Sistema Turistico della Valle del Noce

Analisi del mercato e organizzazione dell'offerta turistica

Sistema Turistico della Valle del Noce

Analisi del mercato e organizzazione dell'offerta turistica

INDICE

PARTE I

INTRODUZIONE 8

Lo sviluppo del turismo outdoor nella Valle del Noce

Lo sviluppo del turismo religioso nella Valle del Noce

Nota metodologica

1. IL CONTESTO TERRITORIALE 16

Ambiente demografico – economico

Sistema economico e produttivo locale

Accessibilità e fruibilità dell'area

Servizi

Ambiente socioculturale

Ambiente tecnologico

Livello di coesione sociale, economica ed amministrativa

2. IL CONTESTO TURISTICO 36

Componenti dell'offerta turistica attuale

Domanda turistica attuale

Flussi turistici e "trend"

Caratteristiche dei flussi di domanda

3. LE COMPONENTI BASE DELL'OFFERTA RICETTIVA 44

Il disegno della ricerca

Lo strumento di rilevazione

Il campione di analisi

I risultati dell'indagine

Sezione A: organizzazione struttura

Sezione B: risorse umane

Sezione C: sostenibilità

Sezione D: aspetti commerciali/promozione

Sezione E: organizzazione turistica territoriale

Sezione F: posizionamento rispetto al turismo outdoor

Sezione G: posizionamento rispetto al turismo religioso

Sezione H: informazioni relative alla formazione

Mistery analysis

Le evidenze del territorio, conclusioni dell'indagine

4. PROGETTUALITÀ TURISTICA IN CORSO 74

Area marina protetta Costa di Maratea

Maratea Sacra

Dietamed

Il muro della speranza

Parco tematico di Trecchina

5. I FATTORI DI ATTRAZIONE 82

Attrattività primaria: fattori di richiamo
- La costa

Attrattività naturalistica in ambito outdoor
- Analisi della notorietà delle risorse outdoor
- Risorse esistenti turismo outdoor

Attrattività culturale e spirituale
- Analisi della notorietà delle risorse religiose
- Risorse esistenti turismo religioso

Attrattività sociale: riti ed eventi attrattivi
- Lo spettacolo sulle acque: La signora del lago

Altre risorse
- Enogastronomia
- Artigianato
- Wedding
- MICE

FOCUS -TURISMO OUTDOOR.....126

Gli sport outdoor
- Sport di terra • Sport d'aria • Sport d'acqua

Vacanza attiva
- Il mercato del turismo outdoor
- Il profilo del turista outdoor

Case studies
- Garda Trentino • Liguria • Oetzal (Austria) – Outdoor Park Area 47

FOCUS - TURISMO RELIGIOSO.....146

Dal pellegrinaggio al turismo religioso
- La motivazione religiosa nel turismo internazionale
- Destinazione ed eventi internazionali
- Individuazione del mercato competitivo di riferimento
- La motivazione religiosa nei viaggi e vacanze degli italiani
- L'escursionismo religioso (viaggi in giornata)
- Le grandi destinazioni e i bacini di domanda

L'organizzazione del turismo religioso

Destinazione ed eventi nazionali

6. LA DESTINAZIONE TURISTICA SUL WEB 156

Analisi web presence dell'area

Notorietà delle località sul web

Social mention

Focus: l'attuale posizionamento delle strutture ricettive dell'area nel mercato turistico online

Analisi SEO

Conclusione: l'immagine attuale sul web

7. COMPLEMENTARIETÀ CON GLI STRUMENTI DELLA PROGRAMMAZIONE 2014-2020 178

La progettazione del Sistema Turistico in linea con gli obiettivi di programmazione comunitaria

8. ANALISI SWOT 184

PARTE II

1. ORGANIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA 192

Premessa

La strategia

Modello di offerta

2. IL SISTEMA TURISTICO DELLA VALLE DEL NOCE 200

Il portale Web di destinazione

Info Point 2.0

3. TURISMO OUTDOOR: PROPOSTA DI SVILUPPO.....208

Premessa

Le tre macro aree del Sistema Turistico Valle del Noce

Monte Sirino

Costa di Maratea

Valle del Noce

Interazione con siti di interesse comunitario, zone a protezione speciale ed aree a rischio idrogeologico

Gestione e manutenzione siti outdoor

Crescita di un sistema ricettivo

Outdoor hub Valle del Noce

Target e mercati di riferimento

Strategie di Comunicazione per il posizionamento sul mercato outdoor

L'informazione come fattore strategico

Crescita di iniziative imprenditoriali e professionali

4. TURISMO RELIGIOSO: PROPOSTA DI SVILUPPO 258

Gli itinerari attuali e potenziali di turismo religioso e culturale della Valle del Noce

Proposte di interventi per lo sviluppo del turismo religioso e culturale

Un modello di sviluppo turistico religioso a partire dalle buone pratiche

PARTE I

Introduzione

Lo scenario turistico attuale, ridefinito dall'avvento della rivoluzione digitale, ha imposto un cambio di rotta rispetto alle logiche strategiche passate. La competizione si è progressivamente spostata ai più ampi contesti territoriali, imponendo una riconfigurazione dei tradizionali meccanismi di gestione verso forme onnicomprensive e coordinate in cui sono le destinazioni territoriali a rappresentare le vere unità competitive in un mercato sempre più complesso e dinamico.

La digitalizzazione ha imposto cambiamenti anche nella quotidianità introducendo nuove sfide e importanti opportunità d'innovazione, determinando la crescente necessità di comunicare con i viaggiatori attraverso paradigmi differenti e di modificare costantemente le proprie linee strategiche e di marketing.

La realizzazione di un Destination Management System fondato sul portale web di destinazione nasce proprio dall'esigenza di favorire lo sviluppo del turismo e rendere i singoli territori più competitivi e attrattivi svolgendo un'efficace azione di engagement con l'obiettivo di penetrare in nuovi mercati turistici e mantenere il proprio posizionamento su quelli già acquisiti.
In tale contesto, analizzare il territorio di Maratea e della Valle del Noce è essenziale per poter definire un sistema di offerta e di esperienze consolidate e condivise tenendo presente che il turista non ricerca più solo beni e servizi turistici erogati sul territorio, ma è spinto dal desiderio di vivere in modo partecipativo esperienze coinvolgenti e complesse.
Nel panorama attuale il viaggio inizia molto prima della partenza. Lo sviluppo del web, infatti, ha permesso di utilizzare strumenti che permettono al turista di avviare un processo di ricerca personale, di orientarsi e scegliere tutte le componenti del viaggio.
La destinazione del viaggio viene spesso decisa direttamente on line iniziando a selezionare, a partire dai motori di ricerca, le destinazioni che meglio rispondono ai propri interessi e alle proprie necessità. L'obiettivo della fase di analisi è individuare gli step essenziali che sarà necessario produrre in maniera preliminare per introdurre un modello di gestione integrato in cui le relazioni tra i soggetti che operano all'interno del sistema e le loro attività siano progettate e gestite in modo coordinato con la finalità di rispondere alle esigenze dei turisti e di rafforzare e promuovere il "prodotto territorio". La destinazione si configurerà come un prodotto turistico complesso delineato attraverso l'analisi e la definizione della domanda, delle risorse ambientali-outdoor, spirituali-religioso, culturali, storico-tradizionali, etc. La consapevolezza del ricco patrimonio culturale e naturalistico dell'area ha determinato inoltre la volontà della Committenza di attivare una progettualità che possa migliorare la proposta turistica del territorio, arricchendola attraverso la valorizzazione di due filoni in particolare: il turismo religioso e il turismo outdoor.

La conoscenza e la riorganizzazione del patrimonio di interesse turistico permetterà di avviare un processo di arricchimento delle risorse in grado di rendere fattori di attrattiva gli elementi individuati come trainanti dello sviluppo integrato pianificato per l'intera destinazione. L'insieme degli elementi tangibili e intangibili che si intrecciano in un sistema integrato di offerta turistica sono in grado di creare un plus valore intorno ai singoli elementi considerati in un'ottica di immagine turistica complessiva. Ad oggi, un luogo non è più un semplice luogo naturale, geografico, spirituale o di interesse artistico, ma è il frutto di una pianificazione operata da una cabina di regia che funge da organo di governo, collegando e coordinando tutte le componenti strutturali del sistema ricettivo in vista di uno sviluppo economico concreto e continuativo.
Il Destination Management nasce dall'esigenza di integrare all'interno di un processo strategico tutte le attività necessarie per gestire i fattori di attrattiva e i servizi turistici presenti sul territorio per interessare la domanda di mercato e per posizionare la destinazione in ambiti competitivi adeguati rispetto alle caratteristiche.

Nella definizione delle strategie di sviluppo integrato delle destinazioni turistiche la conoscenza approfondita delle caratteristiche del territorio risulta essere sempre più importante, sia in termini di fattori di attrattività tangibili e intangibili, sia in termini di capacità di rispondere alle molteplici esigenze della domanda.
L'impostazione al lavoro di analisi ha tenuto conto della necessità di uscire da una impostazione culturale offertocentrica. Spesso, infatti, le strategie di marketing delle destinazioni turistiche non tengono conto del punto di vista della domanda.

Lo Sviluppo del turismo outdoor nella Valle del Noce

Se fino a quindici anni fa il termine Outdoor, nella sua accezione di attività sportivo-ricreativa all'aria aperta, era sconosciuto alla maggior parte degli operatori del turismo, ora è diventato il leit motiv di molti piani di sviluppo turistico. Alcune località che hanno saputo per tempo investire in questo comparto ne stanno traendo i frutti, come il Garda Trentino che con le sue eccellenze è diventato un riferimento a livello internazionale.

Anche se sembra diventato il cavallo di battaglia per molte destinazioni turistiche, lasciando presagire un mercato inflazionato e saturo, in realtà siamo poco oltre l'anno zero e sono poche le destinazioni turistiche che sono andate oltre la semplice promozione dei valori del territorio costruendo un reale prodotto turistico "outdoor".

Il turismo outdoor si inserisce a pieno titolo nel movimento del turismo esperienziale, dove la vacanza deve offrire l'opportunità per esperienze personali e coinvolgenti e non può esaurirsi nella sola visita e contemplazione dei luoghi ancorché di grande bellezza. La meta di vacanza è quindi condizionata dal "cosa posso fare'" e solo in un secondo momento dal "dove". Non è più sufficiente promuovere le assolute bellezze di un territorio, ma è necessario dunque costruire un'offerta in grado di rispondere a questa prioritaria esigenze del turista attivo.

Se in una prima fase l'interesse si è limitato ad aree già a vocazione turistica dove si era autonomamente sviluppato un movimento legato allo sport outdoor, mosse essenzialmente dall'opportunità di diversificare e destagionalizzare, negli ultimi anni si è invece allargato a territori con sviluppo limitato dell'economia turistica e/o non ancora meta di appassionati dello sport nella natura. Questo secondo caso pur dovendo affrontare le criticità determinate tanto dalla carenza di infrastrutture quanto dalla mancanza di una specifica cultura turistica, d'altro canto consente di lavorare su un terreno vergine, dove non si sono stratificate cattive pratiche o conflittualità, pianificando ed orientando da subito uno sviluppo turistico sostenibile che crei nuove risorse ed opportunità per la popolazione residente e non rimanga terreno di conquista per imprese esterne al tessuto economico locale.

La Valle del Noce, dal Monte Sirino alla Costa di Maratea, vanta un territorio di eccellenza per la pratica degli sport all'aria aperta in tutte le forme, in acqua, terra ed aria, ed a tutti i livelli e durante l'intero anno. Il clima mediterraneo, ma caratterizzato da abbondanti precipitazioni, crea le condizioni per un territorio ricco di acque e di vegetazione, con una grande varietà di ecosistemi: dalle pareti calcaree che strapiombano sul mare, ai boschi ripariali lungo il corso del Noce, ai boschi di castagno e rovere, ai prati di alta montagna.
Si tratta di un contesto estremamente vario che permette in una sola giornata esperienze completamente diverse: pedalare su un sentiero tra i castagni e dopo poche ore pagaiare sul mare, o addirittura sciare al mattino ed al pomeriggio arrampicare su una scogliera inondata dal sole. Mare e monti sono da sempre un presupposto di eccezione per lo sviluppo del turismo naturalistico ed outdoor. Nella fase di analisi, dopo avere individuato le peculiarità in funzione delle diverse attività outdoor presenti sul territorio e le opportunità di nuovi siti ed itinerari, e aver rilevato le realtà imprenditoriali ed associative legate allo sport outdoor già esistenti, si è definito il profilo del turista outdoor ed i target più promettenti per il Sistema Turistico Valle del Noce.
Nel territorio su cui esso gravita sono stati definite tre macro aeree con aspetti naturalistici, ambientali e antropici peculiari, che esprimono altrettanti spazi distinti e omogenei per la pratica degli sport outdoor: il Sirino, la media Valle del Noce e la Costa di Maratea. Nella successiva fase di progettazione, le grandi macro aree sono state il riferimento attorno a cui si è costruita la proposta di sviluppo.
Se l'area oggetto dello studio non è fino ad ora stata interessata, se non in modo marginale, dal turismo outdoor, come appare compiutamente nella fase di analisi, tuttavia le opportunità offerte dall'ambiente naturale e dalla posizione baricentrica della Valle del Noce rispetto a tre parchi Nazionali - Cilento/Vallo di Diano, Appennino Lucano, Pollino – insieme alla presenza di strutture ricettive e servizi turistici (anche se finora quasi esclusivamente legati alla mono cultura balneare) creano le ideali condizioni per lanciare un piano di sviluppo che ne faccia un riferimento sia per i bacini turistici di prossimità sia per i grandi mercati europei e mondiali.

Lo Sviluppo del turismo religioso nella Valle del Noce

Gli ultimi trends sui comportamenti turistici evidenziano che per il turista l'esigenza sottesa al viaggio, allo spostamento da un luogo all'altro, è quella di poter vivere un'esperienza totalizzante ed emozionante.
Qualunque sia la principale motivazione di vacanza che induce il turista al viaggio è necessario che la destinazione sia in grado di rispondere con un sistema di offerta che susciti emozione positiva in fase di fruizione, mettendo in luce le risorse prevalenti che rendono indimenticabile l'esperienza di vacanza in una determinata destinazione.
Quale luogo migliore di un borgo immerso nel verde, dalla inesplorata ricchezza storico-artistica e religiosa, potrebbe essere in grado di soddisfare le esigenze del turista del domani?

La Valle del Noce si compone di sei borghi in cui ricadono due Parchi Nazionali, luoghi colmi di storia e testimonianze religiose ancora poco conosciuti, e contenitori naturali che se adeguatamente organizzati possono essere in grado di rispondere a questo trend di domanda in crescita e competere a pieno titolo con altre destinazioni nazionali ed internazionali.
Nell'ambito del turismo religioso il bisogno di vivere l'esperienza si focalizza in particolar modo sulla spiritualità. Spiritualità e religione non riguardano esclusivamente la frequentazione dei luoghi di culto più celebrati e legati a santi e miracoli, ma rappresentano in senso più ampio una modalità di conoscenza e comprensione di quanto di religioso scaturisce da una comunità, dalla celebrazione delle festività e dei culti locali sino ai codici simbolici legati alla storia, agli usi e alle tradizioni di ciascun territorio.
È opinione diffusa ritenere che oltre alle mete religiose più note, esistono giacimenti potenziali di località turistiche ancora inesplorati ma non per questo inadatti a soddisfare una domanda turistica che intende vivere un'esperienza totalizzante e marcatamente spirituale.
La valorizzazione di siti a valenza religiosa può rappresentare la chiave per conoscere e promuovere i centri minori della Valle del Noce che altrimenti resterebbero estranei ai grandi e già organizzati circuiti turistici, e che in realtà sarebbero molto adatti a soddisfare il desiderio di "immersione" silenziosa del turista religioso. Alla base del successo vi è una progettazione idonea ad armonizzare la funzione spirituale con quella culturale e/o meramente estetica, secondo una logica di fruizione dilatata delle realtà sociali, culturali, religiose ed economiche presenti.

È proprio in questa accezione più ampia, meglio definita successivamente, che il segmento turistico religioso (e culturale) può rappresentare per tutti i comuni della Valle del Noce l'opportunità di creare un circuito integrato di promozione delle realtà economico-culturali in essi esistenti, ponendo al centro il turismo e favorendo la riproposizione di sistemi economici virtuosi in grado di contrastare, o quanto meno ridurre, anche i fenomeni di spopolamento e abbandono.
Negli ultimi anni il mercato turistico si è modificato drasticamente, le nuove tecnologie hanno facilitato l'accesso alle informazioni rendendo i turisti più consapevoli e sensibili nei confronti di un'inedita modalità esperienziale. Questa riguarda attività di vita anche complesse, includenti un coinvolgimento attivo che si confronta con l'ospitante nel rispetto della conservazione dell'ambiente sia naturale che socio-culturale.

Nota metodologica

L'impostazione del lavoro della fase di analisi è stata decisamente operativo e le attività hanno privilegiato la rilevazione sul campo e l'interazione con i soggetti locali, poggiando sulla considerazione di fondo che una relazione diretta con gli interlocutori rappresenti un elemento decisivo per accrescere la conoscenza dei fenomeni, interpretare i problemi e scegliere le soluzioni più adeguate.

La condivisione e la partecipazione diretta del territorio ha permesso, infatti, di condividere sin da subito con gli operatori e con gli stakeholder le finalità e le modalità di raggiungimento degli obiettivi condivisi.

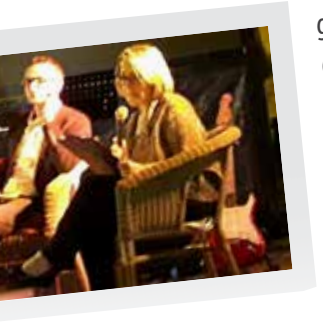
L'interlocuzione continua con le amministrazioni comunali, che si trovano oggi ad affrontare criticità e sfide continue e nuove, ha permesso di impostare la fase di studio con l'obiettivo di ottenere dati concreti. L'analisi è uno degli step fondamentali nel processo di pianificazione e progettazione della migliore offerta turistica d'area. L'esistenza di una destinazione turistica variegata e la percezione di un brand che identifica un bacino territoriale dipendono dall'esistenza di un **sistema condiviso** di ospitalità, fondato sull'appartenenza ad una identità locale, alla promo-commercializzazione sia della "marca" che dei suoi fattori trainanti. La buona riuscita del progetto che punta ad un posizionamento efficace della nascente destinazione dipende dall'**effettivo coinvolgimento degli attori istituzionali e privati** che operano sul territorio. La stessa piattaforma web si configura come un **"decision support system"** a tre livelli: per l'utente con lo "user trip planner", per l'operatore (per gestire l'offerta di servizi turistici) e per le Amministrazioni che, analizzando i dati di "fruizione" sarà in grado di "governare" i flussi turistici pianificando e orientando le politiche e/o i servizi su cui investire in vista di uno sviluppo economico e sociale dell'area.

Gli incontri di presentazione del progetto nella sede di ciascuna amministrazione coinvolta ha permesso di realizzare dei veri e propri momenti operativi attraverso cui sono stati condivisi gli obiettivi con il sistema di ricettività locale e con tutti gli attori coinvolti nel processo di definizione della destinazione turistica. L'integrazione e la collaborazione consentiranno il consolidamento di una rete di operatori favorendo la valorizzazione e lo sviluppo delle attività connesse al turismo territoriale. L'obiettivo è quello di ottenere uno sviluppo turistico condiviso da tutti gli operatori locali che abbia una ricaduta positiva in termini di posizionamento sul mercato.

Dal punto di visto operativo, l'analisi del contesto territoriale di riferimento è partita dalla

rilevazione dei diversi "ambienti" e subsistemi che lo compongono ossia, ambiente fisico, demografico-insediativo, un socio-culturale, economico-produttivo ed infine un sistema delle relazioni collaborative e della progettualità locale.

La desk analysis volta ad indagare gli elementi contestuali che partecipano direttamente e indirettamente al processo di sviluppo territoriale ha perseguito l'obiettivo di fornire una panoramica chiara dell'area, mentre l'analisi field ha tenuto conto dei protagonisti e delle forze che intervengono a livello macro nel processo di erogazione del prodotto turistico.
L'indagine del contesto turistico ed in particolare le condizioni della domanda (caratteristiche dei flussi già presenti e di quelli attivabili), i fattori che compongono l'offerta (risorse, fruibilità, accessibilità ed immagine) ed il loro livello di integrazione ha necessitato di momenti analitici differenti che hanno permesso di approfondire un set di variabili qualitative e quantitative e poter valutare le reali potenzialità turistiche della Valle del Noce.
Il livello micro è stato indagato attraverso strumenti metodologici e modelli interpretativi tesi a cogliere le specificità del contesto turistico al fine di valutarne l'attrattività turistica, le potenzialità di crescita e soprattutto la capacità di sviluppare un'offerta sistemica ed integrata rispondente alle vocazioni reali del territorio. La fase di analisi delle risorse esistenti, tesa ad individuare le caratteristiche e le potenzialità attuali dell'offerta turistica della Valle del Noce, ha permesso di valutare l'attrattività dell'area, la qualità delle diverse componenti dell'offerta ed il livello di integrazione esistente secondo una logica di rete e di sistema turistico.
Lo studio del livello di fruibilità potenziale della nascente destinazione, tuttavia, ha reso indispensabile l'analisi puntuale del sistema recettivo locale, prendendo in considerazione anche le altre componenti, ossia la ristorazione, i servizi d'accoglienza, la fruibilità, gli aspetti commerciali e il livello di professionalità del personale impegnato dell'erogazione dei servizi al turista.



La field research ha inteso raccogliere le informazioni e i fabbisogni dei servizi ricettivi locali attraverso lo studio dei seguenti elementi:

- *l'organizzazione delle strutture ricettive dell'area*
- *le risorse umane impiegate nel settore*
- *la sostenibilità*
- *gli aspetti commerciali e di promozione*
- *il livello di integrazione e organizzazione turistica territoriale*
- *il posizionamento rispetto al turismo outdoor*
- *il posizionamento rispetto al turismo religioso*
- *fabbisogni formativi del comparto turistico del territorio*

Interpretare il sistema di offerta attuale è stato essenziale nel processo di costituzione di una destinazione turistica strutturata (presentata nella parte II del documento) in cui le attività del territorio, degli operatori e degli enti pubblici si integrano.
Il lavoro di analisi, d'altra parte, è partito dalle due matrici principali per descrivere e valutare lo stato attuale della destinazione in termini di:

- *Il luogo/distretto turistico, inteso come luogo in cui si sono sviluppate attività turistiche di vario genere e si è sviluppato un assetto organizzativo e gestionale*
- *Il prodotto turistico definito come offerta attuale già presente sul mercato coinvolgendo un insieme di risorse, attività e attori di un determinato territorio*

Lo studio ha permesso di valutare il "prodotto turistico" attuale tenendo conto dell'offerta, della domanda, della concorrenza e delle tendenze di mercato, permettendo di rilevare correttamente il reale potenziale di sviluppo turistico del territorio e di ridefinire la nuova proposta di offerta turistica. La destinazione si configurerà, dunque, come un prodotto turistico complesso delineato attraverso l'analisi e la definizione della domanda, delle risorse ambientali-outdoor, spirituali-religioso, culturali, storico-tradizionali, etc. La conoscenza e la riorganizzazione del patrimonio di interesse turistico permetterà di avviare un processo di arricchimento delle risorse in grado di rendere fattori di attrattiva gli elementi individuati come trainanti per lo sviluppo integrato pianificato per l'intera destinazione.

1

Il contesto territoriale

Lagonegro
A3
SS585
SP19
Timparossa
Cogliandrino
Canicella
SP19
Le Murge
Latronico
Calda
Rotale
SP104
Sapri
San Costantino
SS585
Rivello
SP45
Nemoli
Pecorone
SS653
Piano Cataldo
SS653
Varrazzo
Lauria
A3
SS18
SS585
Acquafredda
Matera
Trecchina
SP3
SP3
SP46
Milordo
Cerasia
fiume Noce
Castelluccio Superiore
Castelluccio Inferiore
Cersuta
SP44
Montegaldo
SS18
Maratea
Piano dei Peri
Brefaro
SP4
Santa Caterina
fiume Noce
SS585
Mare Tirreno
Marina di Maratea
valle del Noce
SS18
Tortora
Castrocucco
SP2
Aieta
Tortora Marina

Autori: Vittoria Fonsa, Silvio Labanca, Michele De Sio

L'area della Valle del Noce è compresa fra il Vallo di Diano e il Massiccio del Pollino. L'articolato contesto territoriale permette di passare dalla costa di Maratea affacciata sul Tirreno ai suggestivi paesaggi montani del Massiccio del Sirino, che delimita il confine tra Parco Nazionale dell'Appennino Lucano e il Cilento.

La presenza di due Parchi Nazionali e l'intreccio con il Tirreno fa sì che il paesaggio presenti una varietà di scenari con caratteristiche uniche che vanno da quelle tipiche dei panorami montani agli scenari mediterranei.
Un territorio di contrasti dove si passa dalle fitte vegetazioni alle splendide spiagge alternate alle scogliere, alle grotte e agli isolotti rocciosi che caratterizzano la costa.
Il progetto per lo sviluppo e l'organizzazione del prodotto turistico persegue lo sviluppo di un modello turistico sperimentale che coinvolga in modo sistemico i comuni di:

- **Maratea**
- **Rivello**
- **Trecchina**
- **Nemoli**
- **Lagonegro**
- **Lauria**

Maratea è un'opera d'arte naturale incastonata nelle pendici dell'Appennino Lucano. Il territorio si estende per 32 chilometri di costa con una galassia di piccoli borghi che gravitano intorno al centro storico medievale caratterizzato dalle sue atmosfere suggestive, sovrastato dai ruderi del Castello, dalla statua del Cristo Redentore e dalla Basilica Santuario di San Biagio.

