

ILRIFORMISTA.IT

Green economy, le imprese del Cilento sconfiggono anche il Covid: "La sostenibilità premia" - Il Riformista

Ciriaco M. Viggiano — 13 Agosto 2020

La crisi sanitaria innescata dal Covid-19 e il lockdown imposto dal governo sembravano aver decretato la morte del tessuto economico-produttivo. Invece il Cilento ha stupito ancora una volta. Ecco la dimostrazione: a partire dal 4 maggio scorso, addirittura il 97% delle aziende attive nel perimetro del parco nazionale ha riaperto e ricominciato a fare affari nel pieno rispetto delle norme anti-contagio. Segno della tenacia degli imprenditori e della solidità delle loro aziende, certo, ma anche di un contesto nel quale la sostenibilità e l'identità mediterranea imprimono una forte spinta allo sviluppo. Gli ultimi dati messi a disposizione da Ministero dell'Ambiente e Unioncamere, d'altra parte, certificano come l'economia nel parco nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni sia cresciuta nel corso del tempo. Tanto che, già nel 2015, la riserva naturale in provincia di Salerno era la prima in Italia per numero di imprese attive, cioè quasi 12mila e 500.

«Da quel momento l'incremento è stato costante – fa sapere Tommaso Pellegrino, presidente del parco – Negli ultimi cinque anni abbiamo assistito alla nascita di altre imprese per un aumento intorno al 30%. E il dato più incoraggiante è che, nella maggior parte dei casi, si tratta di attività avviate e gestite da giovani desiderosi di recuperare terreni abbandonati, valorizzare particolari coltivazioni, puntare sulla dieta mediterranea o sul turismo esperienziale». Ma perché, nel Cilento come sul Vesuvio e in molte altre riserve naturali italiane, si fa la corsa a investire in settori ecosostenibili come agroalimentare e turismo? I parchi non possono elargire sussidi come altri enti. In compenso, possono creare le condizioni perché le imprese vedano nelle norme di tutela ambientale non un vincolo, ma un'opportunità di valorizzazione dell'identità territoriale e di sviluppo rispettoso della natura. Ed è proprio quello che ha fatto il parco del Cilento istituendo un marchio per certificare la territorialità delle aziende. È stato redatto un disciplinare, dopodiché le domande delle imprese sono state vagliate da un'apposita commissione.

E oggi sono 150 le aziende, prevalentemente agricole e caseifici, che possono fregiarsi del marchio del parco esponendolo sui loro prodotti. Con quali vantaggi? «Il parco – spiega Pellegrino – ha acquistato da queste aziende formaggi, verdure, olio e vino che sono stati poi inseriti nel cesto dell'accoglienza, un piccolo omaggio riservato ai turisti che visitano i nostri territori usufruendo del bonus vacanze: in questo modo attiriamo gli ospiti e, soprattutto, rafforziamo l'identità e offriamo possibilità di sviluppo alle imprese». A beneficiare di queste strategie non sono soltanto le località di mare, molte delle quali

possono fregiarsi della Bandiera Blu in virtù della pulizia delle acque e dell'alta qualità dei servizi offerti ai bagnanti. Già, perché anche le aree interne del Cilento hanno conosciuto uno sviluppo senza precedenti negli ultimi anni, almeno fino a quando la tempesta del Covid non si è abbattuta sul mondo intero.

Leggi anche