

Funivia e privatizzazione, le spine del Gran Sasso. Gli operatori: «Il sindaco spazzi via i dubbi, rischiamo di chiudere le attività»

La manutenzione della Funivia e la privatizzazione del Centro turistico: due passaggi fondamentali per il rilancio della stazione invernale di Campo Imperatore e di tutto il comprensorio che sono mestamente fermi al palo. Eppure c'è un importante progetto di rilancio che fa capo ad alcuni privati disposti a investire pesantemente. E invece si parla nuovamente (e solo) di chiusura delle attività. Lo dicono gli operatori che si sono riuniti nella Gran Sasso 360. Il loro presidente pro-tempore, Gianluca Museo, ha inviato una dura lettera al sindaco, al presidente del Consiglio comunale Carlo Benedetti, ai capigruppo e anche a Guido Bertolaso, con la quale chiede risposte esaurienti entro sette giorni. Due, appunto, le questioni più calde. La prima è l'intervento di manutenzione straordinaria della funivia, obbligatorio ogni venti anni e prorogato eccezionalmente di un anno dopo il terremoto. Ci sono anche i fondi: 3,5 milioni di euro messi a disposizione dalla Protezione civile. Eppure ancora non si parla di gare d'appalto o affidamento dei lavori e il rischio è che possa comprometersi la stagione invernale 2010/2011. L'intervento, infatti, ha tempi lunghi (otto mesi) che potrebbero mettere in ginocchio tutto il bacino.

La seconda questione è quella della privatizzazione del Centro turistico. C'è un bando, già redatto, ma non ancora pubblicato a distanza di ben due anni. «Ad oggi - dice Museo - non si ha notizia certa di quanto l'amministrazione stia operando in tal senso. Anzi, il sindaco annuncia che "lavoreremo al processo di privatizzazione che, se andrà in porto.." ponendo quindi ancora dubbi in merito dopo due anni di un iter a dir poco rallentato. Esistono investitori concretamente interessati all'acquisto della Spa e allo sviluppo di investimenti importanti, coerenti con il Piano d'area. Non ci si può esimere -conclude Museo - dal richiedere di conoscere lo stato della situazione poiché, come è intuibile, diventa estremamente difficile far fronte alla situazione contingente che richiede scelte strategiche di medio e lungo periodo, programmazione di investimenti oltre ad azioni promo-commerciali».