Numerosi sono i sentieri che si snodano sulle alture caratterizzati da punti panoramici che permettono di godere di tutta la bellezza del paesaggio che domina la valle.
I piccoli borghi di **Rivello**, **Trecchina** e **Nemoli** sono tra i più suggestivi della Basilicata in cui l'abitato medievale si intreccia in maniera armonica con i colli che ne caratterizzano il territorio snodandosi in saliscendi e scalinate che permettono di visitare il labirintico sistema di viuzze e vicoli.
E la suggestiva struttura urbanistica medievale si ritrova anche nel borgo di **Lagonegro** e in quello di **Lauria** circondati dai folti boschi delle pendici del Monte Sirino attraverso cui è possibile raggiungere l'incantevole area protetta del lago di origine glaciale Laudemio.
Oltre ad un patrimonio naturalistico caratterizzato da splendidi scenari, la Valle del Noce vanta una storia molto antica testimoniata dai reperti di epoca preistorica rinvenuti in tutta l'area e dal ricco e suggestivo patrimonio culturale derivante da storia, arte, folklore e dalle tante piacevolezze gastronomiche rinomate che attingono alla migliore tradizione della sua gente.

Ambiente demografico economico

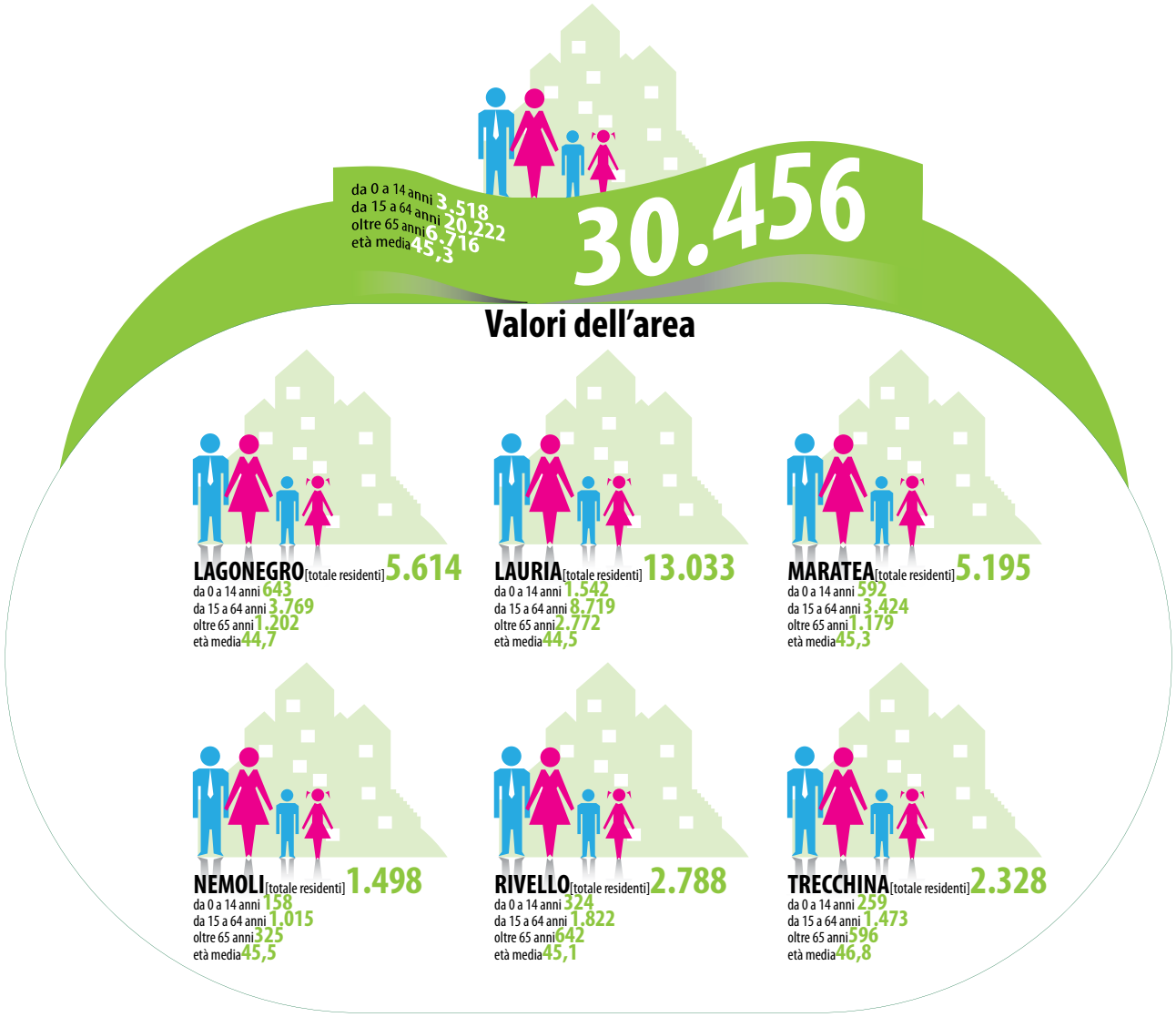


Tabella Elaborazione Ck Associati dati istat – base annua 2015

In base alle diverse proporzioni fra le fasce di età, la struttura di una popolazione viene definita di tipo progressiva, stazionaria o regressiva a seconda che la popolazione giovane sia maggiore, equivalente o minore di quella anziana. Lo studio di tali rapporti è importante per valutare l'impatto dell'ambiente demografico sul sistema socio-culturale, sul sistema lavorativo e su quello economico del territorio analizzato.

Tutti i comuni dell'area mostrano un aumento nell'età media della popolazione rispetto all'anno precedente ed un indice di vecchiaia di 1,90. Il grado di invecchiamento di una popolazione è dato dal rapporto percentuale tra il numero degli ultrasessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. Nel 2015 l'indice di vecchiaia per la provincia di Potenza è pari a 176,3 anziani ogni 100 giovani.

Nella Valle del Noce il rapporto è maggiore e restituisce una popolazione per cui ogni 100 giovani si conta una presenza di 190 ultrasessantacinquenni, a testimonianza del fatto che le aree interne sono interessate da fenomeni di spopolamento e invecchiamento della popolazione maggiormente rispetto ai centri urbani.

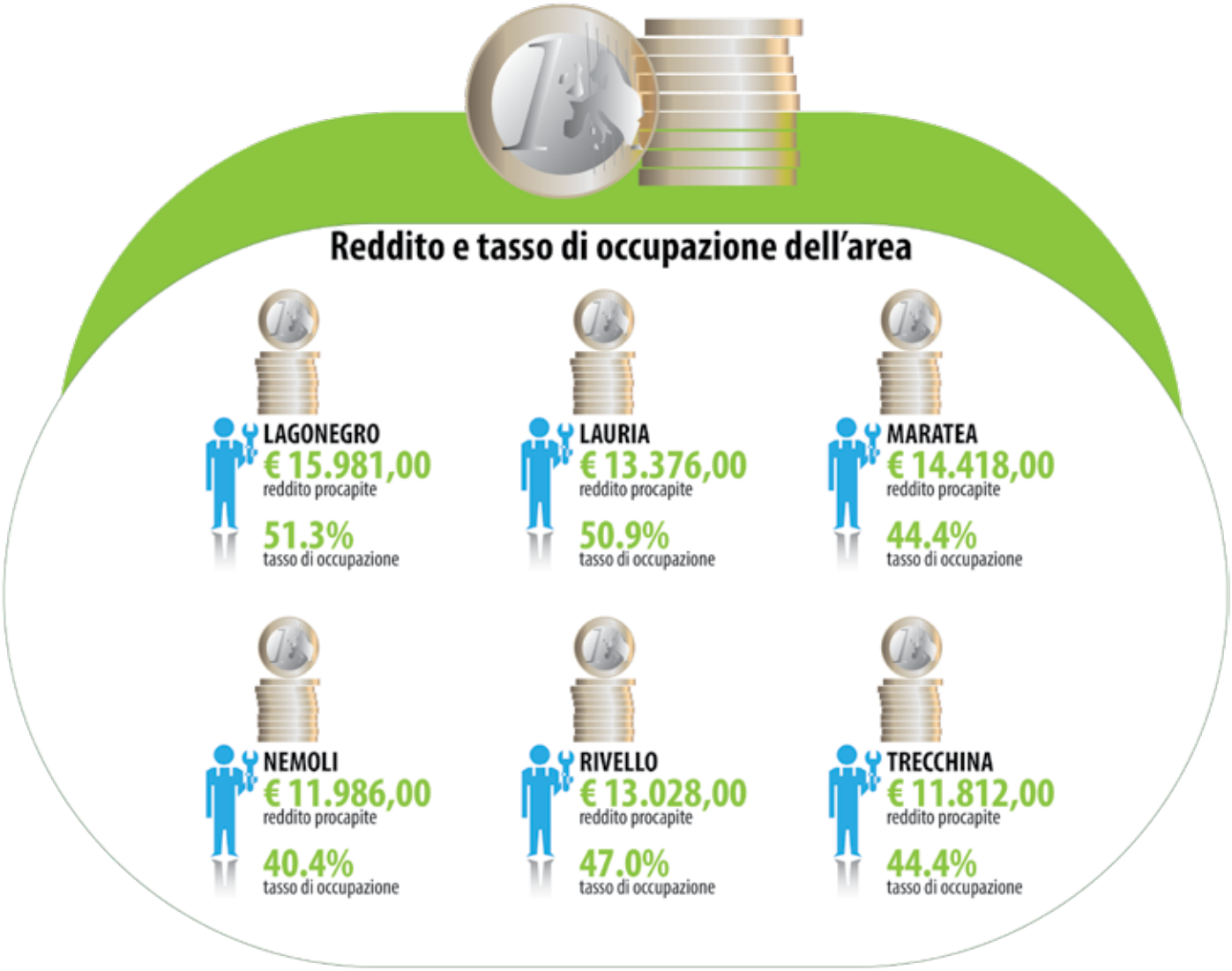


Tabella Elaborazione Ck Associati dati Istat –base annua 2013

Le dinamiche sociali, d'altra parte, sono strettamente connesse alle statistiche economiche come tasso di occupazione e reddito pro-capite, ad esempio. Le statistiche della popolazione, utilizzate a fini di conoscenza e studio in campo demografico ed amministrativo, recano infatti informazioni utili per studi di tipo economico. Analizzando i dati economici elaborati da Urbistat (anno 2013), la Valle del Noce di configura leggermente al di sotto dei valori medi nazionali, con dieci punti percentuali in meno in materia di occupazione.

Sistema economico e produttivo locale

L'assetto produttivo dell'area è connotato da elementi di squilibrio e di debolezza ma anche da interessanti potenzialità in grado di favorire tendenze occupazionali positive in diversi periodi dell'anno. L'economia del comprensorio, infatti, è fortemente legata alle attività turistiche di Maratea, che si concentrano soprattutto nei mesi estivi, e alle attività commerciali e dei servizi, presenti soprattutto nei centri più grandi di Lagonegro e Lauria.

In generale il settore produttivo del comprensorio si caratterizza per una diffusa debolezza delle forme organizzative della produzione locale che limita enormemente la competitività delle imprese. Se si escludono alcune situazioni produttive consolidate ed in grado oramai di essere riferimento non solo per il comprensorio ma per l'intera provincia, il tessuto imprenditoriale locale registra mediamente una scarsa capacità di interpretare correttamente le dinamiche dei mercati e di cogliere le opportunità di profitto.

Ciò si ripercuote negativamente sulle scelte strategiche aziendali finendo per pregiudicare il livello competitivo dell'intero apparato produttivo dell'area.

Secondo gli ultimi studi disponibili di Urbistat, la segmentazione percentuale delle imprese per settore vede una concentrazione di attività nel "commercio" con punte che a Lauria arrivano sino al 38.5%.

Percentuale delle imprese operanti nell'area suddivise per settore

	Lagonegro	Lauria	Maratea	Nemoli	Rivello	Trecchina	Valore medio
Agricoltura e Pesca	15.3%	4.7%	9.0%	16%	28.1%	20.1%	15.5%
Estrazione di minerali	0.2%	0.8%	0.2%	-	-	0.9%	0.3%
Attività manifatturiere	11.7%	17.5%	9.0%	9.2%	5.5%	19.6%	12.0%
Energia, acqua, gas	-	0.6%	-	1.5%	-	0.9%	0.5%
Edilizia	12.8%	13.7%	16.2%	18.3%	20.9%	14.2%	16.0%
Commercio	32.8%	38.5%	30.9%	33.6%	24.9%	21.9%	30.4%
Alberghi e ristoranti	5.6%	4.2%	17.9%	5.3%	12.3%	6.8%	8.7%
Trasporti	3.1%	3.1%	3.4%	1.5%	0.8%	3.2%	2.5%
Attività finanziarie	2.7%	4.4%	1.7%	2.3%	1.2%	2.3%	2.5%
Servizi	7.5%	6.2%	5.8%	2.3%	2.9%	2.7%	4.5%
Istruzione	1.2%	1.1%	0.2%	-	-	-	0.4%
Sanità	1.0%	0.8%	0.2%	0.8%	0.4%	0.9%	0.8%
Altre attività	6.1%	4.2%	5.5%	9.2%	4.0%	6.4%	5.9%

Tabella Elaborazione Ck Associati dati istat – base annua 2013

Accessibilità e fruibilità dell'area

Il miglioramento delle infrastrutture, della rete viaria e dei servizi di trasporto del comprensorio rappresentano un elemento di indubbio vantaggio competitivo, essenziale nella logica di valorizzazione turistica del territorio. Le infrastrutture di trasporto, infatti, non sono fini a se stesse ma costituiscono lo strumento per realizzare i servizi di trasporto necessari per soddisfare i reali fabbisogni di accessibilità e mobilità, stimati attraverso strumenti di valutazione quantitativa per la previsione della domanda di mobilità e del livello di utilizzo delle infrastrutture.

Affrontare il tema dello sviluppo del settore turistico in un'ottica integrata, affiancando la prospettiva economica con cruciali aspetti infrastrutturali, oltre che paesaggistici, ambientali e culturali significa cogliere la complessità e l'interdipendenza delle problematiche e delle sfide da affrontare in vista di uno sviluppo territoriale percorribile.

In questa cornice, è di primaria importanza valutare l'insieme delle opere infrastrutturali e di trasporto, i collegamenti con le principali arterie stradali e con le principali stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime.

L'area presenta collegamenti viari importanti che la collegano con l'autostrada Salerno – Reggio Calabria attraverso le quattro uscite: Lagonegro nord (dove inizia la **S.S. 585** Fondo Valle Noce, la principale porta di accesso all'aera e che consente di raggiungere Lagonegro, Rivello, Nemoli, Lauria, Trecchina e Maratea); Lagonegro sud; Lauria nord e Lauria sud. Proprio la SS 585 è stata interessata da un importante intervento migliorativo nell'ottobre 2016.

Il collegamento riguarda il tratto dallo svincolo della statale 585 all'innesto con la viabilità comunale di Lauria: è stata realizzata una bretella a due corsie della larghezza di 3,5 metri, e da due banchine laterali da 1,25 metri ciascuna, per una larghezza complessiva di 9,5 metri. In alcuni tratti a forte pendenza sono presenti allargamenti con l'inserimento di una corsia per i mezzi pesanti di tre metri, che porta la piattaforma stradale a 12,5 metri.

La SS 585 e la SS 653 rappresentano le due principali arterie che seguono le vallate del fiume Noce e del fiume Sinni, permettendo di raggiungere tutti i comuni della nascente destinazione insieme alla SS 18 ex SS 19, che consente di attraversare l'area quasi parallelamente all'autostrada, tagliando i territori di Lagonegro, Nemoli e Lauria e permettendo il passaggio dall'affascinante Lago Sirino e collega Maratea alla costa sud della Campania e alla costa nord della Calabria.

La statale 18 ha in realtà ultimamente accentuato alcune problematiche, a causa delle cadute di massi che spesso ne hanno interrotto la fruibilità proprio nel periodo estivo.

SS 585 - FONDO VALLE DEL NOCE rientra interamente in territorio lucano, in particolare potentino, e permette il collegamento tra la SS 18 Tirrena Inferiore e l'A3 Salerno - Reggio Calabria. Risalendo lungo il fiume Noce e attraversando una stretta gola tra alte rupi, l'infrastruttura consente di giungere nella Valle del Noce, circondata dai monti dell'Appennino Lucano (Serra Rotonda, Serra Lunga, le cime di Trecchina, Monte Coccovello, Monte Roccazzo e Monte Sirino). Alla base di questi rilievi, sorgono i paesi di Lauria, Trecchina e Rivello, paesini caratteristici della Valle. Il tracciato ha un'estensione complessiva di poco più di 30 km.

Infrastrutture Collegate

- ***Autostrada A3 Napoli - Reggio Calabria*** *(tratta lucana)*
- ***SS 18 Tirrena Inferiore*** *(tratta lucana)*
- ***SS 19 delle Calabrie*** *(tratta lucana)*

SS 653 - VALLE DEL SINNI costeggia per tutto il suo corso il fiume Sinni. Taglia orizzontalmente la Basilicata collegando l'Autostrada A3, nei pressi dello svincolo di Lauria Nord, alla strada statale 106 Jonica, nei pressi dello svincolo di Policoro Sud. La lunghezza totale è di 81,555 km.

Infrastrutture Collegate

- ***Autostrada A3 Napoli-Reggio Calabria svincolo di Lauria Nord***
- ***SS106 Jonica - Policoro***

SS 18 - TIRRENA INFERIORE rappresenta un'importante arteria di collegamento tra la Campania e la Calabria (dopo l'autostrada A3) ed è anche una delle più importanti e lunghe del sud Italia, dato che percorre la costa tirrenica lungo la direttrice stradale e ferroviaria Napoli - Reggio Calabria, collegando così i due centri urbani più estesi della Campania e della Calabria.

Si presenta nella sua interezza ad una sola carreggiata con due corsie, una per ogni senso di marcia.

Località della Valle del Noce interessate dal collegamento

Acquafredda, Cersuta, Marina di Maratea e Castrocucco

Infrastrutture Collegate

- ***Autostrada A3 per Napoli e Reggio Calabria***
- ***Autostrada A30 per Salerno e Caserta***
- ***Autostrada A16 per Napoli e Bari***
- ***Raccordo autostradale RA2 per Salerno e Avellino***
- ***Raccordo autostradale RA5 per Sicignano degli Alburni e Potenza***

SS 19 delle Calabrie attraversa la Campania e la Basilicata ma in origine copriva anche gran parte della Calabria settentrionale e centrale fino a raggiungere la costa Jonica catanzarese.

La tratta calabra odierna, a causa soprattutto del suo tracciato, molto tortuoso e stretto nel catanzarese (dove attraversava numerosi piccoli centri della cosiddetta Sila piccola) è stata sostituita e declassata per la presenza dell'autostrada che rappresenta il collegamento diretto tra le Regioni. Nell'area oggetto dell'analisi conserva la sua importanza, perché consente il collegamento per la Valle del Mercure, porta d'ingresso del vicino Parco Nazionale del Pollino.

Infrastrutture Collegate

- ***SS18 - Battipaglia***
- ***SS585 – Lagonegro***

Le comunità e i borghi della Valle del Noce sono collegati attraverso un complesso sistema viario che vede lo snodarsi di strade provinciali e statali che permettono di raggiungere abbastanza velocemente tutti i comuni dell'area.

Diagramma delle distanze in chilometri tra le località della destinazione

	Maratea	Lagonegro	Lauria	Nemoli	Rivello	Trecchina
Maratea		27	24	19	20	11
Lagonegro	27		23	14	13	17
Lauria	24	23		8.5	15	11
Nemoli	19	14	8.5		7.5	8.5
Rivello	20	13	15	7.5		9
Trecchina	11	17	11	8.5	9	

Fonte: Elaborazione Ck Associati su dati "Benvenuti a Maratea" - Vademecum 2013

I principali collegamenti ferroviari

PROVENIENTI DA NORD

da	Torino	Milano	Bologna
parte	5.50	7.05	7.25
arriva	13.56	21.00	13.56
cambia	*Napoli*	*Napoli*	*Napoli*
dura	8h06'	6h51	6h31'
parte	13.20	14.00	14.50
arriva	22.00	10.05	21.00
cambio	*Napoli*	*Napoli*	*Napoli*
dura	8h40'	7h	6h10'

PROVENIENTI DAL CENTRO SUD

da	Firenze	Roma	Napoli
parte	8.08	7.35	11.45
arriva	13.56	11.32	13.56
cambia	*Napoli*	*Sapri*	
dura	5h48'	3h57'	2h11'
parte	16.24	17.05	18.50
arriva	22.00	21.00	21.00
cambio	*Napoli*	*Napoli*	
dura	5h36'	3h55'	2h10'

Fonte: Elaborazione Ck Associati su dati "www.maratea.info.it"

I collegamenti ferroviari.

Esistono alcuni treni che collegano le principali città del Nord alla Valle del Noce attraverso numerosi collegamenti diurni inseriti in un sistema di coincidenze che permette di arrivare sino a Salerno, città dove attualmente termina la linea ad Alta Velocità e che si trova a circa 100 km da Maratea.

Da segnalare che Maratea conserva tuttora ben tre fermate per i treni regionali, con orari intensificati nel periodo estivo.
Le fermate di **Acquafredda** e di **Marina di Maratea** si aggiungono a quella principale di **Maratea**, consentendo il raggiungimento di due zone caratterizzate dalla presenza nelle vicinanze di alcune tra le spiagge più suggestive e frequentate.
Parallelamente ai collegamenti ferroviari con i centri serviti dall'Alta Velocità, la conformazione del territorio rende

I servizi disponibili nel porto di Maratea

DISTRIBUTORE DI BENZINA VERDE E GASOLIO	SERVIZI IGIENICI E DOCCE
PRESE ACQUA, TELEFONO ED ENERGIA ELETTRICA	PESCA-TURISMO
ILLUMINAZIONE	PARCHEGGIO AUTO
SCIVOLO GALLEGGIANTE	CABINA TELEFONICA
SCALO DI ALAGGIO	POSTE
RIMESSAGGIO - RIPARAZIONI	NEGOZI DI ALIMENTARI
NOLEGGIO BARCHE	ABBIGLIAMENTO
VIGILANZA	ARTIGIANATO
ORMEGGIATORI	NEGOZIO DI ARTICOLI NAUTICI E PER LA PESCA
SERVIZIO ANTINCENDIO	RISTORANTI
RITIRO RIFIUTI DIFFERENZIATI	BAR

Fonte: Elaborazione Ck Associati su dati "www.maratea.info.it"

Di solito è tappa nelle rotte di circumnavigazione della Penisola oppure verso le Eolie, la Sardegna e le isole del Golfo di Napoli. Attualmente non s**ono presenti servizi di linea** per il trasporto passeggeri; il più vicino è un servizio di aliscafi con Napoli che serve il vicino porticciolo di Sapri (Metrò del Mare).

Il sistema viario e di traporto pubblico permettono di collegare l'area con i principali aeroporti di prossimità.

indispensabile fare affidamento su un sistema di **trasporti locali efficienti**.
A Maratea è stata sviluppata una rete che permette di spostarsi lungo la costa utilizzando l'autobus o il treno (**Metro-Maratea**) che può essere utilizzato per arrivare sino alla porta di accesso alle spiagge, in particolar modo quella di Marina e di Acquafredda.
La struttura portuale, situata alle falde occidentali del monte San Biagio, rappresenta un approdo turistico strategico per il Golfo di Policastro.
Al Porto sono presenti tutti i servizi portuali, la sede della Guardia Costiera e l'ufficio Postale.
È uno dei pochi sbocchi nel tratto di mare che va da Salerno a Vibo Valentia ad essere realmente attrezzato e può ospitare anche barche di grandi dimensioni.

I servizi

Oltre ai servizi erogati dagli enti pubblici locali (Province e Comuni), per una valutazione adeguata dell'ambiente risulta pertinente considerare come servizi di primaria importanza per i cittadini i servizi sanitari e scolastici presenti nell'area della Valle del Noce.

A livello regionale, l'assistenza sanitaria territoriale è organizzata in Unità per i Servizi Integrati di Base (USIB) ovvero Distretti Sanitari.

Il Distretto Sanitario assicura l'assistenza primaria nella rete dei servizi territoriali e si pone come organizzazione che realizza un elevato livello di integrazione tra le diverse strutture che erogano le prestazioni sanitarie e tra queste e i servizi socio-assistenziali e offre una risposta coordinata e continuativa ai bisogni della popolazione.

Oltre ad assicurare l'erogazione dei servizi attraverso interventi diretti di produzione o indiretti, tramite l'esternalizzazione di alcuni servizi, svolge il ruolo di regolatore della domanda di salute sulla base dell'analisi dei bisogni della popolazione e della definizione degli obiettivi.

