

Nuoro. Confindustria con Massimiliano Meloni replica alle polemiche degli amministratori locali dei paesi interessati

Rilancio delle zone interne senza il parco

«Nessuna area protetta piena di vincoli sul Gennargentu ma un progetto di sviluppo»

NUORO. Dopo il coro di no degli amministratori locali, Confindustria chiarisce la sua proposta di ripensare al parco del Gennargentu come occasione di sviluppo delle zone interne, scivolata in uno stato definito comatoso.

Negli ultimi cinque anni hanno perso seimila abitanti, equivalente a un intero paese. Altri dati sono da brivido: 20 per cento di disoccupazione, 40 per cento di disoccupazione giovanile, 15 per cento di dispersione scolastica, 17.000 euro di reddito annuo medio pro-capite (inferiore alla media provinciale e nazionale). Per arginare una crisi tanto profonda d'obbligo pensare a un progetto di sviluppo. Ma - spiega Massimiliano Meloni, responsabile del settore Turismo - «non c'è alcuna intenzione di guardare indietro e

certamente non vogliamo la restaurazione del parco nazionale del Gennargentu, idea bocciata dalle popolazioni locali. Da imprenditori innamorati del territorio guardiamo avanti e proponiamo, partendo da un ambiente unico nel Mediterraneo, un modello in grado di promuovere in tutto il mondo le nostre eccellenze enogastronomiche, artigianali, culturali, ambientali e turistiche attraverso un marchio territoriale unico che rappresenti il vero valore aggiunto delle nostre produzioni. Il tutto con l'obiettivo di far conoscere il territorio e i nostri prodotti in un mercato globale e sempre più competitivo».

Con queste caratteristiche, secondo Meloni, l'idea è ben diversa da quello del passato. «Non vogliamo un parco di vincoli ma pensiamo a

un'area protetta che consenta di coniugare la tutela e la valorizzazione della natura allo sviluppo di attività produttive, soprattutto nel settore dell'agroalimentare, dell'artigianato tipico e del turismo ambientale. Una formula che senza vincoli permetta alla montagna di farsi il motore di sviluppo dell'economia, basata su produzioni locali di qualità. Una formula da condividere con le popolazioni mantenendo intatta la potestà dei Comuni».

Il modello di sviluppo turistico che sta a cuore a Confindustria è articolato, basato sul binomio cultura-ambiente, capace di attrarre finanziamenti per i centri storici e di dare parziali risposte anche all'edilizia, settore in piena crisi.

«L'idea da condividere e costruire dal basso sulla scia di quanto sta av-

venendo in altri territori come Dorigali che ha chiesto l'istituzione dell'area marina protetta - sottolinea Meloni - potrebbe funzionare come vero attrattore turistico della Sardegna centrale consentendo così l'allungamento della stagione e promuovendo una maggiore integrazione mare-montagna. Questo modello, su cui fondare la costituzione di un marchio d'area, rappresenta il modo migliore per promuovere il valore di una natura sapientemente preservata, rendendola accessibile ai tanti che ne sono attratti, e per adottare una strategia di crescita economica che sappia tramutare il patrimonio naturale e paesaggistico in un'occasione di sviluppo coerente e duraturo per le popolazioni locali, invertendo l'attuale tendenza al degrado socio-economico».