



Vallo della Lucania Parco ed Ept tracciano un primo bilancio: nessuna crisi, in aumento i vacanzieri

Il brand Cilento conquista i turisti

Guidano la top ten
delle località più gettonate
Castellabate ed Acciaroli

Antonio Vuolo

CASTELLABATE. La crisi economica non tocca il Cilento. L'estate 2012 si chiude con un bilancio positivo per l'area protetta più vasta d'Italia. Castellabate, Pollica-Acciaroli e Camerota sono le regine assolute. In leggera flessione invece i flussi turistici verso il Golfo di Policastro. In questo caso, ha influito moltissimo il sequestro e la conseguente chiusura degli stabilimenti balneari ad inizio stagione turistica. Ma in generale c'è stato un aumento di turisti, italiani e stranieri, che hanno scelto di trascorrere le vacanze nel Parco nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni. Chi alla ricerca di un tuffo nel mare cristallino della costa, fregiato di bandiere blu da Capaccio a Sapri, chi invece alla scoperta dei tesori ancora poco conosciuti dell'entroterra.

«Questi risultati - sentenza Amilcare Troiano, presidente del Parco - sono la migliore risposta a qualche isolata cornacchia di turno che cerca di denigrare il lavoro positivo fatto dagli organismi dell'ente in questi anni. Ma a noi queste chiacchiere non interessano, perché è ormai opinione sempre più diffusa tra amministratori e privati che il Parco è un ente fondamentale per la tutela, per la promozione e per lo sviluppo del territorio». Il Cilento ha, infatti, ormai consolidato il suo brand nei mercati nazionali ed internazionali ed è, quindi, apprezzato da un numero sempre più vasto di visitatori grazie ad una variegata offerta turistica. Natura, storia, arte, cultura, enogastronomia. Sono tanti i fattori che spingono i turisti, in esponenziale aumento quelli prove-



nienti dal Nord Europa, a scegliere quest'area. In forte crescita anche il turismo nautico con la presenza quest'anno nei mari cilentani di diverse flottiglie di barche a vela che hanno potuto conoscere il territorio grazie all'iniziativa «Cilento Cup».

«Prima tante persone non riuscivano nemmeno a collocare geograficamente il Cilento, oggi è invece conosciuto da tutti», dicono dall'Ente provinciale per il turismo di Salerno. A breve saranno resi i dati ufficiali, ma i primi risultati confermano che l'area a sud di Salerno è in continua crescita. La costa è

ancora più gettonata rispetto all'entroterra che sta però pian piano recuperando il gap. Trend elevato per le strutture ricettive dove il rapporto qualità-prezzo è più competitivo. «Il Cilento - sottoleneano dall'Ept - rappresenta ormai un'area di sviluppo importante sia per la provincia di Salerno che per la Campania tutta». Riconoscimenti a livello mondiale, dalla dieta mediterranea all'inserimento nella rete dei geoparchi di tutto il mondo, ed un'incessante attività di promozione e comunicazione hanno, infatti, aperto questo scrigno di bellezze. Eppure qualcosa va ancora mi-

gliorata. «Il Cilento - annuncia Troiano - presto non avrà rivali nel Mediterraneo. Grazie alle attività di tutela e di promozione, messe in atto con Ept e Provincia, sta ottenendo risultati sempre più lusinghieri. Alle bellezze del territorio, riconosciute anche dall'Unesco, dobbiamo essere bravi ad abbinare una migliore qualità di servizi in termini di collegamenti e di strutture d'accoglienza». Un risultato che si potrà presto raggiungere «grazie all'impegno sinergico tra istituzioni, amministrazioni locali ed imprenditori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La promozione La dieta mediterranea ad Assisi

Il Parco del Cilento, Vallo di Diano e Alburni è presente alla terza edizione del «World Tourism Expo» di Assisi in programma fino al 23 settembre. Protagonista ancora una volta la dieta mediterranea. Partecipano numerosi operatori turistici cilentani che hanno promosso le eccellenze enogastronomiche del Cilento, quelle appunto della celebre dieta.



Il bilancio Il Cilento, secondo i dati del Parco e dell'Ept, non ha subito alcuna crisi nel settore turismo. A lato: Amilcare Troiano