L'area della Valle del Noce rientra nel Distretto Sanitario USIB di Lauria ed al suo interno i sei Comuni oggetto della presente analisi risultano così strutturati

L'area della Valle del Noce rientra nel Distretto Sanitario USIB di Lauria

Maratea
Ospedale *Giovanni De Lieto*
Poliambulatorio
Residenza Sanitaria assistenziale

Lagonegro
Ospedale *San Giovanni*
Sede Territoriale Ex ASL 3
Poliambulatorio

Lauria
Ospedale *"Beato Domenico Lentini"*
Distretto Sanitario di base
Poliambulatorio

Nemoli
Ambulatorio comunale
Guardia Medica

Rivello
Ambulatorio comunale
Guardia Medica

Trecchina
Ambulatorio comunale
Guardia Medica

Fonte: Elaborazione Ck Associati su dati "www.aspbasilicata.it"

Per quanto riguarda la presenza dei **servizi scolastici**, l'area di interesse è rappresentabile come segue:

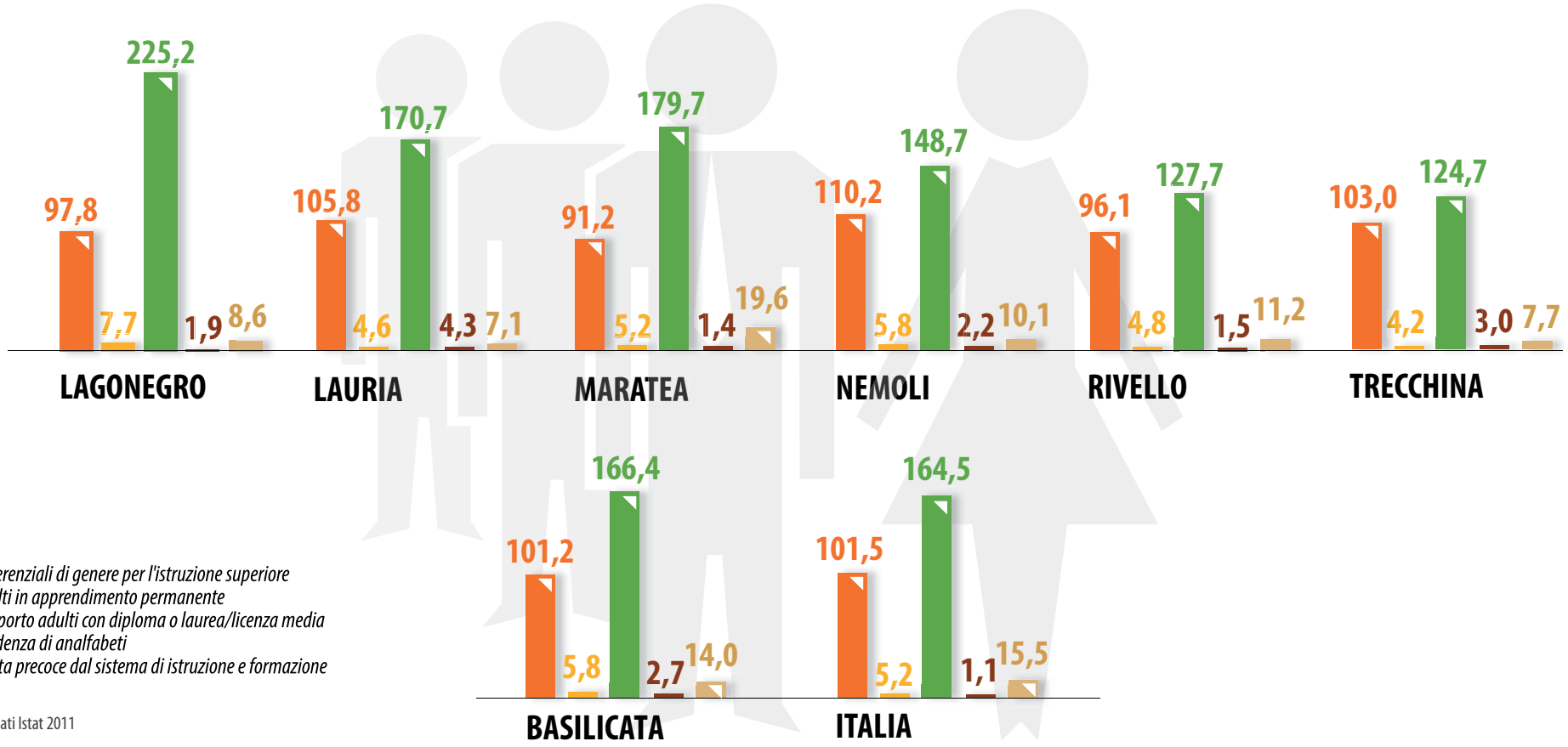
Elaborazione dati Anagrafe Scuole dell'Ufficio Scolastico Regionale per la Basilicata

Come possiamo dedurre dal grafico elaborato, l'offerta scolastica della zona è affidata principalmente agli istituti comprensivi che riuniscono in una stessa organizzazione scuole dell'infanzia, primarie e secondarie di primo grado.
Gli istituti scolastici secondari di secondo grado sono presenti unicamente a Lagonegro, Lauria e Maratea (sono tutti I.S.I.S. – Istituti Scolastici di Istruzione Superiore -, con la presenza di un ITCG – Istituto Tecnico Commerciale e per Geometri - a Lagonegro).
Nemoli è l'unico Comune in cui non ci sono scuole di alcun tipo.
Tra gli Istituti superiori si evidenzia la presenza dell'Istituto Alberghiero di Maratea, che in ottica di sviluppo turistico rientra tra le possibili istituzioni del territorio con cui interloquire.

Ambiente socioculturale

Per definire l'ambiente socio-culturale della Valle del Noce è necessario considerare l'insieme dei fattori (cultura, risorse, credenze, valori, norme) che determinano ed influenzano le relazioni tra soggetti, il loro comportamento e il loro modo di rapportarsi all'ambiente circostante.

Il primo dato di interesse riguarda il grado di istruzione della popolazione residente nell'area della Valle del Noce.



Rielaborazione dati Istat 2011

DIFFERENZIALI DI GENERE PER L'ISTRUZIONE SUPERIORE

Il differenziale di genere indica il rapporto percentuale tra la percentuale di popolazione maschile con almeno il diploma (rispetto alla popolazione maschile di 6 anni e più) e la percentuale di popolazione femminile con almeno il diploma (rispetto alla popolazione femminile di 6 anni e più).

Valori superiori a 100 indicano una maggiore incidenza di diplomati tra gli uomini, valori inferiori indicano una maggiore incidenza di diplomati tra le donne.

Lauria, Nemoli e Trecchina registrano tutti valori superiori a 100, rilevando una maggiore incidenza di diplomati tra gli uomini; il dato per questi Comuni supera lievemente il valore regionale e nazionale. Negli altri Comuni risulta essere superiore l'incidenza di donne diplomate, in controtendenza rispetto alla tendenza regionale e nazionale.

ADULTI IN APPRENDIMENTO PERMANENTE

È il rapporto percentuale tra la popolazione residente con età 25-64 anni che è iscritta ad un corso regolare di studi o frequenta un corso di formazione professionale e la popolazione residente di 25-64 anni.

L'indicatore rappresenta la quota percentuale di adulti impegnati in corsi d'istruzione o formazione sulla popolazione di pari età. Viene utilizzato per valutare la propensione della popolazione adulta ad impegnarsi "lungo la vita" in percorsi di apprendimento.

I Comuni dell'area si allineano per la maggior parte al dato regionale e nazionale, tranne Lagonegro e Trecchina. Lagonegro, con valore 7,7, dimostra di avere un una quota maggiore di adulti in apprendimento permanente rispetto alla percentuale regionale e nazionale, mentre Trecchina, con 4,2, si attesta ad un livello inferiore.

RAPPORTO ADULTI CON DIPLOMA O LAUREA/LICENZA MEDIA

L'indice rappresenta il rapporto percentuale tra la popolazione residente di 25-64 anni con diploma o laurea e la popolazione residente della stessa classe di età con licenza media.

L'indicatore viene utilizzato per valutare il livello generale d'istruzione della popolazione in termini di peso delle persone con grado di scolarizzazione superiore. Tra i Comuni spiccano Lagonegro e Maratea, con una percentuale maggiore di persone con grado di scolarizzazione superiore anche rispetto alla Basilicata e all'Italia; Rivello e Trecchina, invece, si attestano ad una valore inferiore rispetto al dato regionale e nazionale.

INCIDENZA DI ANALFABETI

È il rapporto percentuale tra la popolazione residente di 6 anni e più analfabeta e la popolazione residente di 6 anni e più. L'indicatore costituisce una delle misure storicamente utilizzate per valutare il livello educativo e scolastico della popolazione.

Nell'area della Valle del Noce, Lauria e Trecchina risultano essere le due comunità con un incidenza di analfabeti superiore in maniera rilevante rispetto al dato nazionale.

USCITA PRECOCE DAL SISTEMA DI ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Rappresenta il rapporto percentuale tra la popolazione residente di 15-24 anni con licenza media che non è iscritto ad un corso regolare di studi e non frequenta un corso di formazione professionale e la popolazione residente di 15-24 anni. L'indicatore viene utilizzato per misurare l'incidenza di giovani usciti dal sistema scolastico senza avere conseguito un diploma e senza accedere alla formazione professionale alla fine dell'obbligo scolastico. Solo Maratea (19,6) registra un valore superiore a quello regionale e nazionale; tutti gli altri Comuni hanno un valore inferiore rispetto al parametro regionale e nazionale.

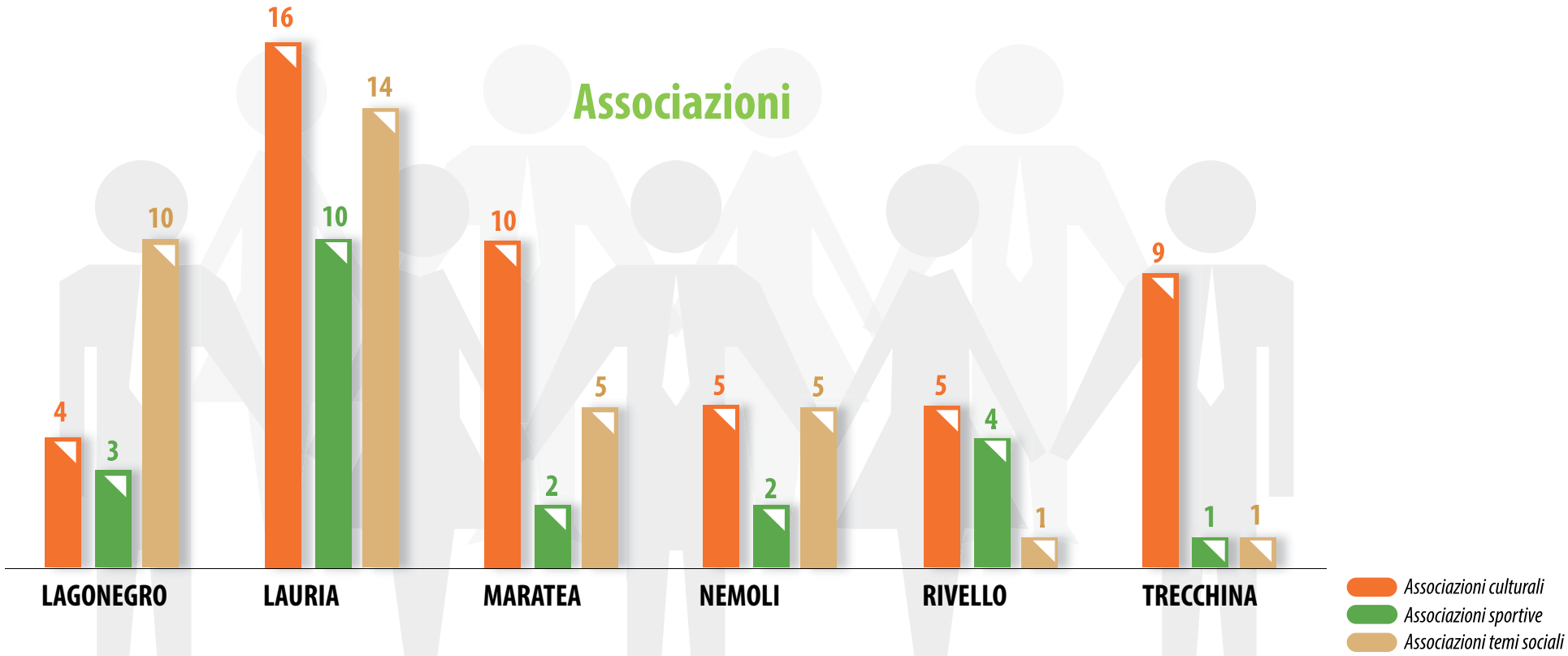
SISTEMA DI VALORI E CREDENZE

Volgendo l'attenzione verso il sistema di valori e credenze che contraddistinguono il territorio, la popolazione dell'area si caratterizza come fortemente legata alle tradizioni e alle feste popolari: numerosissime sono le celebrazioni in occasione delle festività religiose, momenti in cui l'aspetto religioso incontra quello folkloristico, e le sagre dedicate ai prodotti tipici locali.

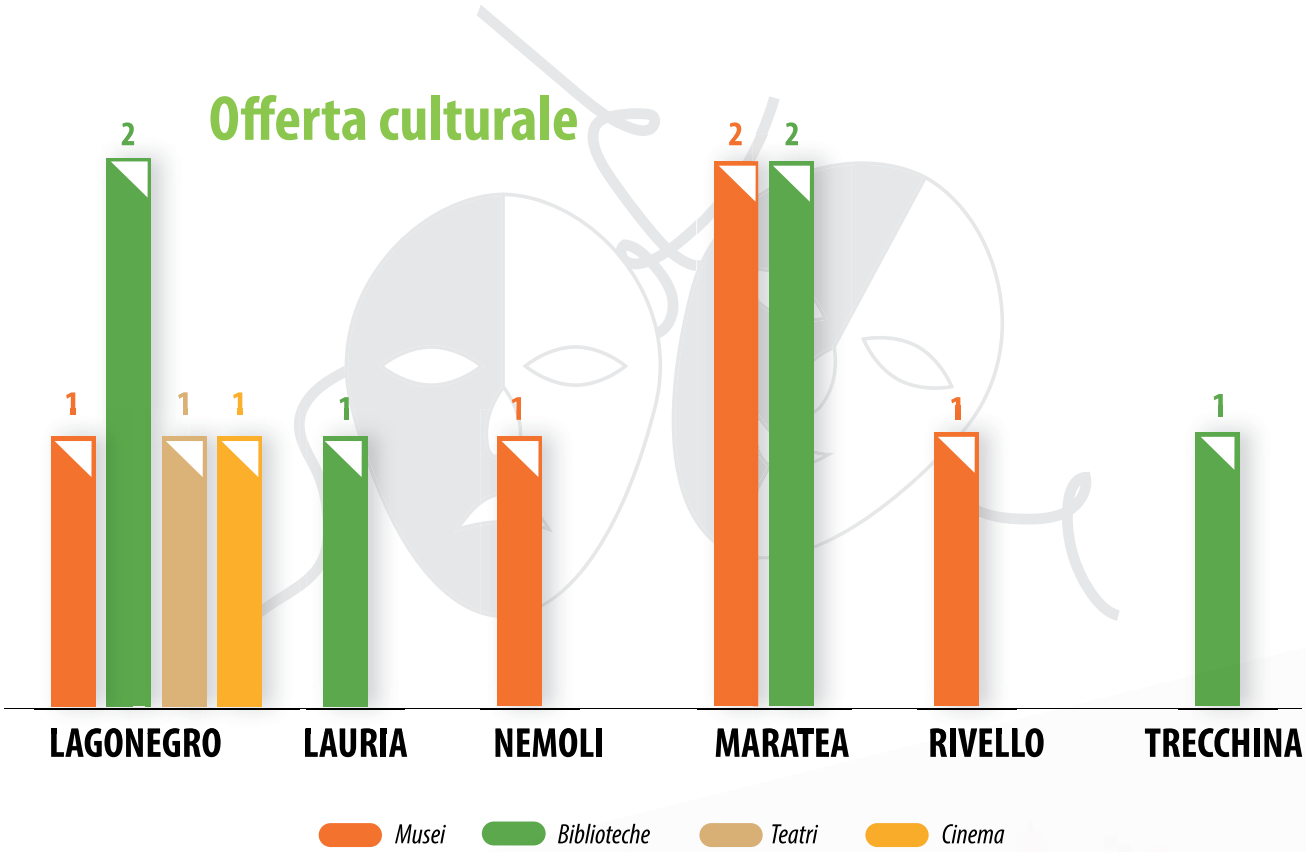
Ad esempio la comunità di Lagonegro partecipa con fervore alla festività della Madonna delle Nevi, il cui santuario è situato sul massiccio del Sirino, mentre Maratea celebra l'anniversario della traslazione delle reliquie di San Biagio che dura un'intera settimana, dal primo sabato di maggio fino alla seconda domenica del mese.

Tra le sagre spicca la "Sagra della castagna" di Trecchina: inaugurata nel 1999, nel corso degli anni la manifestazione ha assunto dimensioni sempre più importanti, fino a richiamare appassionati e curiosi anche dalle regioni limitrofe. Suggestiva è anche "La Notte della Transumanza" organizzata a Rivello, in cui si ripropongono le antiche tradizioni della cultura locale in stretto connubio con la natura del territorio.

Tra i sei Comuni, Maratea ha un fermento culturale di diverso tipo: alla tutela e valorizzazione della cultura e delle tradizioni locali si affiancano momenti culturali di respiro nazionale e internazionale. Tra i tanti eventi organizzati nella località marina ricordiamo il Festival del Cinema, rassegna internazionale di cinema, appuntamento dedicato agli artisti italiani del grande schermo, che promuove il territorio alla presenza di importanti personalità dello spettacolo, della cultura e del giornalismo.
Rispetto allo sviluppo nell'area del mondo dell'associazionismo sociale e culturale, la Valle del Noce si distingue per la presenza in ciascun Comune di numerose associazioni impegnate nella valorizzazione e tutela del patrimonio culturale e ambientale, nella promozione dello sport e nella sensibilizzazione a temi sociali.
In base ad un'analisi desk da noi realizzata sul mondo dell'associazionismo nel territorio di interesse, i sei Comuni presentano realtà differenti tra loro.
Tra tutti emerge Lauria, i cui dati evidenziano una forte partecipazione della comunità locale alla vita culturale, sportiva e sociale; tutti gli altri Comuni, seppur con meno associazioni, registrano una vita sociale attiva e partecipe.
Tra le tre tipologie di associazioni individuate (culturali, sportive, di volontariato), i dati sottolineano la diffusione soprattutto delle associazioni culturali, impegnate nella valorizzazione del patrimonio culturale, storico e artistico della comunità e nel preservare usi, costumi e tradizioni locali. Solo nel comune di Lagonegro il numero delle associazioni dedicate a temi sociali supera di netto quello delle realtà associative culturali e sportive, evidenziando una particolare sensibilità della popolazione locale al sostegno a gruppi svantaggiati di diverso genere.



Elaborazione dati da nostra analisi desk



L'offerta culturale della Valle del Noce, misurata in termini di presenza di strutture deputate alla diffusione della cultura, appare poco strutturata. Lagonegro è il Comune dell'area con un'offerta di spazi culturali più sviluppata e differenziata: due biblioteche, la Biblioteca civica Giuseppe De Lorenzo e l'Archivio biblioteca della famiglia Lombardi, Il Cineteatro Iris, unico cineteatro dell'area, e il "Monnalisa Lagonegro Museum".

Subito a seguire si posiziona Maratea con due musei e due biblioteche; pur non avendo uno spazia teatrale permanente, il Comune organizza spettacoli ed eventi nella stagione estiva nell'Arena estiva.

Gli altri Comuni mancano di un'offerta culturale variegata, anche se si segnala la presenza di iniziative interessanti come il "Micromondo - Parco Tematico Sulla Geologia" di Nemoli, percorso tematico sulla geologia nato da un'idea di due geologi lucani, un contenitore ludico/didattico unico nel suo genere, oppure lo spettacolo "La Signora del Lago", che si rappresenta nel periodo estivo sul lago Sirino di Nemoli, un fantasy in chiave musicale che prende vita su un'area di circa 5000 metri quadrati, su un palco galleggiante, e con fontane danzanti di ultima generazione, schermi d'acqua e geyser di oltre 30 metri.

Ambiente tecnologico

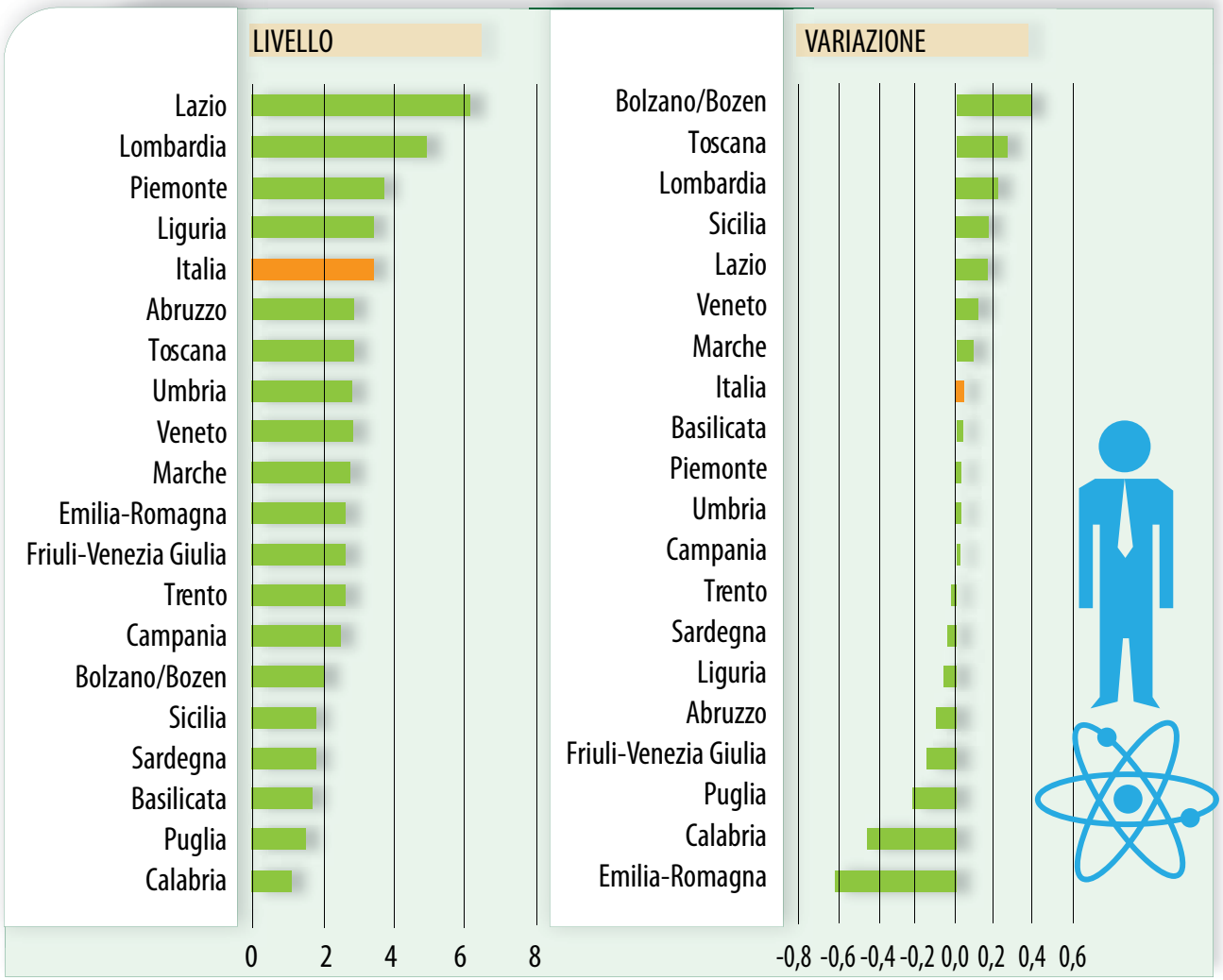
Ricerca e sviluppo sono alla base del progresso sociale ed economico e danno un contributo fondamentale allo sviluppo sostenibile e durevole. I dati confermano che l'Italia non è all'altezza di altri paesi europei, lontana dagli obiettivi di Europa 2020. La quota del PIL destinata alla Ricerca e Sviluppo nel nostro Paese diminuisce e gli investimenti nei settori ad alta tecnologia e il loro conseguente sviluppo sono tra i più bassi d'Europa. Un problema ulteriore dell'Italia è il divario tra nord e sud, oltre tre quarti della spesa complessiva in R&S, infatti è concentrata nelle regioni del Nord.

È evidente il ritardo della Basilicata, caratterizzata da livelli inferiori rispetto al valore medio nazionale. L'area sud della Basilicata, caratterizzata dalla presenza di piccoli comuni, presenta inoltre una copertura di reti tecnologiche non omogenea.

Lo sviluppo di settori ad alta tecnologia rappresenta, inoltre, un fattore di crescita economica e di aumento della produttività. E può offrire un contributo diretto al miglioramento della qualità della vita dei cittadini, fattore determinante anche per la crescita di un territorio in ottica di sviluppo turistico.

