari, ecc.), compresi gli aspetti gestionali di erogazione dei servizi forniti agli utenti e le risorse energetiche utilizzate".

**LA PUGLIA DALLE
GRANDI ATTRAZIONI:
NON SOLO MARE**

Grande entusiasmo nello spazio espositivo Puglia, affollatissimo di operatori qualificati e di giornalisti. "Il turismo e' professionalita', e cucina, e bellezza ma e' anche un'occasione di conoscenza, per cui ci auguriamo che la vacanza in Puglia possa diventare la chiave di attrazione di qualunque attivita' umana e, quindi, per investimenti economici - ha detto Emiliano - . Ma si puo' venire da noi anche semplicemente per scrivere un libro, studiare o sposarsi o per rilassarsi, per immaginare una storia d'amore. Insomma, la Puglia e' uno stato d'animo e, chiunque venga da noi, in pochi secondi

■ **CONTINUA A PAGINA 12**

diventa pugliese perché qui potete sentirvi a casa anche in un posto che ancora non conoscete". La novità dell'edizione 2022 sono gli itinerari turistici dedicati all'artigianato, quale espressione di arte e cultura della Puglia. È proprio fra pregiati manufatti di cartapesta e ceramiche d'autore che la Puglia ha dato il benvenuto al ministro del Turismo Massimo Garavaglia. "C'è tanto da fare. Oggi, finalmente, vediamo che si riparte. La Puglia ha fatto molto e anche in questi due anni di crisi ha retto - ha evidenziato il ministro Garavaglia, -. Dobbiamo imparare, il futuro non sarà più come prima, fra le parole chiave c'è la sostenibilità e in Puglia l'avete già portata avanti. In Puglia, in Italia, c'è un patrimonio immenso e quando, lo possiedi, hai il dovere di mantenerlo, di farlo crescere se ci riesci e di farlo rendere, cosa non banale".

Alla BIT partecipano 40 operatori turistici pugliesi che, in quattro giorni, avranno la possibilità di incontrare fino a 50 buyers provenienti da tutto il mondo. I colloqui B2B sono stati accuratamente preparati on line, dove le aziende pugliesi hanno potuto selezionare con grande anticipo i buyers ed il mercato di riferimento al quale sono interessati.

"La Regione Puglia è una destinazione fortemente attrattiva. Lo stand della Puglia è stato visitatissimo sin dai primi minuti di apertura e l'offerta è davvero varia - ha sottolineato Gianfranco Lopane, assessore al Turismo Regione Puglia -. Partiamo con l'artigianato artistico di qualità, e con il far vivere l'esperienza delle nostre botteghe nei laboratori. Si continua con l'enogastronomia e la possibilità di partecipare agli show cooking per conoscere i nostri prodotti tipici. E, ancora, la possibilità di far



incontrare i buyer del mercato internazionale e i Comuni delle destinazioni più ambite della nostra Regione. La Puglia continuerà a mantenere trend assolutamente positivi e ad essere un'autentica meraviglia".

La partecipazione alla BIT per la Puglia significa, soprattutto, ribadire una cultura di accoglienza antichissima. "In 15 anni abbiamo fatto una rivoluzione riconosciuta da tutti, siamo la regina del turismo

italiano, questa per noi è una grande soddisfazione ed anche motivo di grande responsabilità - ha proseguito il presidente Emiliano -. Il nostro non è un modello perfetto ma abbiamo una grande capacità di dare amore, rispetto ed affetto". "Dobbiamo continuare ad alzare la qualità dell'accoglienza ai nostri turisti - ha proseguito Sebastiano Leo, assessore alla Formazione Professionale della Regione Puglia -. È importante prose-

guire il lavoro avviato sia con gli operatori turistici che con gli addetti ai servizi, per proseguire nella formazione di qualità".

Puglia vuol dire anche sapori ed il presidente Emiliano, insieme all'assessore al Turismo Lopane, si è fermato nella sezione Puglia for Foodies avviando la degustazione didattica di fave e cicorielle. Il presidente Emiliano ha, quindi, sostato nel punto allestito per il selfie dedicato

a San Nicola. Qui ha ribadito il rapporto che lega Bari alla Russia e all'Ucraina, attraverso il Santo protettore.

"Milano è la fiera internazionale del turismo e questo è, probabilmente, lo stand più bello della storia. Ci sono tanti operatori, pronti a promuovere un'estate stupenda, un'estate vincente per una Puglia sempre più sulla cresta dell'onda" ha concluso Luca Scandale, direttore generale Pugliapromozione.