Se è vero che un territorio per ambire ad essere considerato destinazione turistica ha bisogno di raggiungere un determinato livello di accessibilità, allora è sempre più fondamentale che esso sia dotato di infrastrutture tecnologiche adeguate.

Il sud fanalino di coda in termini di occupati nei settori ad alta tecnologia

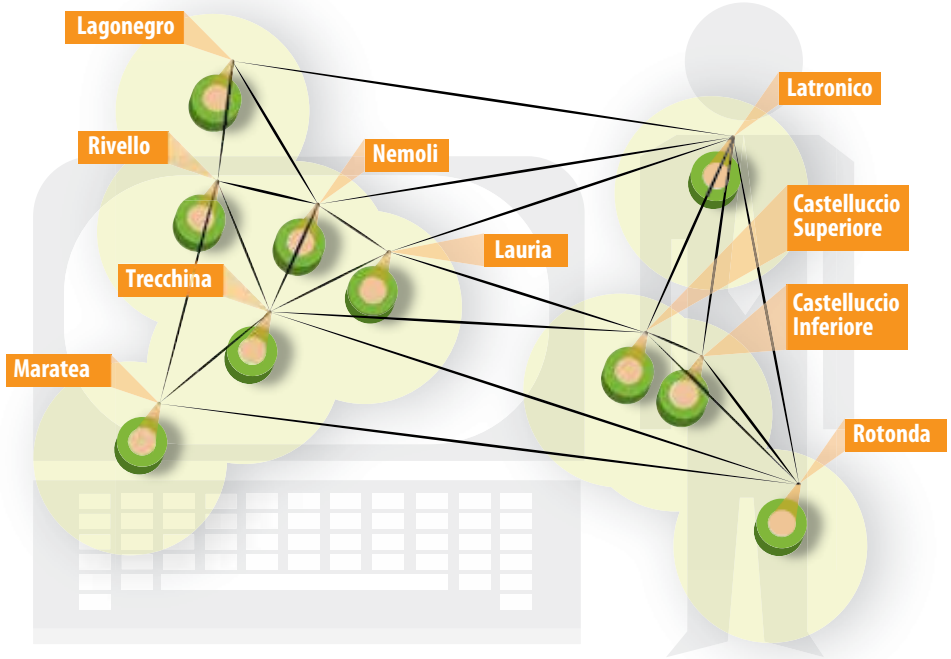


Occupati nei settori high-tech per regione*. Anno 2013. Percentuale sul totale occupati e differenze percentuali rispetto al 2012.
*Non sono disponibili i dati per valle d'Aosta e Molise.

Un territorio è veramente accogliente solo se dispone anche di adeguate dotazioni in termini di tecnologie per la comunicazione, l'informazione turistica, la cura e la fruibilità del patrimonio culturale e naturalistico. Un sistema turistico virtuoso deve configurarsi come una complessa rete di soggetti (amministrazioni pubbliche, operatori privati, singoli cittadini, turisti) tra i quali intercorrono relazioni sempre più fitte e di diversa natura, tra le quali occupano un ruolo centrale proprio le reti tecnologiche.

Relativamente al territorio della Valle del Noce, l'80 % dei comuni sono stati forniti di FIBRA OTTICA, ma al momento pochi hanno già sottoscritto i vari contratti per poterla utilizzare, sia per mancanza di risorse economiche che per mancanza dei componenti di impianto necessari. La possibilità di sfruttamento della fibra ottica però c'è ed è una opportunità importantissima. La maggior parte dei Comuni, plessi scolastici, etc. sono a un buon livello di digitalizzazione e attrezzatura ICT / informatica.
Il tutto è però strutturato in modo singolo e indipendente, cioè non appartenente ad unica infrastruttura o database, che permetterebbero la fruizione e l'utilizzo comune delle informazioni.

È indubbio che la gestione associata, di servizi/funzioni dell'ICT, potrebbe rispondere ad almeno due esigenze fondamentali: raggiungere forme di economia di scala nei costi gestionali dei servizi, grazie alle ottimizzazioni di risorse e favorire la condivisione e l'introduzione di livelli gestionali omogenei.
L'Unione Lucana del Lagonegrese (Unione dei Comuni), che comprende anche altri tre comuni rispetto ai sei della Valle del Noce (Castelluccio Inferiore, Castelluccio Superiore e Latronico) insieme a Rotonda si è già avviata, tramite il CSL (Centro Servizi Locale), verso il raggiungimento di una gestione associata dei sistemi informativi,



Il sistema Informativo Territoriale Associato - www.geoportale.unionelucanalagonegrese.it

ad esempio con l'implementazione di un geoportale che consente la condivisione di dati geospaziali e mappe, o con il Laboratorio di Innovazione Tecnologica finalizzato alla valorizzazione della ICT, puntando alla riduzione del digital divide con l'amministrazione centrale, alla maggiore diffusione della rete e alla massima sinergia in ambito di nuove tecnologie.
Tornando a valutare le cose dal punto di vista del turismo, alcuni comuni (Trecchina, Maratea, Nemoli) si sono dotati o si stanno dotando di sistemi digitali che facilitino la promozione turistica (totem, display, QRcode, wi-fi, etc.) ma non esiste ancora un unico sistema di amministrazione e gestione che permetterebbe di avere una diffusione di informazioni in modo organizzato e programmato, con vantaggi ed opportunità notevoli in termini di possibilità di condivisione dati, fidelizzazione e programmazione.
Sarebbe auspicabile la creazione di una vera Intranet tra i comuni dell'area, che possa ottimizzare l'utilizzo dell'hardware di cui si sono già dotati (firewall, server, etc.) con la realizzazione degli ultimi progetti, evidentemente orientati in tal senso.

La realizzazione dell'Intranet favorirebbe anche lo sviluppo e la gestione condivisa di molti servizi di comunicazione interna ed esterna del sistema turistico. Basti pensare alle opportunità di convergenza in tema di raccolta dati, fidelizzazione degli utenti, geolocalizzazione, installazioni presso percorsi e siti d'interesse.

Livello di coesione sociale, economica ed amministrativa

Il concetto fondamentale che sta alla base dell'idea di creare un Sistema Turistico quale nuovo modello organizzativo dell'offerta turistica è la cooperazione sistematica tra enti locali ed operatori turistici che lo pone come sovrastruttura di sintesi e di integrazione territoriale.
È dunque necessario un confronto con altre organizzazioni rappresentative di integrazione territoriale ed economica già presenti ed operative nella Valle del Noce, che, a livello amministrativo, di strategia locale e turistico sono rispettivamente:

- l'Unione Lucana del Lagonegrese – Mercure, Noce, Sinni
- il Gal La Cittadella del Sapere
- il Consorzio degli operatori turistici

Unione dei comuni

Nel luglio del 2015 è stata costituita l'Unione Lucana del Lagonegrese – Mercure, Noce, Sinni, per esercitare in forma associata funzioni comunali e funzioni attribuite dal altri Enti.
L'Unione coinvolge 9 comuni:

- *Lagonegro*
- *Lauria*
- *Rivello*
- *Nemoli*
- *Trecchina*
- *Maratea*
- *Latronico*
- *Castelluccio Inferiore*
- *Castelluccio Superiore.*

Rientra tra i compiti dell'Unione la progressiva integrazione dei comuni che la compongono, al fine di ottimizzare, accrescendone efficienza, efficacia ed economicità, la gestione di funzioni e servizi nell'intero territorio.
Gli obiettivi prioritari che si pone sono:

- *Promuovere lo sviluppo sociale, economico e culturale integrato dei territori*
- *Favorire il miglioramento della qualità della vita delle persone*
- *Valorizzare le risorse ambientali, naturali, forestali, agricole, commerciali, artigianali, storiche, archeologiche e culturali*
- *Gestire ed ampliare le funzioni e i servizi rispetto a quelli precedentemente erogati dai singoli comuni*
- *Sviluppare l'uso diffuso delle tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione*
- *Essere portavoce degli interessi delle comunità aderenti anche nei rapporti con altri livelli istituzionali*
- *Cooperare con altre Amministrazioni locali, anche non appartenenti al medesimo ambito, per condividere soluzioni di problemi e strategie di sviluppo*
- *Promuovere attività di tutela ambientale, attraverso l'adesione alla programmazione di sviluppo sostenibile*

Sin dalla fase iniziale l'Unione gestisce in maniera associata i servizi catastali, ma altre funzioni e competenze le saranno conferite dai Comuni, dalla Regione ed eventualmente da altri enti. I punti di contatto e gli obiettivi comuni con un sistema turistico dell'area sono evidenti e, in prospettiva, sarebbe assolutamente opportuna una valutazione su una possibile maggiore aderenza tra le strutture.

GAL
La Cittadella del Sapere.

Un ruolo fondamentale per il processo di integrazione e di promozione territoriale che si sta proponendo ha ricoperto e dovrà ricoprire Il GAL *La Cittadella del Sapere.*

Il GAL, partendo dall'esperienza di gestione delle azioni previste nel Piano di Sviluppo Locale 2007-13, ha proposto per la programmazione 2014-2020 una strategia di sviluppo locale che intende sperimentare un nuovo modo di operare in rapporto con l'economia locale e svolgere sul territorio un ruolo di supporto al tessuto produttivo esistente, agli Enti pubblici territoriali, ai promotori di nuove imprese e a tutti gli attori locali, per sviluppare idee, coordinare scelte e comportamenti, stimolarne le iniziative di sviluppo e facilitarne l'accesso alle informazioni ed ai servizi.

Il nascente sistema turistico dovrà essere un interlocutore primario del GAL, insieme al quale potrà sostenere le iniziative virtuose che possono accompagnare la crescita turistica della Valle del Noce e, quindi, dell'intero territorio del Lagonegrese.

Le interessenze che possono instaurarsi sono il sostegno al miglioramento della qualità e della quantità dei servizi turistici, in sinergia con le imprese del settore agricolo, commerciale, artigianale, con Enti Pubblici, associazioni e altri soggetti, al fine di introdurre servizi al turismo rurale, promuovere sistemi di rete di supporto e accrescere l'attrattività dei territori rurali.

Si punterà sostanzialmente allo sviluppo di modelli sui temi della diversificazione delle attività agricole e dell'incentivazione del settore turistico:

- *condivisione delle priorità tematiche e territoriali per il potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica e della fruizione turistica, associati alla valorizzazione di aree o di comprensori rurali caratterizzati dalla presenza di produzioni di qualità e/o di beni storico architettonici e/o di tradizioni storiche e culturali;*
- *definizione delle possibili sinergie operative tra i diversi attori del sistema dell'accoglienza turistica;*
- *definizione di un piano organico e coordinato delle azioni programmate.*

Consorzio
operatori turistici

Sul territorio è presente attualmente un consorzio di operatori turistici, il CTM Consorzio Turistico Maratea, che si presenta con l'obiettivo di rappresentare una rete di imprese di eccellenza per rilanciare Maratea ei flussi turistici, anche attraverso il sito web **visitmaratea.it.** Il Consorzio vuole affermare il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico del territorio.

Il suo operato vorrebbe puntare a favorire la crescita competitiva di tutto il sistema turistico Marateota e della Basilicata, dando slancio al Sistema Turistico Valle del Noce - Lagonegrese, sostenendo prioritariamente le attività e i servizi rivolti allo sviluppo turistico , ovvero cercando un'unità di lettura turistica e un'offerta integrata di beni ambientali, culturali e turistici, enogastronomia, artigianato, ecc, partendo dalle eccellenze che il territorio offre.

Il CTM si presenta con ambizione e con nuove idee e progetti rivolti alla promozione territoriali e ambisce a riformulare il concetto della rete, formata da qualificati operatori che puntano sulla qualità dell'offerta come valore primario per promuovere il territorio e muovere flussi turistici, esaltando le bellezze naturalistiche, che hanno la fortuna di possedere un inestimabile patrimonio ambientale, artistico e culturale, oltre alle tipicità di numerose tradizioni enogastronomiche.

Il CTM si fa promotore di iniziative d'interesse ambientale, culturale, sportivo, ricreativo e turistico atte ad animare e arricchire il grande comprensorio. Si pone come potenziale partner per processi di integrazione e collaborazione con le varie realtà associative e imprenditoriali private e pubbliche di tutto il territorio regionale.

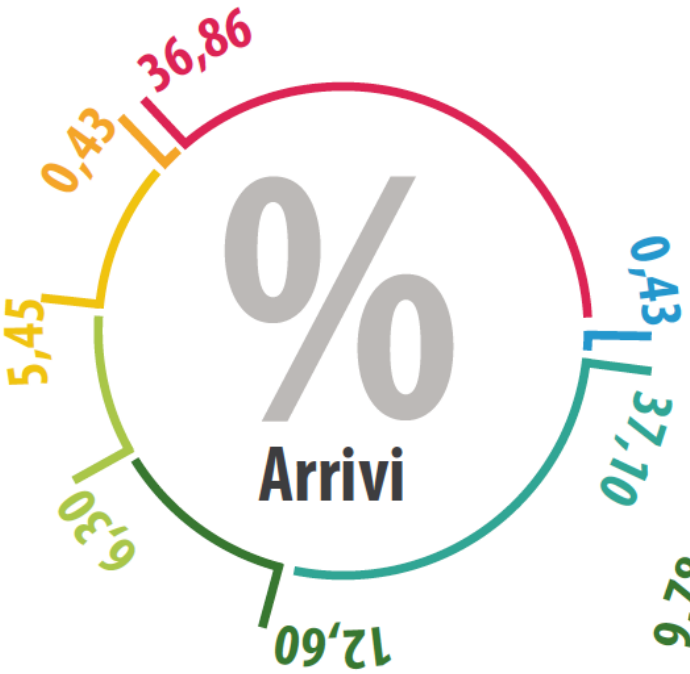
Dall'analisi svolta gli obiettivi a cui punta il consorzio sono in concreto spesso difficilmente raggiungibili a causa del mancato equilibrio tra la logica dello stare insieme e quindi presentarsi sul mercato turistico come offerta aggregata, e gli individualismi che tendono a far emergere obiettivi e strategie delle singole strutture. Si rende opportuna un riflessione per la idonea valutazione del coinvolgimento di questa realtà – assolutamente da prendere in considerazione – con il nascente sistema turistico, i cui principi di condivisione ed integrazione dovranno ispirare l'intero movimento turistico locale.

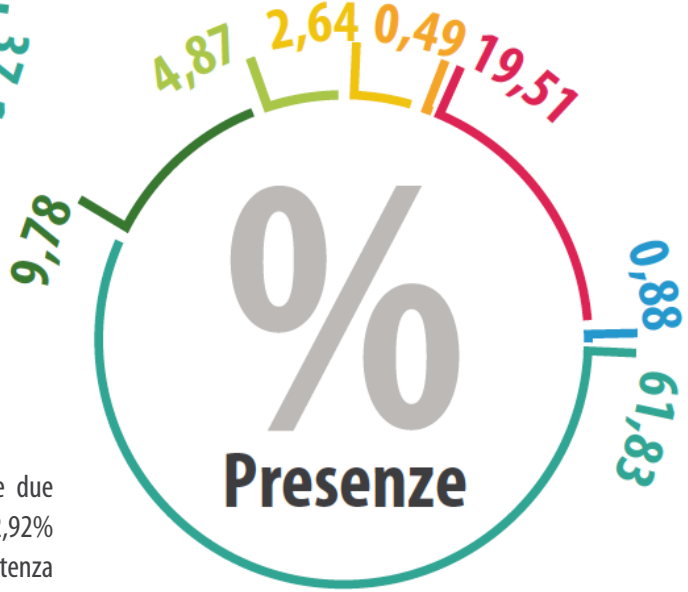
2 Il contesto turistico

International Driving Permit
JUL 25 2014
minolta
XD5
MD MINOLTA CELTIC 28mm 1:2.8
LENS MADE IN JAPAN
MINOLTA
WORLD'S
FINEST
GRAIN
LE GRAIN LE PLUS FIN AU MONDE
WELTWEIT FEINSTES KORN

Guardando al contesto turistico regionale, il "Compendio statistico sul turismo – anno 2015" realizzato a cura dell'APT Basilicata, classifica i comuni lucani secondo la codifica dell'ISTAT che distingue:

- **Città d'arte**
- **Località termali**
- **Capoluoghi**
- **Località collinari**
- **Località di montagna**
- **Località lacuali**
- **Località marine**





Fonte: Elaborazione grafica Ck Associati dati APT Basilicata

In base a questa suddivisione, **nel 2015 gli arrivi in Basilicata risultano più numerosi nelle località marine (37,10%), seguite dal 36,86% nelle città d'arte e dalle località di montagna con il 12,6%.**
Anche le presenze risultano più cospicue nelle località marine (61,83%), che distanziano di molto le città d'arte 19,51% e le località di montagna 9,78%. Rispetto alle due province della Regione, nel 2015 sul totale degli arrivi il 62,92% interessa la provincia di Matera, mentre la provincia di Potenza si attesta al 37,08%; i dati relativi alle presenze mostrano un andamento pressoché identico a quello degli arrivi. Tra i turisti, quelli italiani sono i più numerosi.

Componenti dell'offerta turistica attuale

Secondo la classificazione dell'APT Basilicata, i Comuni coinvolti nel progetto di sviluppo del Sistema Turistico Valle del Noce rientrano nell'Area 3 Lagonegrese-Pollino.
Valutando la consistenza ricettiva di quest'area, si osserva che nel periodo di riferimento 2012-2015 si è verificata una diminuzione costante delle strutture alberghiere attive sul territorio: nel 2015 il numero delle strutture alberghiere è diminuito di 8 unità rispetto al 2012.
Completamente opposto è l'andamento delle strutture extralberghiere, la cui presenza nell'area è decisamente aumentata: dalle 110 strutture del 2012 si è passati alle **131** del **2015**.

Focalizzando l'attenzione su Maratea, la località turistica di riferimento dell'area oggetto dell'analisi, si conferma la diminuzione del numero di strutture ricettive alberghiere, passate da 19 a 17, a cui è corrisposta un'importante perdita di posti letto (-166), non compensata dalla nascita di 6 nuove strutture extralberghiere, passate a 33 ma in grado di rendere disponibili solo 59 posti letto in più.
Incrociando i dati relativi alla consistenza ricettiva di Maratea (3.760 posti letto) con il numero di abitanti e la superficie dell'area ricadente nei confini del comune è possibile indicare il **tasso di ricettività** (n. posti letto/n. abitantix1000), pari a 723,77 e la **densità ricettiva** (n. posti letto/kmq), pari a 56,11.
Entrambi i valori indicano un notevole impatto del settore turistico nel contesto territoriale marateota e confermano in maniera importante quanto l'unica località balneare lucana del Mar Tirreno "viva" di turismo.

Domanda turistica attuale

L'andamento della domanda turistica nel Lagonegrese-Pollino ha seguito un andamento positivo in termini di presenze: come è possibile rilevare dai dati elaborati dall'APT Basilicata su arrivi e presenze nell'area di interesse, dal 2012 al 2015 si è passati **da 90.442 a 100.601 arrivi (+11,23%) e da 299.226 a 323.285 presenze (+8,04 %).**
Nonostante i turisti italiani risultino in numero maggiore rispetto a quellli stranieri, si registra un andamento in crescita nel periodo per entrambe le categorie. In termini di arrivi si registra un incremento dei turisti italiani del **10,54%** e di quelli stranieri del **17.19%**; le presenze si attestano a **+7.05%** per gli italiani e a **+17,71%** per gli stranieri.
Per quanto riguarda Maratea, la crescita degli arrivi (**53.602**) e presenze (**225.379**) si è attestata rispettivamente all' 8,09% e al 6,90%. Il numero di presenze, rapportato ai posti letto disponibili in un anno, permette di calcolare l'**indice di utilizzazione lordo delle strutture ricettive**, ovvero la capacità di occupare i posti letto disponibili:

225.379/(3.760x365) = **16,4%** (circa il 30% il dato nazionale).

Per il calcolo dell'indice di utilizzazione netto andrebbero presi in considerazione i reali periodi di apertura, che per le strutture di Maratea sono ridotti a 6-8 mesi nella quasi totalità dei casi.
Il dato, supponendo un'apertura media di 7 mesi, salirebbe così a circa il 30% (circa il 40% il dato nazionale).
Il numero di presenze in rapporto ai residenti restituisce il **tasso di turisticità**, che misura il livello di "affollamento" turistico in un determinato periodo (anno 2015 in questo caso): 43.383 (n. presenze/n. abitanti x1000).
La **densità turistica**, che invece indica il numero di turisti per kmq, è stata per il 2015 pari a 3.363,86 (n. presenze/kmq).

Flussi turistici e "trend"

Secondo quanto presentato alla BIT2016, il turismo enogastronomico è uno dei trend principali delle vacanze in Italia: nella ricerca effettuata da IMAGO (2015) risulta che per il turista straniero l'Italia è associata per il **60%-64%** all'**enogastronomia**

60-64%
Cultura-enogastronomia

29%
Patrimonio naturalistico-ambientale

41%
Patrimonio storico

26%
Stile di vita italiano

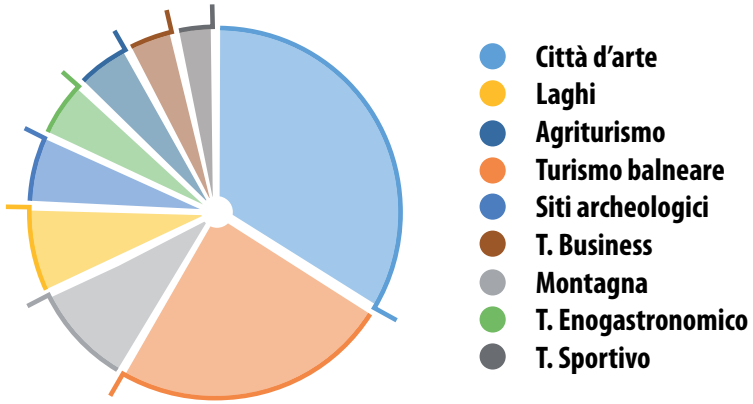
Durata media del viaggio : 7-8 giorni | costo medio: €1000

Per quanto riguarda i turisti italiani, un'indagine Coldiretti/Ixé (2015) afferma che più di quattro italiani su dieci (42%) hanno scelto una vacanza all'insegna dell'enogastronomia.
Oltre al comparto enogastronomico e a quello nozze, che continua a rivestire un ruolo importante all'interno del mercato turistico, continua a crescere il trend del turismo attivo-sportivo: con un giro d'affari stimato in 6,3 miliardi di euro (di cui 1,5 miliardi per gli sport acquatici), oltre 10 milioni di viaggi e 60 milioni di pernottamenti censiti dall'Osservatorio Nazionale del Turismo (2015) si conferma una dei segmenti più promettenti su cui puntare anche per promuovere aree meno note e destagionalizzare il prodotto.
Uno dei segmenti all'interno dell'offerta turistica mondiale che fa registrare una crescita notevole in tutto il mondo è il turismo di lusso: lo studio del World Travel Monitor di IPK International (2015) attesta un incremento dei viaggi di lusso negli ultimi cinque anni del 48%. Per quanto riguarda le presenze nelle strutture extralusso italiane, Federalberghi stima un incremento tra +10% e +20% rispetto al 2015. Ai primi posti della classifica delle destinazioni preferite, secondo una ricerca di Condé Nast Johansen, soprattutto città d'arte tra cui Firenze in 2° posizione e Roma in 4°.
Secondo i T.O. internazionali (IMAGO 2015) le nuove tendenze della domanda straniera sono:

- **60%** *attenzione alla qualità*
- **34 %** *rapporto qualità/prezzo*
- **26%** *richiesta di viaggi su misura*
- **11%** *maggiore richiesta di viaggi esclusivi*
- **8,4%** *attenzione alla sostenibilità*
- **7,3 %** *maggiore attenzione al prezzo*

Le mete principali scelte dai turisti stranieri sono le città d'arte (77,40%), seguite dalle località balneari (56,60%) e dalla montagna (21,80%).

I prodotti turistici più commercializzati dai Tour Operator italiani nel 2014



Fonte: Elaborazione grafica Ck associati dati IMAGO 2015

Anche i turisti italiani scelgono principalmente le città d'arte (78,80%), le località balneari (45,50%) e la montagna (14,80%).

Volendo dare uno sguardo d'insieme ai principali trend mondiali del turismo, SMG – Alto Adige Marketing, identifica alcuni tematismi chiave:

1. **MEGATREND MOBILITÀ:** La maggiore mobilità ha di fatto trasformato i punti di partenza come stazioni e aeroporti in posti dove si sosta, si fa shopping o ci si incontra. Oggi essere mobile non significa necessariamente possedere un mezzo di trasporto, bensì poter scegliere tra svariate forme di mobilità come il car sharing o l'intermodalità treno-bici (p.es. il sistema "Call a Bike" delle ferrovie tedesche). Anche il wireless favorisce la mobilità consentendo di consultare in qualsiasi momento orari, cartine, hotel finder e siti di confronto prezzi.

2. **MEGATREND GLOBALIZZAZIONE E URBANIZZAZIONE:** Globalizzazione e urbanizzazione contribuiranno sempre più allo sviluppo turistico dei centri urbani, a loro volta destinati a raggiungere una qualità di vita sempre migliore. Le città del futuro avranno nuove architetture, nuove piazze, creatività e nuove coesistenze.

3. **MEGATREND INDIVIDUALIZZAZIONE:** È un trend che sta influenzando fortemente il mercato del turismo. Aumenta in maniera esponenziale la voglia di vivere esperienze uniche: no all'eccesso di servizi, meglio un servizio di qualità, individuale e con spazi di libertà.

4. **MEGATREND CONNESSIONE:** Oggi la quasi totalità del pianeta è connessa, e in futuro la digitalizzazione sarà ancora più invadente grazie ad Internet mobile. Gran parte dei viaggi sono scelti e prenotati sul web. Alla globalizzazione tramite Internet si accompagna un trend per certi versi opposto come la regionalità: tramite servizi di geolocalizzazione come Foursquare è possibile segnalare la propria presenza in un albergo o in un ristorante e farlo sapere agli amici dei social network. La cosiddetta Augmented Reality è uno strumento di ricerca che offre ai viaggiatori una nuova opportunità: quella di scovare, ad esempio, un'osteria nascosta in Toscana senza che l'oste si sia fatto pubblicità. Oggi va molto di moda guardare le città con gli occhi di chi le abita.

5. **MEGATREND NEO-ECOLOGIA:** Rappresenta il desiderio di ritornare alla natura che, oltre ad essere cercata fuori dai centri urbani, viene portata anche in città, attraverso iniziative come l'Urban Gardening. La natura è destinata ad avere un ruolo sempre più importante nel turismo, dall'agriturismo alle vacanze avventurose passando per attività quali la vendemmia.

6. **MEGATREND SALUTE:** Le persone sono sempre più attente alla propria salute, in termini ad esempio di alimentazione sana e attività fisica. Applicato al settore turistico, questo significa non massaggi o saune, ma ad esempio una stanza d'albergo arredata secondo la filosofia feng-shui, con materiali anallergici e così via. In questo scenario il wellness non è più legato alla salute ma piuttosto al piacere. Il Medical Wellness invece comprende il trattamento dei sintomi o la prevenzione, e lo stare bene viene inteso come un bene di lusso individuale.

7. **MEGATREND SILVER GENERATION:** Cresce il numero degli ultrasessantenni che amano viaggiare, grazie alla maggiore disponibilità di tempo e denaro. Il consumo non ha più limiti di età e gli anziani usano sempre più Internet per i loro viaggi, cosicché il Down Aging (il sentirsi giovani) ha oggi una grande influenza sul commercio turistico on line.

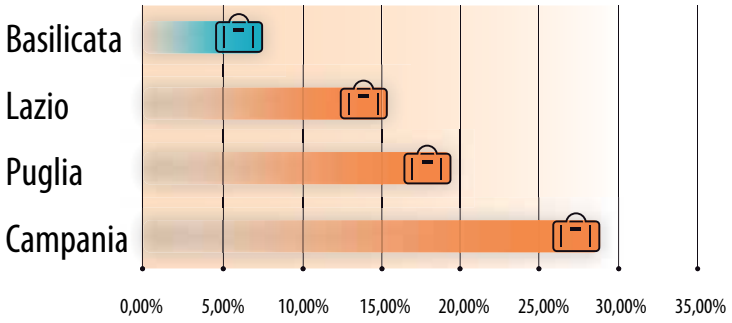
8. **MEGATREND CONOSCENZA E CREATIVITÀ:** L'economia sarà sempre più creativa e si nutrirà di conoscenze, talento, nuovi concetti formativi e collaboratori creativi, che saranno in grado di lavorare in piena autonomia e con spirito di gruppo. Questo nuovo concetto di economia obbligherà anche il settore turistico a ripensare l'attuale gestione dei collaboratori o la cultura aziendale. Questa mentalità caratterizzerà anche i viaggiatori alla ricerca di ispirazioni e i network. I concetti di "New Work", "Cultura" e "Mobilità" vanno di pari passo, in quanto la mobilità apporta nuovi posti di lavoro e viaggiare contribuisce alla formazione.

9. **MEGATREND FEMMINIZZAZIONE:** Le donne sono sempre più attive nell'economia e sempre più spesso ricoprono ruoli dirigenziali all'interno di aziende.

Caratteristiche dei flussi di domanda

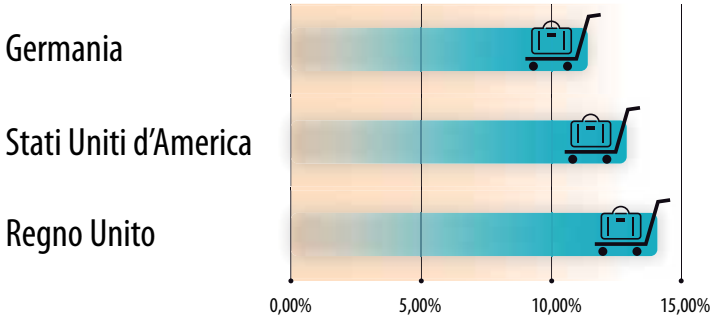
Riguardo ai flussi turistici in entrata nell'area *Pollino –Lagonegrese* nell'anno 2015, un dato rilevante riguarda la provenienza dei turisti italiani e stranieri. Gli italiani provengono **principalmente da due regioni limitrofe**, la **Campania (28,66%)** e la **Puglia (19,35%)**, seguite dal **Lazio (15,32%)**. **I turisti lucani** che scelgono quest'area come meta di viaggio **sono il 7,57%** sul totale dei visitatori italiani.
I turisti stranieri arrivano principalmente da **Regno Unito (13,97%)**, **Stati Uniti d'America (12,93%)** e **Germania (11,38%)**.

Provenienza dei turisti italiani



In riferimento alla sola Maratea si segnala che la prima regione italiana di provenienza è sempre la Campania, ma il Lazio fa registrare numeri superiori alla Puglia, contrariamente al dato dell'area.

Provenienza turisti stranieri



Per quanto riguarda gli stranieri i numeri confermano UK, USA e Germania come primi tre bacini di provenienza, con quest'ultima che nel corso del 2015 non ha più confermato la tendenza dei tre anni precedenti, durante i quali rappresentava il paese straniero con i maggiori arrivi e presenze.
Molto interessante, più in generale, la crescita del numero di arrivi (+10,85%) e presenze (+13,40%) di stranieri, in proporzione superiore a quella degli italiani (+7,56% e +6,03%).
Inoltre le presenze degli stranieri sono cresciute più degli arrivi, contrariamente agli italiani per i quali la permanenza media ha continuato il trend in diminuzione. Questo significa che tendenzialmente gli stranieri sono portati a fermarsi un po' in più degli italiani sul territorio, dimostrando come le prospettive di sviluppo migliori siano relative proprio ai mercati esteri.

3 Le componenti base dell'offerta ricettiva

Autori: Gennaro Fiume, Silvio Labanca, Michele De Sio

Il disegno della ricerca

L'attuale fase di analisi di mercato si pone una serie di obiettivi prioritari, tra cui:

- *Conoscenza della dinamiche di settore;*
- *Definizione dei punti di forza e debolezza del prodotto turistico attuale;*
- *Conoscenza dei mercati di riferimento;*
- *Valutazione dell'immagine della destinazione;*
- *Presenza on line della destinazione.*

L'impostazione del lavoro della fase di analisi è stato decisamente operativo e le attività previste hanno privilegiato la rilevazione sul campo e l'interazione con i soggetti locali, poggiando sulla considerazione di fondo che una relazione diretta con gli interlocutori rappresenta un elemento decisivo per accrescere la conoscenza dei fenomeni, interpretare i problemi e scegliere le soluzioni più adeguate. La partecipazione diretta del territorio ha permesso di condividere sin da subito con gli operatori e con gli stakeholder le finalità e le modalità di raggiungimento degli obiettivi condivisi. Il lavoro di analisi della ricettività alberghiera ed extralberghiera è stato fatto mediante la predisposizione di un questionario quali/quantitativo, somministrato in incontri one to one, presso le strutture ricettive.

Il questionario è stato articolato in 8 sezioni, che hanno consentito di destrutturare un dato complessivo di lettura del sistema dell'offerta ricettiva e di poterlo rendere il più "elementare" possibile in modo da poterlo utilizzare per la definizione degli elementi strategici necessari alla costruzione di soluzioni coerenti all'idea di destinazione della "Valle del Noce".

Il questionario, sulla scorta dei dati forniti dall'APT, aggiornati da una puntuale verifica condotta in collaborazione con le amministrazioni locali, ha portato alla definizione di un data base di n. 69 strutture, ricadenti nel territorio dei 6 Comuni coinvolti nel progetto.

Lo strumento di rilevazione

ckassociati

PROGETTO PER LO
SVILUPPO E L'ORGANIZZAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO-RELIGIOSO INTEGRATO CON L'OFFERTA NATURALISTICO-AMBIENTALE E SPORT OUTDOOR NEL LAGONEGRESE
CIG 6067923078 - CUP I22C14000050002

MODULO DI INFORMAZIONE/ADESIONE

Ragione sociale ..... *Titolare* .....
indirizzo dell'attività ..... *sito web* .....
Social network ..... *telefono* ..... *fax* .....
Cellulare per sms ..... *e mail* .....
referente da contattare ..... *qualifica* .....
Attività stagionale o annuale ..... *se stagionale indicare il periodo di apertura* .....

Ha già sentito parlare del ***Progetto****?*
☐ *Si* ☐ *No* *Se SI per quale ragione lo conosce* .....
.....

SEZIONE A ORGANIZZAZIONE STRUTTURA

▸ Tipo di struttura?
- ☐ *Hotel*
- ☐ *Villaggio turistico*
- ☐ *Campeggio*
- ☐ *Residence*
- ☐ *Casa vacanza*
- ☐ *Agriturismo*
- ☐ *Affittacamere*
- ☐ *B&B*
- ☐ *Altro specificare* .....

▸ Può indicare quali sono le disponibilità nella sua struttura ricettiva/abitazione?
- ☐ *Numero posti letto* .....
- ☐ *Numero di camere* .....

▸ Informazioni sulla qualità

Avete un sistema qualità certificato?

❑ *SI* ❑ *NO* ❑ *In implementazione*

▸ Se si, quali?

Normativa di riferimento ..... *Ente certificatore* .....

▸ Dove si trova la sua struttura ricettiva/abitazione?

❑ *Centro storico* ❑ *Vicino al mare* ❑ *Altro specificare* .....
❑ *Zona residenziale* ❑ *Campagna* .....

▸ Di quali tipi di comfort sono dotate le camere della sua struttura ricettiva/abitazione?

❑ *Aria condizionata/climatizzatore*
❑ *Balcone/terrazza*
❑ *Servizi in camera*
❑ *TV*
❑ *Wi-fi*
❑ *Frigorifero*
❑ *Cassaforte*
❑ *Biancheria da letto coordinata e di buona qualità*
❑ *Angolo cottura (possibilità di preparare pasti)*
❑ *Sistema di riscaldamento autonomo*
❑ *Altro, specificare* .....

▸ Quali sono i servizi aggiuntivi offerti dalla sua struttura ricettiva?

❑ *Servizio di lavanderia*
❑ *Servizio di parcheggio*
❑ *Servizio di ristorazione in loco*
❑ *Wi-fi gratuito ed illimitato*
❑ *Servizio navetta (per il mare e/o tour turistici)*
❑ *Servizi benessere (Sauna/massaggi/etc.)*
❑ *Servizi di animazione per i bambini*
❑ *Servizi di accompagnamento turistico (esempio guide turistiche)*
❑ *Altri servizi* .....

▸ Ha realizzato o programmato investimenti per il miglioramento della struttura o dei servizi nell'ultimo biennio?

❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Se si, quali?

❑ *Ristrutturazione camere o spazi comuni* ❑ *Ammodernamento impianti* ❑ *Efficienza energetica*
❑ *Centro benessere – servizi wellness* ❑ *Servizio ristoranti* ❑ *Adeguamenti normativi*
❑ *Miglioramento aree esterne* ❑ *Servizi per bambini* ❑ *Servizi tecnologici*
❑ *Passaggio di categoria (sistema stellato)* ❑ *Servizio transfert* ❑ *Altro*

▸ Ha ricevuto fonti di finanziamento pubblico nell'ultimo triennio?

❑ *SI, a valere sul fondo*
❑ *NO*

SEZIONE B RISORSE UMANE

▸ L'organizzazione del servizio ricettivo fa affidamento su:

❑ *Personale professionale dipendente*
❑ *Personale professionale occasionale/stagionale*
❑ *Conduzione familiare*
❑ *Altri* .....

PROGETTO PER LO SVILUPPO E L'ORGANIZZAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO-RELIGIOSO INTEGRATO CON L'OFFERTA NATURALISTICO-AMBIENTALE E SPORT OUTDOOR NEL LAGONEGRESE

▸ Può indicarci il numero di addetti della sua struttura ricettiva divisi per stagione?

❑ *Numero addetti* |_|_|_| *bassa stagione*
❑ *Numero addetti* |_|_|_| *alta stagione*

▸ La sua struttura ha personale che parla correntemente lingue straniere?

❑ *SI*
❑ *NO*
Se si quali? .....

▸ Quante volte in una settimana in media i suoi addetti (sia dipendenti che titolari) devono interagire con l'estero (via telefono o altre forme di comunicazione scritta)?

❑ *Molto raramente*
❑ *2-3 volte alla settimana*
❑ *Quasi tutti i giorni*
❑ *Più volte tutti i giorni, con continuità*

SEZIONE C SOSTENIBILITÀ

▸ Nella sua struttura quali di questi elementi/attività è possibile trovare:

❑ *Sistemi energetici sostenibili*
❑ *Servizio del cambio biancheria on demand ed a basso impatto ambientale*
❑ *Utilizzo di materiale riciclato per arredi, decori, etc.*
❑ *Accessibilità per soggetti con disabilità*
❑ *Servizi per soggetti diversamente abili, che vanno oltre le dotazioni minime previste dalla legge.*
Se SI, quali? .....
❑ *Possibilità di acquistare/consumare prodotti della filiera agroalimentari locale (anche in convenzione con altre strutture)*
❑ *Altro specificare* .....

▸ Si è mai trovato nella necessità di non poter far fronte ad una richiesta specifica di un cliente che le ha fatto perdere una concreta opportunità?

❑ *SI* ❑ *NO*
Se SI, quali? .....

SEZIONE D ASPETTI COMMERCIALI/PROMOZIONE

▸ Quali sono i canali di vendita utilizzati?

❑ *Telefono*
❑ *Sito web (form di richiesta/mail)*
❑ *Intermediazione Agenzie di viaggio*
❑ *Allotment con Tour operator*
❑ *Intermediazione OLTA*
❑ *Rapporti con aziende territoriali*
❑ *Altri canali* .....

▸ Come valuta complessivamente l'andamento della clientela nel 2015:

❑ *In aumento, in quale percentuale?* |_|_|_| %
❑ *Stabile*
❑ *In diminuzione, in quale percentuale?* |_|_|_| %
❑ *Non sa*

▸ Crede che l'andamento dell'anno in corso, rispetto al 2015, sia

❑ *In aumento*
❑ *Stabile*
❑ *In diminuzione*
❑ *Non sa*

▸ Può indicare le tre principali Regioni di provenienza della clientela italiana?
1° .....
2° .....
3° .....

▸ Può indicare i tre principali Paesi di provenienza della clientela straniera?
1° .....
2° .....
3° .....

▸ Quali sono i periodi di maggiore affluenza dei turisti? .....
.....

▸ Mettete a disposizione dei vostri ospiti delle biciclette o altri mezzi?
❑ *SI* ❑ *NO*
▸ Se mezzi diversi dalle biciclette, quali .....

▸ Che tipo di trattamento preferiscono maggiormente?
❑ *OB* ❑ *BB* ❑ *HB* ❑ *FB*

▸ Che tipo di clientela abitualmente ospitate?
❑ *singoli viaggiatori* ❑ *gruppi di giovani* ❑ *over 60* ❑ *persone con disabilità* ❑ *famiglie*
❑ *turismo scolastico*
altro (specificare) .....

▸ Può indicarci il numero di presenze complessive registrate nella sua struttura nel 2015?
..... *numero presenze.*

▸ Con quanto anticipo vengono effettuate le prenotazioni?
❑ *Periodo superiore ad un mese (specificare)* ..... ;
❑ *un mese;*
❑ *due settimane;*
❑ *una settimana;*
❑ *periodi inferiori alla settimana.*

▸ Quali sono le tariffe minime e massime?
Bassa stagione min ..... *max* .....
Alta stagione min ..... *max* .....

▸ La struttura pratica sconti/riduzioni a:
❑ *bambini* ❑ *famiglie* ❑ *over* ❑ *persone con disabilità* ❑ *gruppi di minimo n.* .....
altro (specificare) .....

▸ Indicare le condizioni delle agevolazioni: .....
.....
.....

▸ Nella struttura utilizzate degli strumenti per il controllo di gestione, le previsioni delle presenze e le politiche tariffarie (Revenue Management)?
❑ *SI* ❑ *NO*
Se si, quali .....

▸ È in grado di indicarci il ricavo medio per camera e il *RevPAr* annuali (2015) della sua struttura?
❑ *SI, €* ..... *€* ..... ❑ *NO.*

PROGETTO PER LO SVILUPPO E L'ORGANIZZAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO-RELIGIOSO INTEGRATO CON L'OFFERTA NATURALISTICO-AMBIENTALE E SPORT OUTDOOR NEL LAGONEGRESE

▸ Utilizza qualche sistema/software di CRM per la gestione della relazione con la sua clientela?
❑ *SI,* ..... ❑ *NO*

▸ Il sito web della sua struttura è realizzato secondo tecniche di responsive web design?
❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Il sito web della sua struttura è dotato di booking engine?
❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Se si, di che tipo?
❑ *realizzato/acquistato su misura (* .....*)*
❑ *fornito dietro pagamento di canone (* .....*)*
❑ *tramite widget che rimanda a piattaforma esterna (* .....*)*

▸ Per la gestione della disponibilità delle camere sui vari intermediari on-line utilizza un channel manager?
❑ *SI, questo:* ..... ❑ *NO*

▸ Sarebbe interessato ad essere presente su una piattaforma on-line dedicata alla destinazione, che le consentisse contemporaneamente anche di allineare tariffe e disponibilità sugli altri canali?
❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Sarebbe disposto, senza aggravio economico, ad utilizzare il booking engine di destinazione anche sul suo sito, tramite widget?
❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Solitamente quali strumenti di comunicazione utilizza per la promozione della sua struttura ricettiva?
❑ *Attività sui social network*
❑ *Promozione on line a pagamento:*
❑ *presenza su portali turistici (generici, tematici, territoriali)*
❑ *presenza sugli hotel metasearch (Tripadvisor, Trivago, Kayak...)*
❑ *banner* ❑ *ads sui motori di ricerca* ❑ *ads sui social network* ❑ *altro* .....
❑ *strumenti di comunicazione diretta (brochure, flyer, news letter)*
❑ *partecipazione a fiere*
❑ *inserimento in guide turistiche specializzate*
❑ *altro*
❑ *non svolge alcuna attività promozionale*

SEZIONE E ORGANIZZAZIONE TURISTICA TERRITORIALE

▸ Lei ritiene utile la nascita di un organismo di gestione turistica della destinazione (DMO)?
❑ *SI* ❑ *NO*
▸ Se no, perché .....

▸ Vi sono servizi che effettua in collaborazione con altri operatori del territorio?
❑ *ricettività (B&B, alberghi, agriturismi, ecc.);*
❑ *ristorazione (ristoranti, pizzerie, trattorie, locande, enoteche, pub, ecc.);*
❑ *servizi turistici (ufficio informazione e accoglienza turistica, agenzia di viaggi, trasporti, pro-loco, guide turistiche, ecc);*
❑ *attività di leisure, tempo libero, sport, benessere (centro benessere, centro equitazione, pesca sportiva, area pic-nic attrezzata, discoteca, teatro, cinema, escursioni, ecc);*
❑ *aziende di trasformazione dei prodotti tipici locali (pane, olio, sottobosco, ecc.);*
❑ *artigianato locale (cotto, ceramica, ricamo, ecc.).*
❑ *altro.*

▸ È iscritto ad un consorzio di imprese turistiche?
☐ *SI quale* ..... ☐ *NO perchè?* .....

▸ Quali sono secondo lei, i punti di forza della destinazione? Li esprima indicando le **3 attrattive turistiche** di punta .....
.....

▸ Quali sono i **punti di debolezza** .....
.....

▸ Che **tipo di turista** frequenta attualmente la zona? Indichi le **3 caratteristiche** che meglio lo definiscono. .....
.....

▸ **Lei ritiene che – generalmente – i turisti che oggi frequentano l'area siano soddisfatti dell'esperienza che vivono?**
☐ *SI* ☐ *NO* ☐ *Non completamente*

▸ **Ritiene che possa essere utile investire in azioni e progetti che puntino a diversificare l'offerta territoriale, cercando di allungare la stagione turistica?**
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Se si quali tra questi? (*max due risposte*)
☐ *congressuale*
☐ *outdoor*
☐ *culturale*
☐ *religioso*
☐ *enogastronomico*
☐ *altro, specificare* .....

▸ La sua struttura incassa la tassa di soggiorno?
☐ *SI, di €* ..... *a notte.* ☐ *NO*

▸ Se si, si ritiene soddisfatto dall'utilizzo della tassa di soggiorno?
☐ *SI* ☐ *NO, perché* .....

▸ Riterrebbe opportuno che la tassa di soggiorno venisse utilizzata esclusivamente per sostenere la gestione turistica e la promozione della destinazione?
☐ *SI* ☐ *NO*

SEZIONE F POSIZIONAMENTO RISPETTO AL TURISMO OUTDOOR

▸ La vacanza attiva nella natura, conosciute anche come Vacanza Outdoor, è diventato un prodotto turistico importante per le destinazioni turistiche che hanno saputo investire in questo comparto. Ritiene possa essere una valida opzione anche per il nostro territorio?
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Ritiene importante che le amministrazioni pubbliche investano nella pianificazione e sviluppo di del prodotto turistico outdoor?
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Siete interessati ad una destagionalizzazione dell'offerta turistica, ampliando il periodo di apertura delle strutture ricettive anche al periodo autunno/inverno?
☐ *SI* ☐ *NO*

PROGETTO PER LO SVILUPPO E L'ORGANIZZAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO-RELIGIOSO INTEGRATO CON L'OFFERTA NATURALISTICO-AMBIENTALE E SPORT OUTDOOR NEL LAGONEGRESE

▸ Avete qualche conoscenza delle attività outdoor in generale?
☐ *SI* ☐ *NO*
Se sì, quali? .....
.....

▸ Avete qualche conoscenza delle attività outdoor che si possono praticare sul nostro territorio?
☐ *SI* ☐ *NO*
Se SI, quali? .....
.....

▸ Il turista outdoor cerca strutture, servizi, attenzioni specifici. Avete un'idea delle sue esigenze?
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Siete interessati ad entrare in un club di prodotto, sottoscrivendo uno specifico disciplinare?
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Siete disponibili a dedicare spazi nelle vostre strutture per i servizi collegati a questo nuovo segmento di vacanze?
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Siete interessati ad un corso di formazione nel merito?
☐ *Si* ☐ *No*

▸ Avete avuto mai richieste da parte di turisti relativamente ad attività e/o servizi outdoor
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Siete a conoscenza di servizi e/o operatori nelle vostre vicinanze che operano nell'outdoor?
☐ *SI* ☐ *NO*
Se SI, quali .....

▸ Crede che il questo progetto possa essere utile per lo sviluppo turistico del territorio
☐ *SI* ☐ *NO*

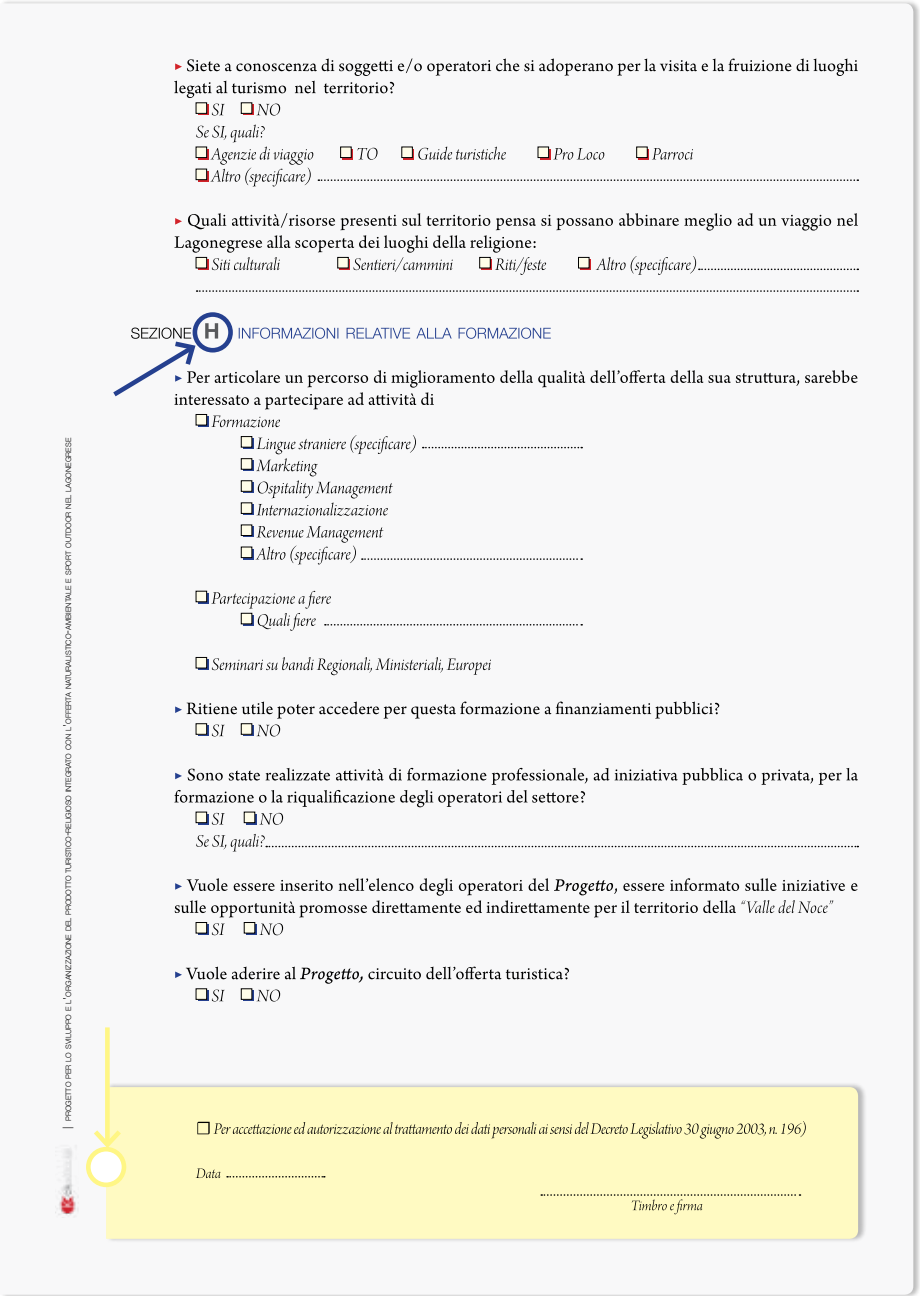
SEZIONE G POSIZIONAMENTO RISPETTO AL TURISMO RELIGIOSO

▸ Il turismo religioso può rappresentare un momento di arricchimento dell'offerta turistica territoriale, Ritiene possa essere una valida opzione anche per la a area?
☐ *SI* ☐ *NO*

▸ Nella sua struttura ha mai ospitato turisti spinti nel territorio da una motivazione religiosa?
☐ *SI* ☐ *NO*
Se si, ospiti giunti per: .....
.....

▸ Ritiene che il territorio del Lagonegrese custodisca risorse "religiose" da valorizzare, in grado di diventare un attrattore turistico nel breve periodo?
☐ *SI* ☐ *NO*
Se sì, quali (chiese, eremi, conventi, reliquie, ecc.)? .....
.....

Conosce dei siti, degni di nota, su cui secondo lei sarebbe necessario un intervento di recupero?
☐ *SI* ☐ *NO*
Se SI, quali? .....
.....



▸ Siete a conoscenza di soggetti e/o operatori che si adoperano per la visita e la fruizione di luoghi legati al turismo nel territorio?

❑ *SI* ❑ *NO*

Se SI, quali?

❑ *Agenzie di viaggio* ❑ *TO* ❑ *Guide turistiche* ❑ *Pro Loco* ❑ *Parroci*

❑ *Altro (specificare)* .....

▸ Quali attività/risorse presenti sul territorio pensa si possano abbinare meglio ad un viaggio nel Lagonegrese alla scoperta dei luoghi della religione:

❑ *Siti culturali* ❑ *Sentieri/cammini* ❑ *Riti/feste* ❑ *Altro (specificare)*.....

.....

SEZIONE H INFORMAZIONI RELATIVE ALLA FORMAZIONE

▸ Per articolare un percorso di miglioramento della qualità dell'offerta della sua struttura, sarebbe interessato a partecipare ad attività di

❑ *Formazione*

- ❑ *Lingue straniere (specificare)* .....
- ❑ *Marketing*
- ❑ *Ospitality Management*
- ❑ *Internazionalizzazione*
- ❑ *Revenue Management*
- ❑ *Altro (specificare)* .....

❑ *Partecipazione a fiere*

- ❑ *Quali fiere* .....

❑ *Seminari su bandi Regionali, Ministeriali, Europei*

▸ Ritiene utile poter accedere per questa formazione a finanziamenti pubblici?

❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Sono state realizzate attività di formazione professionale, ad iniziativa pubblica o privata, per la formazione o la riqualificazione degli operatori del settore?

❑ *SI* ❑ *NO*

Se SI, quali?.....

▸ Vuole essere inserito nell'elenco degli operatori del *Progetto*, essere informato sulle iniziative e sulle opportunità promosse direttamente ed indirettamente per il territorio della *"Valle del Noce"*

❑ *SI* ❑ *NO*

▸ Vuole aderire al *Progetto,* circuito dell'offerta turistica?

❑ *SI* ❑ *NO*

❑ *Per accettazione ed autorizzazione al trattamento dei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196)*

Data .....

.....

Timbro e firma

| PROGETTO PER LO SVILUPPO E L'ORGANIZZAZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO-RELIGIOSO INTEGRATO CON L'OFFERTA NATURALISTICO-AMBIENTALE E SPORT OUTDOOR NEL LAGONEGRESE

I risultati dell'indagine

sezione A organizzazione struttura

All'iniziativa di studio e monitoraggio dell'area hanno aderito **69 strutture ricettive**, così suddivise

Tipologia struttura			
alberghiero	1 stella	2	27
	2 stelle	4	
	3 stelle	14	
	4 stelle	6	
	5 stelle	1	
extralberghiero	Villaggio turistico	1	42
	Campeggio -open air	1	
	Residence	1	
	Casa vacanza	1	
	Agriturismo	7	
	Affittacamere	5	
	Bed and Breakfast	22	
	Borgo Villaggio	1	
	Centro sportivo con abitazioni	1	
	Pensioni	2	

Il territorio della "Valle del Noce", **composto da sei comuni,** presenta la seguente distribuzione di strutture ricettive

Comune	Numero strutture
Maratea	42
Trecchina	11
Rivello	1
Nemoli	2
Lauria	5
Lagonegro	8
Totale strutture	69

Per dare un ulteriore riferimento, **le strutture ricettive sono state censite anche attraverso il posizionamento** rispetto a dei punti di riferimento turistico-orografici

Posizione	Numero strutture
Centro storico	12
Zona residenziale	3
Vicino al mare	31
Campagna	12
Altro	11

Pertanto, il dato complessivo che determina il campione di analisi è di 69 strutture ricettive di cui 27 alberghiere e 42 extralberghiere, per un totale di 1373 camere e 4082 posti letto. Relativamente alle strutture alberghiere solo 14 su 27 hanno apertura annuale

Le **27 strutture alberghiere** sono così suddivise:

- n. **1 albergo 5 stelle,** con un totale di **34 camere** e di **90 posti letto**;
- n. **6 alberghi 4 stelle**, con un totale di **387 camere** e di **852 posti letto**;
- n. **14 alberghi 3 stelle**, con un totale di **433 camere** e di **931 posti letto**;
- n. **4 alberghi 2 stelle**, con un totale di **49 camere** e di **89 posti letto**;
- n. **2 alberghi 1 stella**, con un totale di **25 camere** e di **49 posti letto**;

Nessuna delle strutture ricettive alberghiere è affiliata a catene nazionali o internazionali e la proprietà resta in mano a gruppi familiari, senza un vero e proprio management indipendente, se non in rari casi. Molte strutture sono datate e necessiterebbero di significativi interventi per essere al passo con le istanze del mercato turistico attuale ed inoltre l'età media del management è alta e molto spesso senza un adeguato livello professionale, di conoscenza delle lingue straniere e della tecnica turistica.

Mentre le **42 strutture extralberghiere** sono suddivise in:

- n. **1 villaggio turistico**, con un totale di **11 camere** e di **25 posti letto**;
- n. **1 campeggio**, con un totale di **600 posti letto**;
- n. **1 residence**, con un totale di **220 unità abitative** e di **900 posti letto**;
- n. **1 casa vacanza,** con un totale di **3 camere** e di **18 posti letto**;
- n. **7 agriturismo**, con un totale di **47 camere** e di **135 posti letto**;
- n. **5 affittacamere**, con un totale di **32 camere** e di 7**3 posti letto**;
- n. **22 B&B**, con un totale di 8**2 camere** e di **203 posti letto**;
- n. **1 Centro sportivo con abitazioni**, con un totale di **38 camere** e di **96 posti letto**;
- n. **2 pensioni**, con un totale di **13 camere** e di **21 posti letto**.

In questa sezione viene approfondita l'organizzazione delle strutture, dove oltre ai dati fisici sono stati verificati anche gli elementi relativi ai servizi ed alle caratteristiche dell'offerta.
Alcuni dati che in questa sezione sono solamente evidenziati, saranno ripresi nelle sezioni successive, dove sarà possibile leggerli in modo combinato con altri dati e si riuscirà a comprendere in modo puntuale il posizionamento delle strutture ricettive e più in generale del territorio della "Valle del noce" nel mercato turistico.

Il 78% DEGLI OPERATORI INTERVISTATI HA DICHIARATO DI AVERE UN SITO WEB

della struttura ma è sintomatico verificare la scarsa attenzione all'utilizzo dei social network per la promozione e la commercializzazione delle strutture ricettive, infatti, solo il 58% ha dichiarato di utilizzare i social network con finalità commerciali.
Tra coloro che dichiarano di adoperare i social network, lo strumento più utilizzato risulta essere facebook scelto nella metà dei casi come unico canale.
Lo scarsissimo utilizzo di Instagram, il social network che, permettendo di condividere in maniera semplice, immediata ed accattivante le immagini, più degli altri si presta ad una comunicazione efficace nel settore turistico, rappresenta certamente l'emblema della poca attenzione nei confronti dell'uso professionale di questo tipo di mezzi.

SOCIAL NETWORK	UTILIZZO CANALE
FACEBOOK (FB)	50%
TWITTER (TW)	2%
FB + TW	6%
FB+TW+INSTAGRAM	3%
FB+TW+GOOGLE BUSINESS	2%

Tra gli operatori della "Valle del Noce" si riscontra una scarsa attenzione alla certificazione di qualità, infatti solo il 12% delle strutture intervistate ha dichiarato di avere un sistema di qualità certificato e tra quelle certificate, nell'87% dei casi si tratta della certificazione ISO 14001. Questo dato rappresenta un settore poco orientato alla qualità del servizio e poco incline a logiche di miglioramento continuo.
In linea generale, dai dati riscontrati tra gli operatori intervistati, emerge una strutturazione dei servizi molto "basic". Tale quadro è rafforzato anche dalla verifica effettuata sui "confort" di cui sono datate le strutture.

I COMFORT DI CUI SONO DOTATE LE CAMERE (inseriti in base alla diffusione, in ordine decrescente)
Biancheria da letto coordinata
TV
Servizio in camera
Accessori bagno
Riscaldamento autonomo
Wi-fi
Frigorifero
Balcone/terrazza
Condizionatore/climatizzatore
Cassaforte
Angolo cottura

Inoltre, relativamente ai **servizi aggiuntivi**, è emerso che il servizio extra maggiormente offerto è il parcheggio in loco all'84%, con punte del 92% nelle strutture alberghiere e del 78% in quelle extralberghiere.
Invece solo il **70% del totale degli operatori offre il wi-fi free**, con punte dell'81% nelle strutture alberghiere e del 63% nelle strutture extralberghiere.
Il dato che completa l'analisi dei servizi offerti è quello relativo alla disponibilità da parte degli operatori intervistati di **offrire ai propri ospiti un mezzo di trasporto alternativo all'auto privata**. L'87% del campione dichiara di non mettere a disposizione nessun mezzo e la percentuale sale al 96% tra le strutture alberghiere.
Infine, un ulteriore dato significativo per inquadrare lo stato in cui versa il patrimonio immobiliare destinato alla ricettività turistica è fornito dalla percentuale delle strutture che hanno realizzato un investimento infrastrutturale nell'ultimo triennio. Solo il **50% degli operatori ha dichiarato di aver effettuato investimenti** (sia con fondi propri, che mediante finanziamenti di varia natura) nel periodo indicato.
Le attività di ristrutturazione messe in essere sono prevalentemente rivolte a:

- **Ristrutturazione camere o spazi comuni, nel 39%** delle risposte, equamente distribuite tra operatori alberghieri ed extralberghieri;
- **Ammodernamento impianti al 23%**, con punte del 30% tra gli operatori alberghieri e del 19% tra gli operatori extralberghieri;
- **Miglioramento aree esterne al 24%**, con un'equa distribuzione tra operatori alberghieri ed extralberghieri.
- Di minore impatto sono stati gli interventi che gli operatori hanno dichiarato di avere realizzato relativamente all'**efficientamento energetico**, ai **servizi di tecnologici** ed ai **servizi per i bambini**.

Nel settore alberghiero **NESSUN INVESTIMENTO È STATO EFFETTUATO PER REALIZZARE UN PASSAGGIO DI CATEGORIA** ed anche questo dato denota uno scarso dinamismo del settore.

Infine, è interessante constatare che solo il 10% sul totale degli operatori intervistati, con punte del 19% tra quelli alberghieri e del 5% tra gli extralberghieri, dichiara di aver ricevuto fonti di finanziamento pubblico nell'ultimo triennio a valere su fondi PIOT e PSR.

Da ciò si evince, anche alla luce dell'attuale congiuntura favorevole del Quadro Strategico Comunitario 2014/2020, che **sarebbe necessario stimolare un dibattito che coinvolga gli operatori economici locali e le Pubbliche Amministrazioni di vario livello per implementare dei programmi e/o progetti d'investimento integrati,** che per ora e per tempo diano la possibilità di qualificare il patrimonio immobiliare ed i servizi turistici rispetto agli standard della domanda turistica nazionale ed internazionale.

Il dato che viene fuori da questa sezione, ci restituisce un territorio dove **la maggiore concentrazione dei posti letto è situato nel Comune di Maratea**, dove sono stati visitati ed intervistati 42 operatori alberghieri ed extralberghieri. E proprio in questo Comune la stagionalità di apertura è molto stretta.

La ricettività di Maratea, purtroppo, vive quasi esclusivamente della risorsa mare, senza generare alcuno scambio con le altre attività che si mettono in essere anche in periodi di media e bassa stagione nel resto del territorio della Valle del Noce.

PER COMPLETARE UNA PRIMA PANORAMICA DEI DATI EMERSI DALL'INDAGINE È INTERESSANTE NOTARE CHE NEL RESTO DEL TERRITORIO, **MAN MANO CHE CI SI AVVICINA ALL'ARTERIA DI COLLEGAMENTO AUTOSTRADALE, E MAN MANO CHE LA DOMANDA DI RIFERIMENTO SI SPOSTA DAL LEISURE AL BUSINESS, LA STAGIONALITÀ DI APERTURA DELLE STRUTTURE SI ALLUNGA**.
Infatti se prendiamo ad oggetto i dati dei Comuni dove sono localizzate le due uscite dell'A 30 di riferimento del territorio della Valle del Noce: **Lagonegro** (per chi proviene da nord) e **Lauria** (per chi proviene da Sud) abbiamo verificato che **TUTTE LE 13 STRUTTURE** (8 nel comune di Lagonegro e 5 nel comune di Lauria) **HANNO APERTURA ANNUALE**.

sezione B
risorse umane

Nello studio sono state prese ad esame una serie di peculiarità e punti di vista del prodotto/servizio "ricettività" del territorio della "Valle del Noce" ed in particolar modo **è stato interessante approfondire la composizione e l'organizzazione delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere, anche rispetto al tema del personale dipendente**.
A tal proposito è interessante constatare che gli operatori della ricettività intervistati dichiarano di far ricorso per **il 26% a personale professionale** dipendente con punte del 48% per quanto riguarda le strutture alberghiere.

Il personale occasionale invece è utilizzato da oltre il 42% degli intervistati, con netta prevalenza nella ricettività alberghiera dove il 70% degli operatori dichiarano di avvalersi di personale professionale occasionale/stagionale, mentre ricorre a questa tipologia di personale solo il 24% delle strutture extralberghiere, che invece per il 76% risultano essere gestite a carattere familiare.

Per meglio comprendere la dimensione delle strutture ricettive della "Valle del Noce" è utile sottolineare che sul totale degli intervistati, **solo il 26% delle strutture ricettive occupa più di 5 addetti in bassa stagione** e tale percentuale sale all'38% in periodo di alta stagione. Dividendo il dato tra ricettività alberghiera ed extralberghiera possiamo ancora meglio comprendere tale dato:

- ✓ **Gli operatori alberghieri che dichiarano di occupare più di 5 addetti in bassa stagione sono il 56% e tale percentuale sale al'74% in periodo di alta stagione;**
- ✓ **Gli operatori extralberghieri che dichiarano di occupare più di 5 addetti in bassa stagione sono solo il 7 % e tale percentuale sale fino al'14% in periodo di alta stagione.**

Invece, per quanto concerne l'approccio con le lingue, **il 70% degli operatori dichiara di avere a propria disposizione personale in grado di parlare correttamente lingue straniere.**

Questa percentuale sale all'81% tra gli operatori alberghieri, mentre si attesta al 63% tra gli operatori extralberghieri.

Tra le strutture che si avvalgono di personale con competenze linguistiche, le lingue parlate sono:

>INGLESE al 71%

>FRANCESE 35%

> SPAGNOLO 17%

> TEDESCO 10%

DA CONTRALTARE
EMERGE CHE IL 29% DEGLI OPERATORI DELLA RICETTIVITÀ
NON DISPONGONO DI PERSONALE CHE PARLA LINGUE STRANIERE.

TALE PERCENTUALE
REGISTA DELLE PUNTE DEL 18% TRA GLI ALBERGATORI
E DEL 36% TRA GLI OPERATORI EXTRALBERGHIERI.

Particolare è poi che tra le lingue straniere parlate **il tedesco** sia presente solo nel **10%** dei casi, mentre la Germania rappresenta da sempre uno dei tre principali paesi di provenienza dei turisti stranieri che frequentano l'area, oltre che un target assolutamente fondamentale per lo sviluppo delle nuove proposte turistiche, in ambito outdoor soprattutto.

Infine, un dato interessante è emerso rispetto alla provenienza dei lavoratori del settore alberghiero. Nonostante la maggiore concentrazione di strutture ricettive si registra sul territorio di Maratea e sempre sullo stesso territorio comunale è localizzato l'istituto alberghiero, i lavoratori dipendenti e la manodopera specializzata provengono prevalentemente dai Comuni dell'entroterra.

La lettura congiunta di questi dati impone una riflessione sul sull'attuale "catena del valore del territorio" ed apre la strada ad una decisa verifica dei luoghi, delle modalità e degli strumenti di formazione professionale rispetto al posizionamento turistico della "Valle del noce".

sezione C
sostenibilità

Dalle risposte degli operatori delle strutture ricettive risulta una bassa l'attenzione alla sostenibilità ambientale. Infatti, la percentuale di chi dichiara di avere sistemi energetici sostenibili è appena al 24%, con punte del 41% nel settore alberghiero e del 12% in quello extralberghiero.
Inoltre nel settore alberghiero **solo il 7% degli intervistati dichiara di prestare attenzione a pratiche ecosostenibili**, quali ed esempio il cambio biancheria on-demand.

Sempre dalle risposte degli operatori si riscontra una scarsa attenzione ai portatori di handicap, infatti solo il 4% degli intervistati dichiara di aver attivato servizi per soggetti diversamente abili, che vanno oltre le dotazioni minime previste dalla legge.

Il dato aumenta di poco se si prendono in considerazione solo gli operatori alberghieri, con una percentuale pari all'11%. Tale dato che è condizionato dalla conformazione orografica del territorio e dalla "vecchiaia" di molte delle strutture, connota anche una scarsa attenzione del management a questi target.

Nonostante la grande varietà di prodotti tipici e l'ottima qualità dell'agroalimentare, **è poco diffuso l'utilizzo delle materie prime locali nella ristorazione del territorio**, come poco diffusa è la possibilità di acquistare/consumare prodotti agroalimentari da parte di chi visita il territorio.
Infatti solo il 9% degli operatori intervistati ha dichiarato l'utilizzo e/o la disponibilità anche per l'acquisto di questi prodotti nella propria struttura.

Per completare il quadro dei servizi offerti dalle strutture ricettive, delle opportunità ad essi collegati e per testare il grado di percezione del prodotto turistico da parte degli stessi operatori, è stato chiesto loro se si fossero mai trovati nella situazione di non poter far fronte ad una richiesta specifica di un cliente, perdendo così un'opportunità concreta.

Solo il 25% degli operatori ha dichiarato di essersi trovato in tale situazione e nessuno di questi ha collegato questi disservizi ad elementi legati alle scelte del management o alle caratteristiche della struttura o ancora alla qualità del servizio offerto.

Pertanto, nella percezione degli operatori esiste un'assoluta convinzione che il disservizio e/o l'eventuale insoddisfazione della clientela sia da ascrivere esclusivamente a cause esterne e nello specifico sono riconducibili a

MOTIVAZIONE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
trasporti	6%	4%	7%
disponibilità per grandi eventi	3%	7%	/
alternativa al mare	3%	7%	/
accoglienza disabili	4%	4%	5%
guida turistica che conosce lingue straniere	2%	4%	/
ospitalità animali nella struttura	1%	/	2%
prezzi	4%	4%	/
distanza della struttura dal mare e dal centro urbano	1%	/	2%

sezione D aspetti commerciale promozione

Così come evidenziato nelle pagine precedenti, quando è stato presentato l'utilizzo dei social network, dai dati relativi alla gestione dei canali di vendita emerge una struttura dell'offerta ricettiva ancora poco orientata verso le nuove forme di distribuzione.

Agli operatori è stata posta una domanda a risposta multipla, per verificare non tanto la quota di fatturato relativa al singolo canale di vendita, ma l'utilizzo del mix di canali di vendita, proprio per poterne decifrare la struttura ed eventualmente supportarli per mettere in atto delle azioni correttive.

Dalle risposte degli operatori emerge una struttura dei canali di vendita così organizzata
Mettendo a fuoco i dati riguardanti i soli operatori extralberghieri, il canale di vendita maggiormente

CANALI DI VENDITA	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Telefono	52%	29%	75%
Sito web (form di richiesta/mail)	74%	78%	71%
Intermediazione agenzie di viaggio	16%	30%	2%
Allotment con Tour operator	14%	26%	2%
On line Travel Agency (OTA)	58%	78%	37%
Rapporti con aziende territoriali	6%	11%	/
altri canali	25%	29%	22%

utilizzato è il telefono, collegato al proprio sito web, che però svolge una funzione di vetrina e di presentazione, dichiarando un discreto ricorso alle **On line Travel Agency**, mentre risultano essere residuali gli altri canali di vendita.
Invece, per quanto riguarda il gli operatori alberghieri, possiamo verificare che i canali di vendita

maggiormente utilizzati sono le OTA ed il proprio sito web, seguiti con percentuali più basse dal telefono ed allo stesso modo dal tour operating e dalla distribuzione organizzata.

In questo scenario è interessante leggere il dato che emerge dalle dichiarazioni degli operatori della "Valle del noce" che complessivamente attesta l'utilizzo dei sistemi di booking on line centrale nel mix dei canali di vendita.
Infatti nei i primi tre "canali" utilizzati sono presenti sia il sito **web** che le **OTA**. Questo elemento, è da mettere in relazione con i dati del mercato turistico relativi all'anno 2015, che attestano la vendita delle camere attraverso i sistemi di booking on line a livello europeo al **47%** e circa al **38%** per quanto riguarda l'Italia *(Fonte: Amadeus Italia)*.

Inoltre, stando sempre agli stessi dati si prevede che **entro il 2017 la quota di prenotazioni via web potrà superare quella legata al canali tradizionali.**

IN UNA SOCIETÀ DOVE ORAMAI TUTTO PASSA ATTRAVERSO IL WEB, NON È PIÙ SUFFICIENTE AVERE UN PROPRIO PROFILO SOCIAL, UNA VETRINA O UN SITO WEB

ma è necessario che questo sia sempre aggiornato, sia nei contenuti che nelle tecniche e che sia capace di interloquire con i clienti in modo dinamico ed efficiente.

Questo è vero ancor di più nel mondo del turismo, dove la lontananza dal luogo di fruizione ha bisogno di elementi di accompagnamento alla scelta ed alla motivazione dell'acquisto.

Pertanto, risulta sempre più necessario,
sia per la singola struttura
che per un sistema territoriale a vocazione turistica,
puntare su sistemi di booking on line dinamici,
capaci da un lato di cogliere questa tendenza di fondo
e dall'altro di non lasciare il margine operativo
e le correlate scelte di marketing esclusivamente
nelle mani di soggetti esterni al contesto territoriale,
che attraverso la gestione "dell'infrastruttura"
governano le vendite.

Inoltre, per analizzare lo stato dell'arte del territorio, sono stati verificati una serie di elementi rispetto all'utilizzo dei software e della tecnologia tra gli operatori della ricettività turistica.
Se come evidenziato nella sezione precedente, **il 78% degli operatori dichiara di avere un sito web** della struttura, è sintomatico verificare che tra questi solo il **31% ha realizzato il proprio sito con sistemi di responsive web design.**
È quindi evidente, visto anche che il 13% degli operatori non risponde, in quanto non conosce le tecniche di responsive web design, la poca attenzione verso il mobile e ciò dimostra quanto siano ancora poco diffuse le nuove tecnologie tra gli operatori della ricettività locale.
In aggiunta, è significativo vedere che solo il 22% degli operatori dichiara di aver dotato il proprio

HANNO UTILIZZATO TECNICHE RESPONSIVE WEB DESIGN	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Si	31%	37%	27%
No	56%	48%	61%
Non risponde	13%	15%	12%

sito Web di un sistema di booking in grado di far prenotare direttamente con carta di credito.
Il dato sale sensibilmente per quanto riguarda le strutture alberghiere con una percentuale del 41 % mentre tra gli operatori dell'extralberghiero la percentuale si attesta al 10%.
Tra gli operatori cha offrono questa possibilità ai propri clienti è utile verificare le diverse modalità

SITO CON BOOKING ENGINE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Si	22%	41%	10%
No	72%	59%	80%
Non risponde	6%	/	10%

di utilizzo del booking engine, per comprendere al meglio il grado di diffusione di questo strumento tra gli operatori della ricettività della Valle del Noce.
Nonostante la scarsa propensione all'innovazione, una struttura dei servizi non proprio al passo con

TIPOLOGIA DI BOOKING ENGINE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
realizzato/acquistato su misura	6%	11%	2%
fornito dietro pagamento di canone	11%	4%	/
widget che rimanda a piattaforma esterna	6%	11%	2%

i tempi, una latente insoddisfazione dei margini, una bassa motivazione, una flebile attenzione alla qualità, dall'analisi sul campo condotta emerge un trend economico positivo da parte degli operatori della ricettività della valle del noce.

Gli operatori hanno dichiarato che i risultai economici dell'anno 2015, rispetto al 2014, hanno fatto registrare un incremento per il 43% degli intervistati, sono stati stabili per 32% mentre hanno determinato una contrazione per il 15%.

Inoltre questo trend continua ad essere positivo anche rispetto alla percezione del dato relativo all'anno in corso. Infatti se si confrontano i dati parziali del 2016 con i dati del 2015, gli operatori dichiarano un ulteriore incremento per il **32%** degli intervistati, un trend stabile per il **32%**, mentre tendono a decrescere per il **28%**.
Ciò fa presumere pertanto un dato positivo anche per il 2016, che allo stato sembra essere frutto più di fattori esterni al territorio, che dalla realizzazione di azioni o attività di sviluppo e/o rilancio delle strutture ricettive. Infatti, la tutela e la conservazione delle coste, i continui riconoscimenti delle acque di Maratea (Bandiera Blu e Bandiera Verde), il momento di forte appeal del prodotto "mare Italia" hanno garantito un quadro d'insieme che ha consentito questi risultati.

Per comprendere al meglio la struttura della **domanda turistica del territorio** è stato interessante verificare la provenienza dei flussi, sia stranieri che italiani.

Stando a quanto dichiarato dagli operatori, le **aree di provenienza della domanda straniera** sono principalmente il Regno Unito con il 24%, la Germania con il 21%, la Francia 7%, gli Stati Uniti 7%, l'Olanda 6% e la Svizzera 6%.

Relativamente agli operatori alberghieri, i **paesi più interessanti** sono risultati essere il Regno Unito con il 41%, la Germania con il 11% ed entrambe al 7% Stati Uniti e Francia.

Invece, relativamente ai soli operatori extralberghieri, **le presenze maggiori** sono di turisti provenienti dalla Germania al 27%, dal Regno Unito al 12%, dagli Stati Uniti al 10%, e dalla Francia e Svizzera entrambe al 7%.

Mentre le Regioni di maggiore provenienza
della clientela italiana
sono prevalentemente di prossimità.
Infatti gli operatori dichiarano una prevalenza
di ospiti Campani 41%, Pugliesi 34%, Laziali 10%
e poi con dati minori Lombardi ed Emiliani.

L'indagine ha fatto emergere una tendenza che vede
la presenza di turisti italiani
soprattutto nell'alta stagione,
interessati al turismo balneare
ed una presenza di stranieri maggiormente
concentrata nella bassa stagione,
con un'attenzione maggiore al territorio ed all'outdoor.

Pertanto mentre le maggiori presenze nell'area si concentrano in agosto, generando il famoso collo di bottiglia, il periodo autunnale è la stagione in cui il settore soffre maggiormente e dove i tassi di riempimento non garantiscono nemmeno la copertura dei costi di gestione.

Per quanto riguarda la tipologia di trattamento praticata, gli operatori hanno dichiarato che il **71%** dei clienti predilige il **BED AND BREAKFAST**, anche nel settore alberghiero, dove in prededuzione alla propria clientela è proposto un trattamento di mezza pensione.

Solo nel periodo di alta stagione, nel settore alberghiero, il trattamento prescelto si sposta verso la mezza pensione. La clientela tipo è prevalentemente familiare, quindi coppie mature, seguite da famiglie con bambini.

Con percentuali più basse sono presenti anche **gruppi di giovani** e **over 60** attirati prevalentemente dall'aspetto naturalistico, dal mare, dalle spiagge e dall'ambiente incontaminato.

TIPOLOGIA DI TRATTAMENTO	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
OB	9%	/	17%
BB	71%	74%	68%
HB	18%	26%	10%
FB	1%	/	2%
Non risponde	1%	/	1%

Risulta infine interessante fare una breve considerazione sul "**turismo di passaggio**", che da molte interviste è stato individuato come un turismo prevalentemente di clienti che si fermano per una notte, per interrompere viaggi di lunga percorrenza, che sono attirati dalla curiosità di visitare prevalentemente Maratea. Di seguito è riportato un quadro riepilogativo, compilato sulla base di risposte multiple, proprio con l'obiettivo di valutare la tipologia di clientela che maggiormente frequenta il territorio della Valle del Noce.
Invece per quanto riguarda **le modalità di prenotazione dei posti letto ed in particolar modo la tempistica di prenotazione, si è riscontrato un progressivo assottigliamento dei tempi con cui si fanno le prenotazioni.**

TIPOLOGIA DI TRATTAMENTO	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
coppie	84%	81%	85%
gruppi di giovani	10%	7%	12%
over 60	9%	7%	10%
persone con disabilità	3%	1%	5%
famiglie	60%	61%	59%
turismo scolastico	2%	3%	/
turismo congressuale	2%	4%	/
di passaggio	2%	4%	1%

Inoltre si è verificato, dalla voce degli operatori, che tale assottigliamento dei tempi è direttamente proporzionale anche all'assottigliamento del periodo di permanenza media dei clienti, che dal mese, alle due settimane (nel periodo estivo) si sta spostando sempre ti più verso i c.d. "short break" di pochi giorni e/o del fine settimana.
È interessante riscontrare che, secondo gli operatori intervistati, il restringimento dei tempi di prenotazione da parte dei clienti è riconducibile anche all'avvento delle nuove tecnologie e del booking on line.

Si è passato nel corso degli anni ad effettuare le prenotazioni con tempi sempre più ravvicinati. Il 40% degli operatori intervistati dichiara che riceve prenotazioni con un anticipo di una settimana, mentre il 32% registra tempi di prenotazione inferiori alla settimana.

Solo il 5% riferisce di prenotazioni con tempi superiori al mese ed il dato è pressoché identico tra operatori alberghieri ed extralberghieri, con degli scarti di pochi punti percentuali.

Guardando alla città di Maratea la percentuale delle strutture che ricevono prenotazioni con un anticipo di una settimana è il 27%. Per il 37% delle strutture ricettive presenti su Maratea, le prenotazioni hanno tempi inferiori alla settimana.

L'unico periodo dell'anno che fa registrare delle prenotazioni con largo anticipo, anche oltre i sei mesi è quello relativo all'altissima stagione (settimana di ferragosto), con percentuali alte in tutto il campione e con punte ancora più spinte nell'alberghiero, dove la domanda presenta un forte profilo di fidelizzazione.

Le tariffe medie non subiscono oscillazioni molto ampie legate alla stagionalità ed il livello medio dei prezzi si aggira nell'alberghiero tra i 50 e 120 € (minima e massima). Mentre nell'extralberghiero siamo tra i 30 e 50 €.

Gli sconti e le promozioni sono orientati prevalentemente al target del turismo familiare, che come evidenziato precedentemente è il target di riferimento. Dalle interviste emerge che Il **50% degli operatori dichiara di praticare scontistica per il bambini**, il **16% sul letto aggiuntivo**, il **10% per i gruppi** ed il **22% sul long stay**.

Per completare il quadro si è verificato l'**utilizzo dei diversi software per il management**. Pertanto ne è stata verificata la propensione all'utilizzo da parte di tutto il campione, anche con gli operatori dell'extralberghiero che però non li utilizzano per niente. Per quanto riguarda gli operatori alberghieri invece è emerso che solo il **12% delle strutture dichiara di utilizzare strumenti di hotel revenue**.
Sempre tra gli operatori alberghieri, solo il **12% delle strutture dichiara di utilizzare un software di CRM** per la gestione della relazione con la clientela. Un altro dato significativo riguarda l'utilizzo del **channel manager** da parte degli operatori della ricettività. Solo il **16% del campione dichiara di utilizzare un software che consente di rendere efficiente e semplificare l'utilizzo dei canali di vendita collegati al booking on line**.

UTILIZZA UN CHANNEL MANAGER	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
SI	16%	33%	5%
NO	72%	56%	83%
Non risponde	12%	11%	12%

Il combinato disposto di questi dati, restituisce un quadro poco dinamico della ricettività alberghiera ed una modalità poco attiva di stare sul mercato. Inoltre racconta **una bassa propensione all'utilizzo degli strumenti informatici nel rapporto con la clientela sia nella fase di prenotazione, che in quelle di vendita e post vendita**.

Se il quadro che emerge dalla lettura di questi dati non risulta essere molto positivo, di convesso, **gli operatori dichiarano di essere fortemente interessati all'accesso a dei software capaci di accompagnarli in un percorso di crescita della destinazione Valle del Noce**.

Infatti gli operatori sono disponibili ad essere presenti su una **PIATTAFORMA ONLINE DEDICATA** alla destinazione, che consenta contemporaneamente anche di aggiornare tariffe e disponibilità delle camere e degli altri servizi anche sugli altri canali.

PIATTAFORMA DEDICATA	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
SI	69%	81%	61%
NO	22%	11%	29%
Non risponde	9%	7%	10%

Allo stesso modo si rendono disponibili ad utilizzare un **BOOKING ENGINE** di destinazione anche sul suo proprio sito.

BOOKING ENGINE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
SI	76%	89%	68%
NO	16%	11%	20%
Non risponde	7%	/	12%

Tra gli operatori intervistati solo il **68% dichiara di svolgere regolarmente attività di promozione attraverso i social network**. Invece, solo il 65% degli operatori della ricettività dichiara di effettuare **promozioni on line a pagamento** e con le seguenti modalità.

PROMOZIONE ON LINE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Presenza su portali turistici	18%	15%	20%
Presenza sugli hotel metasearch	16%	15%	17%
Banner	4%	4%	5%
Ads sui motori di ricerca	4%	4%	5%
Ads sui social network	9%	15%	5%
Altro	13%	15%	12%

Infine, è utile evidenziare che solo il **41% degli operatori dichiara di utilizzare strumenti di comunicazione diretta**, quali mailing, newsletter o altro, con punte del 48% tra gli operatori alberghieri; che solamente il 16% degli intervistati ha optato per l'inserimento della propria struttura in guide turistiche specializzate e di tutto il campione ben il 15% non svolge alcuna attività promozionale a pagamento.

Dalla lettura di questi dati si evince
la necessità di supportare gli operatori del territorio in una forte azione di riposizionamento sul mercato,
in quanto a fronte di un territorio molto attraente
ed appetibile, la struttura del management
e della promo-commercializzazione
è ad un livello molto "basic" e sembra trovarsi
in una fase di tarda maturità
nel ciclo di vita del prodotto/territorio.

Pertanto sia attraverso i social media
che attraverso una piattaforma informatica
che sia interfaccia per il back e front office
si potrà accompagnare un percorso
di costruzione del network di operatori
e di rafforzamento della visibilità/appetibilità
del territorio della Valle del Noce.

sezione E organizzazione turistica territoriale

In questa sezione **è stata approfondita l'organizzazione turistica territoriale della "Valle del Noce" anche in relazione alla stagionalità dell'offerta** che nel corso degli anni si è sempre di più accorciata. Questa stretta stagionalità è evidente agli occhi degli operatori che per il **94% ritengono che sia necessario intraprendere iniziative strutturali per destagionalizzare l'offerta turistica.**

In questo quadro il 96% degli operatori ritiene utile la realizzazione di una **Destination Management Organization**, in quanto ne comprendono la necessità per il settore turistico e più in generale per la "sopravvivenza" del territorio.

Dall'analisi emerge che **il tessuto imprenditoriale è molto sfilacciato** e **con ampi elementi di insofferenza rispetto all'aggregazione, determinati da alcune esperienze negative del passato che ne condizionano fortemente l'adesione a nuovi strumenti di networking**.

Infatti, solo il **9%** degli operatori della ricettività locale dichiara di essere **iscritto ad un consorzio di imprese turistiche**.

Questo dato ovviamente condiziona negativamente le opportunità per i turisti ed i visitatori che sempre di più sono alla ricerca "dell'esperienza autentica", che è determinata da elementi di valore aggiunto e da cointeressenze tra diversi erogatori di prodotti/servizi.

Infatti, un ulteriore dato che emerge dall'indagine è la **scarsa presenza di intese economiche e commerciali tra gli operatori della ricettività e gli altri operatori del settore turistico.**

I pochi elementi di connessione riscontrati sono evidenti esclusivamente tra la ricettività, la ristorazione e gli operatori che offrono servizi turistici. Anche **nei pochi casi di collaborazione, molto è lasciato all'improvvisazione ed allo spontaneismo** ed in nessun caso sono dichiarate intese ed accordi stabili tra gli operatori di diversi stadi della filiera turistica e che possano determinare dei vantaggi concreti per i turisti.

Di seguito riepiloghiamo quanto emerso dalle interviste degli operatori della ricettività del territorio, in relazione ad operatori di un settore diverso dal proprio con i quali hanno dichiarato di aver collaborato nell'ultimo anno.

Nonostante una situazione poco dinamica, il **96% degli operatori intervistati ritengono utile la nascita di una (DMO) Destination Management Organization**.

SETTORE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Ristorazione *(ristoranti, pizzerie, trattorie, locande, enoteche, pub, ecc.)*	52%	56%	49%
Attività di *leisure, tempo libero, sport, benessere, ospitalità*	45%	56%	34%
Servizi turistici	36%	44%	29%
Accordi commerciali *con aziende che trasformano i prodotti tipici locali*	25%	33%	17%
Commercializzazione *dell'artigianato locale*	18%	30%	7%
Altro	/	/	7%
Nessuno	16%	4%	27%

Con l'intento di comprendere al meglio la percezione che gli operatori della ricettività hanno del territorio della "Valle del Noce", agli stessi è stato chiesto di esprimersi rispetto ai **punti di forza** e di **debolezza** del territorio.

Gli operatori HANNO EVIDENZIATO prioritariamente quali **punti di forza** **il mare, la bellezza del territorio e la natura** ed in subordine la cultura, il senso di ospitalità diffuso, i centri storici, la vicinanza tra mare e montagna.

PUNTI DI FORZA	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Mare	69%	63%	73%
Bellezza territorio	64%	67%	61%
Natura – attività outdoor	24%	33%	15%

Gli operatori hanno invece individuato **QUALI PUNTI DI DEBOLEZZA** principali l'accessibilità al territorio, il basso livello di servizi ed i trasporti.
Inoltre, in subordine hanno sottolineato la carenza di punti di informazione, la bassa professionalità nel settore, la stretta stagionalità, la scarsa manutenzione delle strade, la scarsa collaborazione tra gli operatori, la difficile fruibilità strutture, la mancanza di coordinamento e organizzazione pubblica.

PUNTI DI DEBOLEZZA	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Viabilità/accessibilità	44%	44%	44%
Livello dei servizi ricettivi	34%	30%	37%
Trasporti	34%	41%	29%

Per completare il quadro è stata verificata la percezione del grado di soddisfazione dell'ospite da parte degli operatori della ricettività.

Secondo gli operatori il **63% dei clienti è pienamente soddisfatto dell'esperienza e della permanenza nella struttura** e la percentuale **sale al 68%** per gli operatori alberghieri.

Mentre **il grado di insoddisfazione risulta essere solamente dell'1% del campione**.

SODDISFAZIONE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Si	63%	68%	59%
No	1%	/	2%
Non completamente	28%	24%	32%
Non si esprime	8%	8%	8%

Inoltre è stato approfondito **il punto di vista degli operatori rispetto alla necessità di destagionalizzare l'offerta turistica**. In modo molto largo, con una percentuale del **94% gli operatori ritengono utile diversificare offerta** territoriale con l'obiettivo di destagionalizzare l'offerta turistica.

DIVERSIFICAZIONE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Si	94%	96%	93%
No	3%	4%	2%
Non risponde	3%	//	5%

Sulla scorta di questa necessità **è stato saggiato il punto di vista degli operatori rispetto ai tematismi su cui investire per destagionalizzare l'offerta turistica.**
Dalle risposte degli operatori è emerso che i settori maggiormente interessanti sono in ordine: **il turismo outdoor al 65%, il turismo enogastronomico al 53% e quello religioso al 32%**.

TEMATISMI	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Outdoor	65%	48%	76%
Enogastronomico	53%	52%	54%
Religioso	32%	33%	31%
Culturale	22%	37%	12%
Congressuale	19%	30%	12%
Altro *wedding, leisure, benessere, divertimento*	6%	8%	2%
Non risponde	6%	5%	7%

Valutazione a parte merita la tassa di soggiorno, che allo stato è **applicata solo dal Comune di Maratea**. Questa tassa di scopo che potrebbe determinare un'importante leva per sostenere le politiche di sviluppo turistico è al centro di un dibattito tra gli operatori, che **raccoglie un grado di insoddisfazione molto elevato**.

SODDISFAZIONE	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Si	13%	7%	17%
No	51%	56%	49%
Non risponde	35%	37%	34%

Tale insoddisfazione, secondo gli operatori, è collegata prevalentemente dal fatto che la tassa non è finalizzata al miglioramento delle condizioni del turismo nel territorio. Infatti **44% si ritiene insoddisfatto** per questa motivazione, mentre l'8% ritiene genericamente che sia troppo cara e non sia collegata ad un servizio specifico.

Gli operatori, dichiarano che sarebbero disponibili ad accettarla nel caso in cui ci fosse una diretta correlazione al miglioramento delle condizioni generali del turismo, della viabilità, della segnaletica e/o di cose che siano evidenti e misurabili.

sezione F posizionamento rispetto al turismo outdoor

Dai dati emerge **una forte convinzione rispetto alla considerazione che il turismo outdoor possa essere utile per lo sviluppo turistico del territorio**.

La totalità degli intervistati ritiene che vacanza attiva nella natura - Outdoor - possa essere una valida opzione anche per il territorio della "Vale del Noce".

La consapevolezza e la determinazione sono altrettanto evidenti in quanto il 98% degli operatori della ricettività ritiene che le amministrazioni pubbliche debbano investire nella pianificazione e nello sviluppo del prodotto turistico outdoor.

Sulla scorta di questa convinzione il **94% degli operatori si rendono disponibili ad ampliare il periodo di apertura delle strutture ricettive anche al periodo autunno/inverno**, per puntare su questi flussi turistici.

QUESTA CONSAPEVOLEZZA PERÒ NON FA LEVA SU UNA CONOSCENZA SPECIFICA DI QUESTO MERCATO MA SEMBRA PIÙ DETTATA DA UNA VOLONTÀ DI INDIVIDUARE QUALCHE ELEMENTO CAPACE DI INVERTIRE UNA DINAMICA PIATTA IN CUI IL SETTORE VERSA DA TROPPO TEMPO.

Infatti, il livello pratico di conoscenza delle attività outdoor in generale non è elevato, in quanto solo il **67% degli operatori dichiara di avere conoscenze generali sulle attività outdoor e poca dimestichezza con questo target**.

Le informazioni su questo segmento sono molto frammentate e dalla rilevazione sembra che siano molto per "sentito dire" anche se il **77% dichiara di avere una conoscenza delle attività outdoor che si possono praticare sul nostro territorio**.

Alla domanda specifica **CONOSCE QUALI SONO LE ATTIVITÀ OUTDOOR CHE È POSSIBILE PRATICARE SUL TERRITORIO?**, gli operatori hanno così risposto.

QUALI	
EQUITAZIONE	64%
TREKKING	
KAYAK	
PARAPENDIO	
BIKE	
SENTIERI	29%
ESCURSIONI	
RAFTING	
ARRAMPICATA	
WALKING	
PESCATURISMO	7%
DIVING	
IMMERSIONI	
SCI	

Per ancor meglio comprendere questa consapevolezza degli operatori della ricettività e la loro conseguente disponibilità a mettersi in gioco rispetto a questo target, è interessante evidenziare una di specifiche indicazioni che sono emerse dalla fase di somministrazione del questionario, partendo dal dato di fatto che il 70% degli operatori hanno avuto almeno una richiesta da parte di turisti relativamente ad attività e/o servizi outdoor nel corso degli ultimi anni.
Infatti, il 90% degli operatori della ricettività dichiarano di essere interessati ad aggiornarsi attraverso dei corsi di formazione specifici e sempre **il 90% degli intervistati dichiara di essere disponibile a mettere a disposizione spazi dedicati nelle proprie strutture per servizi collegati a questo segmento di vacanze.**

Tutto ciò però si scontra con la scarsa presenza di operatori specializzati per il turismo outdoor sul territorio della "Valle del Noce" e con l'assenza di relazioni strutturate tra questi operatori e l'offerta ricettiva, in quanto solo il **28% dichiara di conoscere fornitori di servizi e/o operatori locali che operano nell'outdoor**.

Infine, è emerso dal confronto con gli operatori, che allo stato l'organizzazione di questo segmento è prevalentemente ad appannaggio di pochi soggetti privati ed a politiche marginali o scollegate degli Enti locali. Significativo in questo panorama è la presenza di qualche associazione, che nel contesto locale e soprattutto tra gli operatori di Maratea si sta impegnando per la crescita del **"festival dell'outdoor"** che ha creato curiosità e condivisione sul tema.

sezione G
posizionamento rispetto al turismo religioso

Il campione intervistato ritiene al 71% che il turismo religioso può rappresentare un momento di arricchimento dell'offerta turistica territoriale, in quanto, nella "Valle del Noce" è forte la presenza di siti, riti e tradizioni che potrebbero essere elementi utili a diversificare un'offerta che attualmente è quasi esclusivamente legata al mare.

Per capire lo stato dell'arte, è stato chiesto agli operatori della ricettività se abbiano mai ospitato turisti spinti nel territorio da una motivazione religiosa. Solo **il 25% degli operatori dichiara di aver avuto clienti spinti da queste motivazioni del viaggio e tra questi, gli elementi che hanno determinato il soggiorno sono stati prevalentemente le festività patronali.**
Sempre per comprendere il rapporto tra operatori della ricettività e territorio, nella rilevazione **è stata verificata la conoscenza di siti e luoghi di particolare interesse e suggestione per il turismo religioso.**

Solo **il 29% degli operatori della ricettività ha dichiarato di conoscere dei siti**, su cui sarebbe utile un intervento di recupero per acquisirlo al patrimonio dell'offerta turistica locale.

Dalle risposte avute questa sezione però non si è evidenziata alcuna indicazione specifica, in quanto sono tutte informazioni relative a beni/chiese minori, risultano essere interessanti sotto il profilo culturale ma poco per la portata turistica. Inoltre, il 59% degli intervistati ritiene che il territorio della "Valle del noce" custodisca risorse "religiose" da valorizzare, in grado di diventare un attrattore turistico nel breve periodo. Questi operatori ritengono che nel breve periodo si possa lavorare su chiese, conventi e reliquie per trasformarli in attrattori turistici.
Sostanzialmente emerge dalle indicazioni degli operatori che questo settore possa essere di supporto allo sviluppo del turismo mare ed eventualmente dell'outdoor per offrire ulteriori opportunità a quanti scelgono la "Valle del Noce". Se messi a sistema con il resto dell'offerta territoriale, gli insediamenti storici legati alla fede, possono determinare sicuramente un positivo effetto di allungamento della permanenza media e una valida proposta di arricchimento dell'offerta turistica. Inoltre, è utile metter in evidenza che solo **il 28% degli intervistati dichiara di essere a conoscenza di soggetti e/o operatori economici che si occupano della visita e della fruizione di luoghi legati al turismo religioso** e che nessuno ha instaurato con questi operatori contatti strabili finalizzati all'accessibilità del territorio.

TIPOLOGIA OPERATORI TURISMO RELIGIOSO	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Agenzie di viaggio	7%	7%	7%
Tour operator	2%	4%	/
Guide turistiche	10%	4%	15%
Pro Loco	2%	4%	/
Parroci	6%	7%	5%
Altro: *Associazione Pleiades; Associazione Maratea sacra; Associazione Lagonegro; Autolinee per visite Amministrazione comunale*	10%	11%	10%

Infine, **è stato chiesto agli operatori della ricettività quali ulteriori attività/risorse siano presenti sul territorio, che siano abbinabili ad un viaggio nella "Valle del Noce"**.

Tra le opzioni individuate dagli intervistati, sulla base di risposte multiple, **risultano essere più facilmente combinabili con l'offerta religiosa i sentieri ed i cammini**.

ATTIVITÀ RISORSA	Totale operatori	Operatori alberghieri	Operatori extralberghieri
Sentieri e cammini	71%	37%	93%
Riti e feste	22%	15%	27%
Siti culturali di interesse religioso	15%	11%	17%
Altro	7%	15%	2%

Da questo dato, si capisce quanto per gli operatori sia utile lo sviluppo di una struttura unica di coordinamento territoriale e di governance turistica.
Infatti l'**integrazione dei cammini**, che presuppongono manutenzione e segnalazione degli stessi **con l'offerta culturale e religiosa, con il mare, possono diventare il volano per il consolidamento, e lo sviluppo del territorio della Valle del Noce nel panorama turistico nazionale ed internazionale.**

sezione H informazioni relative alla formazione

Da questa sezione del questionario si può delineare oltre che la disponibilità quasi totale a partecipare al progetto di costruzione di una DMO per il territorio della "Valle del Noce" da parte degli operatori della ricettività (il 97% degli intervistati dichiara di aderire al progetto DMO "Valle del Noce" e di voler essere informato delle attività), anche la **PROPENSIONE AD INTRAPRENDERE UN PERCORSO DI QUALIFICAZIONE DELLE RISORSE UMANE ATTRAVERSO L'ACCESSO ALLA FORMAZIONE PROFESSIONALE** ed alla partecipazione ad iniziative di promo commercializzazione dell'area.

Infatti dalle risposte registrate, si evince che **c'è una discreta disponibilità da parte degli operatori intervistati a prendere parte e/o far partecipare proprio personale ad un percorso di miglioramento della qualità dell'offerta.**

Infatti il **62% degli operatori intervistati si dichiara disponibile** a ciò, con percentuali del **74% per l'alberghiero** e del **54% per l'extralberghiero**.
Inoltre, il **62% degli operatori intervistati ritiene utile l'accesso alla formazione professionale finanziata da risorse pubbliche**, con percentuali differenti tra l'**alberghiero (74%)** e l'**extralberghiero (54%)**.
A quanti hanno dimostrato interesse nella formazione, **è stato chiesto di segnalare un massimo di tre priorità su cui immaginare dei percorsi di formazione** rivolti ai titolari delle strutture e/o al personale e finalizzati ad un percorso di miglioramento della qualità dell'offerta territoriale e della singola struttura. Le priorità emerse sono: **le lingue straniere**, **il marketing e l'ospitality management** e nella seguente scheda si trova un maggiore dettaglio delle indicazioni emerse anche tenendo in considerazione la diversa tipologia dell'operatore.

FORMAZIONE *(le % sono calcolate sulla base solo dei soggetti interessati alla formazione)*	**Totale operatori**		**Operatori alberghieri**	**Operatori extralberghieri**
Lingua straniera *(Le percentuali che seguono, sono calcolate sulla base dei soggetti interessati a corsi di lingua)*		**69%**	**70%**	**69%**
	Inglese	**65%**	**53%**	**75%**
	Spagnolo	**5%**	**5%**	**4%**
	Tedesco	**5%**	**5%**	**4%**
	Russo	**2%**	**5%**	**/**
	Non specificata	**23%**	**22%**	**16%**
Marketing		**56%**	**63%**	**51%**
Ospitality Management		**42%**	**44%**	**33%**
Internazionalizzazione		**21%**	**26%**	**11%**
Revenue Management		**21%**	**26%**	**11%**
Altro: *Customer service, Conoscenza territorio Scambi culturali, Sistema turistico, Food&beverage Formazione htl, Outdoor*		**15%**	**19%**	**11%**

Nonostante questa attenzione, **solo il 14% degli operatori ha dichiarato di aver partecipato negli ultimi anni ad attività di formazione professionale**, con percentuali ovviamente molto differenti tra l'**alberghiero (26%)** e l'**extralberghiero (2%).**

Tali attività sono state prevalentemente orientate a dei corsi di lingua finanziati dalla Regione Basilicata o formazione obbligatoria per la sicurezza sui luoghi di lavoro.

Dalla lettura dei dati in modo incrociato tra questa sezione e la sezione D dove è stata approfondita la struttura dei canali di vendita, emerge una forte contraddizione tra la volontà di partecipazione alle fiere (infatti il 49% ritiene di essere interessato a partecipare a fiere ed eventi di promozione), nonostante le percentuali di utilizzo dei canali di vendita relativi la domanda organizzata siano complessivamente sotto il 25%.

Infine è stata verificata la disponibilità a partecipare a momenti di formazione/informazione su bandi Regionali, Ministeriali, Europei legati alla programmazione 2014/2020.
Degli operatori intervistati, il 39% si è dichiarato interessato e da questo dati emerge una sfiducia rispetto agli strumenti della programmazione Comunitaria e Regionale anche alla luce delle pregresse esperienze che per tempistica e tipologia di aiuto hanno determinato pochi casi di successo.

Mistery analysis

Lo studio sugli standard attuali che caratterizzano le capacità di commercializzazione e di gestione della clientela da parte delle strutture ricettive è stato completato attraverso l'applicazione di due procedure particolari: **mistery mail e mistery call.**

Attraverso queste attività ci si è presentati alle strutture come normale utenti, utilizzando nomi di fantasia, ma con "occhi" ed "orecchi" particolarmente attenti a vari aspetti, in modo da avere una valutazione indipendente ed obiettiva.

Le **mistery mail** – inviate a gruppi diversi di strutture a seconda dei contenuti della richiesta - hanno consentito di rilevare con precisione alcuni aspetti fondamentali per la valutazione degli interventi migliorativi da apportare.
Nello specifico:

- *utilizzo della mail, sia per velocità di risposta alle richieste dei clienti che per completezza delle informazioni date*
- *cortesia e disponibilità*
- *conoscenza delle lingue straniere*
- *attitudine a proporre alternative interessanti per il soggiorno*
- *capacità di gestire gruppi organizzati*

Le verifiche del mystery call hanno riguardato il rapporto con la clientela nell'ambito di uno scambio di informazioni telefoniche ed una valutazione in termini di efficienza ed efficacia operativa.
La valutazione ha considerato la disponibilità e la competenza del personale, la trasparenza sulle opzioni disponibili per concludere la prenotazione, la correttezza delle informazioni e la cortesia.

mail n.1

(inviata solo alle strutture alberghiere)

Testo: Buongiorno,
chiedo disponibilità per due adulti e tre bambini dal 15 al 20 settembre 2016. C'è possibilità di avere la mezza pensione? Avete la convenzione con qualche lido? Esiste un servizio di trasporto per il mare? Inoltre vorrei sapere se esiste la possibilità, anche nei dintorni, di fare trekking e arrampicata.
Grazie
Elisa Blasi

22 mail inviate **20** mail valide **11** risposte ricevute

CORDIALITÀ E DISPONIBILITÀ
90% OTTIMA **10%** Buona

CAPACITÀ DI SODDISFARE RICHIESTE SPECIFICHE **OUTDOOR**
36% Ottima **28%** Buona **36%** Scarsa

PREDISPOSIZIONE A PROPORRE ALTERNATIVE PER IL SOGGIORNO AGLI OSPITI
55% Ottima **36%** Buona **9%** Scarsa

TEMPI DI RISPOSTA
73% Ottima (entro 24h) **27%** Buona (entro 48h)

LE MAIL DI RISPOSTA CONTENGONO UNA FIRMA CON I RIFERIMENTI DELLA STRUTTURA?
27% Si **73%** No

mail n.2

(inviata solo alle strutture in grado di ospitare gruppi)

Testo: Buonasera,
siamo un gruppo di 6 famiglie, 21 persone in tutto. Vorremmo sapere se potete proporci delle tariffe agevolate. Dovremmo venire tra metà e fine ottobre, potete consigliarci anche qualche luogo interessante da visitare?
Saluti
Gianni Prosperi

21 mail inviate **19** mail valide **13** risposte ricevute

CORDIALITÀ E DISPONIBILITÀ
70% OTTIMA **30%** Buona

CAPACITÀ DI SODDISFARE RICHIESTE SPECIFICHE **GRUPPI E BASSA STAGIONE**
62% Ottima **7%** Buona **31%** Scarsa

PREDISPOSIZIONE A PROPORRE ALTERNATIVE PER IL SOGGIORNO ED ESPERIENZE AGLI OSPITI
31% Ottima **23%** Buona **46%** Scarsa

TEMPI DI RISPOSTA
92% Ottima (entro 24h) **8%** Scarsa (oltre 48h)

mail n.3

Testo: Good morning,
My wife and I are planning our vacation in Maratea from 8 to 14 september. Could we have a proposal by your hotel?
Thanks in advance, best regards
Mark Hodmen

41 mail inviate **36** mail valide **20** risposte ricevute

CORDIALITÀ E DISPONIBILITÀ
75% OTTIMA **25%** Buona

CAPACITÀ DI SODDISFARE RICHIESTE SPECIFICHE **IN INGLESE**
70% Ottima **15%** Buona **15%** Scarsa

TEMPI DI RISPOSTA
90% Ottima (entro 24h) **5%** Buona (oltre 48h) **5%** Scarsa (oltre 48h)

mail n.4

(solo strutture extra alberghiere)

Testo: Salve, vorrei sapere se avete disponibilità per 5 persone dal 20 al 22 settembre. Avete delle convenzioni con ristoranti nelle vicinanze e un servizio di trasporto per il mare? Vorrei anche sapere se esiste la possibilità di fare trekking e arrampicata, anche nei dintorni.
Grazie.
Cordialmente
Angela Franchi

20 mail inviate **18** mail valide **7** risposte ricevute

CORDIALITÀ E DISPONIBILITÀ
100% OTTIMA

CAPACITÀ DI PROPORRE ALTERNATIVE AGLI OSPITI
43% Ottima **29%** Buona **28%** Scarsa

TEMPI DI RISPOSTA
57% Ottima (entro 24h) **43%** Scarsa (oltre 48h)

LE MAIL DI RISPOSTA CONTENGONO UNA FIRMA CON I RIFERIMENTI DELLA STRUTTURA?
15% Si **85%** No

mistery call

(solo strutture alberghiere)

35 Strutture sono state raggiunte telefonicamente.
Il contatto si è presentato come un potenziale cliente della struttura che necessitava di informazioni aggiuntive sulle modalità di prenotazione.

CORDIALITÀ E DISPONIBILITÀ
97% OTTIMA **3%** BUONA

CAPACITÀ DI GESTIONE DEI CANALI COMMERCIALI UTILIZZATI
57% Ottima **43%** Buona

Analizzando i risultati di questa particolare indagine è possibile evidenziare una serie di aspetti e alcune carenze che devono essere colmate per raggiungere standard qualitativi più elevati e migliorare la capacità di relazionarsi con i clienti da parte di chi opera nelle strutture ricettive.

Il 12% degli indirizzi mail utilizzati risulta non funzionante.
Dato che il reperimento degli indirizzi è avvenuto cercandoli sul web, appare evidente che alcune delle strutture debbano migliorare relativamente alla corretta comunicazione on line. Si tratta di strutture extralberghiere e, in generale, di indirizzi mail non legati al dominio internet ufficiale della struttura, ma personali o comunque ospitati su servizi gratuiti. Dotarsi di un account mail ufficiale, capiente, che funzioni sempre e richiami al sito web, è invece essenziale.

Un dato fortemente negativo è che, tra le **93 mail andate a buon fine il 45% delle volte non c'è stata alcuna risposta alle mail**.
Tutte le risposte ricevute hanno però dimostrato **un elevato livello di cordialità e disponibilità,**

con picchi del 100%. Questo è un aspetto notevolmente positivo, in quanto suscitare queste sensazioni al primo contatto con il cliente trasmette da subito segnali di tranquillità in relazione all'accoglienza che si riceverà durante il futuro soggiorno presso la struttura e, di riflesso, nella località scelta per la vacanza.

I tempi di risposta alle mail – quando risposta c'è stata - **sono stati ottimi** (entro le 24 ore) o **buoni** (entro le 48 ore) quasi sempre, allungandosi oltre le 48 ore per le richieste relative alla sistemazione di un gruppo nell'8% dei casi, alle richieste in inglese (5%) fino a raggiungere il 43% nel caso delle strutture extralberghiere, evidentemente ancora non organizzate per presidiare in tempo reale o evadere in breve tempo le richieste, con elevate probabilità di perdere così le prenotazioni.

La maggior parte delle **mail di risposta** (85% per le strutture extralberghiere) **non conteneva la firma in calce completa dei riferimenti ufficiali della struttura** (email, telefono, fax, indirizzo, sito web, pagine social…), a conferma della poca attenzione che ancora viene prestata ad aspetti semplici ma essenziali per una comunicazione efficace.

Altri aspetti che si sono voluti valutare riguardano la capacità delle strutture che operano sul territorio di **proporre alternative per il soggiorno ed esperienze turistiche diverse, con particolare riferimento al turismo outdoor.** Anche in questo caso il riscontro meno positivo si è avuto con le strutture extralberghiere, tra le quali **il 43% non ha proposto alternative, e per la sistemazione del gruppo** per cui il **46% non ha saputo consigliare un luogo particolarmente interessante da visitare**.

In generale ciò che appare dall'analisi condotta tramite mail è - oltre all'esigenza di migliorare l'utilizzo di questo fondamentale mezzo di comunicazione - una limitata attitudine, in particolar modo delle strutture più piccole, a ricoprire anche il ruolo di **"consulenti" della destinazione**, suggerendo alternative ed attività ai possibili clienti.

E' fondamentale iniziare un percorso che preveda formazione e coordinamento, consentendo a tutto il sistema ricettivo il passaggio dalla vendita della singola struttura alla vendita della destinazione nel suo insieme.

Anche le telefonate effettuate **hanno confermato aspetti quali cordialità e disponibilità nella quasi totalità dei casi**, mentre l'analisi sulla capacità di gestire i vari canali commerciali ha evidenziato ottime attitudini nel 57% dei casi, con il restante 43% che si è preoccupato comunque di offrire opzioni alternative alla prenotazione del soggiorno su altri siti, non rassegnandosi a pagare alte provvigioni agli intermediari on line. Accrescere il numero di prenotazioni dirette è un altro importante obiettivo da raggiungere per strutture ricettive del nuovo sistema turistico.

Le evidenze del territorio, conclusioni dell'indagine

I dati che emergono dalla fase di studio e di indagine del territorio della Valle del Noce ci restituiscono un'istantanea di **un'area straordinariamente ricca sotto il profilo naturalistico** e con interessanti spunti per quanto riguarda **gli attrattori storici, culturali ed antropologici**.

Inoltre, la baricentricità del **territorio di riferimento, che si trova a cavallo di due Parchi Nazionali, quello del Pollino e quello del Cilento e Vallo di Diano**,

fanno della Valle del Noce un potenziale hub turistico di prim'ordine nel panorama nazionale.

Sempre dalla fase di studio e ricerca emerge un'offerta ricettiva turistica*, alberghiera ed extralberghiera, con buone potenzialità, ma poco allineata agli standard qualitativi che il mercato turistico nazionale ed internazionale oggi richiede.

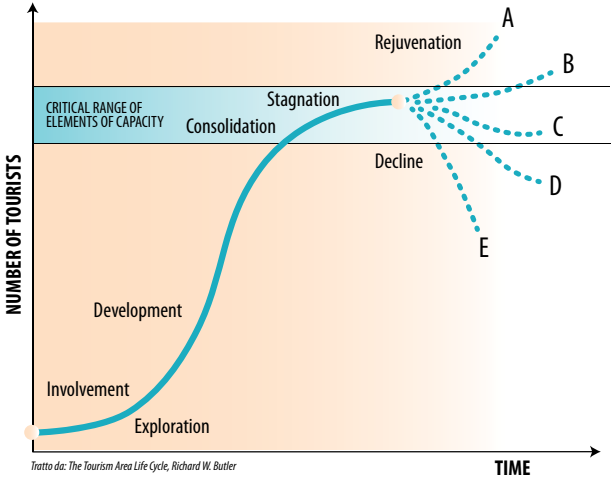
* Il campione è composto da 69 strutture ricettive della Valle del Noce, che dispongono complessivamente di 1373 camere e di 4082 posti letto. Il territorio di riferimento è composto da sei Comuni: Lagonegro, Lauria, Maratea, Nemoli, Rivello e Tercchina.

Inoltre, dalle indagini desk ed on-field emerge la necessità di realizzare un'attività complessiva di ristrutturazione del patrimonio immobiliare turistico, di riparametrazione dei servizi e di riqualificazione delle risorse umane.

> **Nonostante ci siano una serie di criticità e di debolezze infrastrutturali, il trend economico del turismo della Valle del Noce segna elementi di crescita costanti negli ultimi anni,** che però dalle emergenze analitiche non sembrano essere collegati ad un dinamismo dell'offerta turistica locale, bensì ad un generico **sentiment positivo rispetto al brand "Maratea"** ed alle sue coste incontaminate e ad una congiuntura favorevole del prodotto "mare Italia".

Tali considerazioni, emerse dall'analisi dei dati riguardanti il contesto territoriale ed il comparto turistico, ci portano ad inquadrare il prodotto turistico della Valle del Noce in una fase di tarda maturità/ stagnazione nel ciclo di vita del prodotto, dove "i flussi turistici dopo aver raggiunto il picco massimo iniziano a decrescere a causa del degrado delle strutture, delle risorse e dei servizi" (cit. R.W. Butler, Ciclo di Vita del prodotto turistico).

Tourism area life cycle - teoria



Tratto da: The Tourism Area Life Cycle, Richard W. Butler

In questa condizione, **per evitare il declino, è necessario puntare convintamente sul rinnovamento del prodotto turistico**, lavorando per mettere in campo **una concreta azione di riposizionamento e rilancio del territorio**, per dare ai cittadini ed agli operatori l'opportunità di poter operare e prosperare in un contesto che fa del turismo sostenibile la leva dello sviluppo socio-economico del territorio.
Insomma è evidente, anche dalle indicazioni degli operatori economici, la necessità di mettere in campo un progetto di sviluppo turistico e di un **"brand" del territorio**, che delineino un percorso integrato per riposizionare il prodotto turistico della Valle de Noce nel mercato turistico nazionale ed internazionale.

> Per fare questo salto di qualità è però necessario costruire dei "luoghi" dove sia possibile orientare e gestire il processo di sviluppo che si basi su un approccio resiliente, che guardi il territorio nel suo insieme e che si faccia carico del processo di trasformazione.

Per compiere questo disegno di sviluppo, si è puntato in modo convinto sulla costruzione di una ***Destination Management Organization (DMO)*****, che rappresenta in "**nodo delle reti**", un modello di governance territoriale in grado di far emergere le necessità e le peculiarità della comunità di riferimento (Istituzioni, operatori economici e società civile) e di attuare i processi di sviluppo turistico.

> Questa organizzazione, che non rappresenterà l'ennesimo "ente", sarà strutturata attraverso una compagine snella, altamente qualificata ed orientata al mercato, capace di organizzare, promuovere e distribuire attraverso strumenti innovativi un prodotto/territorio che può ritornare ad essere protagonista nell'arena competitiva del turismo globale.
> Inoltre, la DMO sarà concentrata sulla realizzazione di una infrastruttura/piattaforma sviluppata sui temi della "smart specialization" ed orientata dall'uso di tecnologie ICT capaci da un lato di accumulare informazioni e conoscenze e dall'altro di fornire servizi formativi e commerciali per riposizionare e promuovere la Valle del Noce nel segmento del viaggio esperienziale e conoscitivo.

In questo scenario, è utile fare alcune riflessioni di carattere più generale e metodologico che sono alla base dello sviluppo del progetto della DMO della Valle del Noce e che consentiranno di comprendere

**La Destination Management Organization (DMO) è la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una Destinazione (attrazioni, accesso, marketing, risorse umane, immagine e prezzi). Essa adotta un approccio strategico per collegare tra loro entità molto diverse per una migliore gestione della Destinazione. (fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo).

meglio la proposta di governance territoriale, capace di essere camera di compensazione nella gestione dei processi di sviluppo ed elemento di propulsione per la realizzazione dei progetti.

Il modello preso ad esempio per la governance del sistema della Valle del Noce, punta a **dare soggettività a nuovi cluster di comportamenti ed a modificare gli atteggiamenti anche delle istituzioni locali** (si veda il caso dei centri di competenze del settore ricerca dei Distretti Turistici, dei Gruppi di Azione Locale) che in un confronto paritetico con gli altri attori del territorio definiscono le strategie e gli obiettivi di breve, medio e lungo periodo.

Questa scelta è maturata sulla scorta sia dei dati emersi dalla fase di indagine che dalla profonda conoscenza dei fondamentali del settore turistico, che da oltre un decennio hanno spostato i confini della competizione turistica dalla dimensione locale a quella globale ed hanno individuato i sistemi/piattaforme territoriali come gli unici players dell'arena competitiva.

Pertanto, diventa imprescindibile superare il localismo e la vecchia visione di sviluppo turistico, nel quale è chiuso ancora il dibattito locale sul ruolo del territorio, che prevede la concorrenza tra singoli Comuni ed una bassa propensione alla condivisione dei processi di sviluppo.

Bisogna assumere la convinzione che le difficoltà del contesto in crisi di posizionamento/identità possano essere superate solo se tutti gli attori del territorio puntano, attraverso **una cabina di regia unica (DMO)**, su un'azione rigeneratrice del processo di sviluppo, in grado di garantire la costruzione di tessuto connettivo tra le diverse componenti del territorio in modo da produrre valore aggiunto, di generare nuove relazioni, beni economici e servizi di qualità.

Questo sforzo progettuale potrà, attraverso una governance nuova, **generare una visione territoriale di un turismo che crea struttura economica, sociale, ambientale e paesaggistica** (per lo sviluppo e l'organizzazione del prodotto turistico outdoor, integrato con l'offerta del turismo religioso) **CHE SIA PERCEPITA COME UN PRODOTTO UNITARIO, APPETIBILE E FACILMENTE FRUIBILE.**

Il combinato disposto della fase di analisi e della riflessione metodologica che sono alla base di un nuovo disegno di "**destinazione turistica**", come avremo modo di approfondire nei prossimi paragrafi, saranno la strada maestra su cui la comunità della Valle del Noce mette in campo un ambizioso e concreto progetto di promozione e sviluppo integrato che inserisce i temi del **turismo outdoor (trekking, sportivo, naturalistico e ambientale)**, **dell'offerta religiosa**, generando di fatto nuove percezioni e nuove opportunità rispetto al tema tradizionale del "**turismo balneare**".

Progettualità turistica in corso

4

Area marina protetta Costa di Maratea

Tra le progettualità più importanti che coinvolgono l'area oggetto dell'analisi, in grado di identificarla ancora di più dal punto di vista del pregio paesaggistico e naturalistico, va considerata **l'Area Marina Protetta Costa di Maratea**, inserita dal tra le 48 Aree Marine Protette di reperimento individuata dal Ministero dell'Ambiente nella legge quadro 394/91 e indicata sul portale dello stesso Ministero tra quelle di prossima istituzione. È stata oggetto di studi propedeutici, finalizzati alla sua futura istituzione quale AMP, condotti dal CNR di Napoli e dal Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche di Salerno che hanno riconosciuto la valenza ambientale dell'area, testimoniata dall'elaborazione di carte geologiche e dalla raccolta di dati importanti su un'estesissima prateria di Posidonia oceanica in buone condizioni. Interessa ben tre aree SIC ("**Acquafredda di Maratea**", "**Marina di Castrocucco**" e "**Isola di S. Ianni e Costa prospiciente**").

La costa di Maratea ha senza dubbio requisiti di particolare valore, una biodiversità unica da tutelare e far conoscere ed un ambiente marino che in molti invidiano.

Un' area marina protetta ben gestita che consenta di raggiungere tutti gli obiettivi previsti dalla normativa (protezione ambientale; valorizzazione delle risorse naturali; diffusione della conoscenza dell'ecologia degli ambienti marini e delle caratteristiche ambientali dell'AMP; educazione ambientale; studio e la ricerca scientifica; promozione dello sviluppo socio-economico

sostenibile) sarebbe un volano importante anche sotto il profilo strettamente turistico.

Nel 2015, infatti, il settore turistico che è cresciuto maggiormente è stato quello dell'ecoturismo con ben 100 milioni di presenze e un fatturato globale di circa 5,5 miliardi di euro con un incremento annuo dell'1,8%. Nonostante la crisi economica sono aumentati gli italiani dediti al turismo ecologico: +10%, disposti (nel 50% dei casi) a pagare tra il 10 e il 20% in più pur di fare vacanze sostenibili.

Le AMP costituiscono un vero e proprio motore di crescita secondo gli operatori turistici e commerciali, soddisfatti dal valore aggiunto che esse inducono, favorendo flussi turistici consapevoli, rispettosi dell'ambiente e spesso con una più che discreta capacità economica, interessati particolarmente al diving e alla balneazione in un luogo che ha caratteristiche "speciali" perché ben preservato.

Stando ai dati raccolti, ad esempio, laddove è presente un'area marina protetta, l'attività delle immersioni viene decuplicata. Anche la pesca, seppure deve sottostare ad alcune regole e svolgersi al di fuori della riserva integrale, non è compromessa e anzi può avvalersi di una prodotto ittico più ampio. Il territorio, secondo gli esperti, diventa un laboratorio di attività ecocompatibili dove produzione, raccolta, marchi di qualità e servizi complementari vengono affidati agli operatori locali, con tutti i vantaggi facilmente intuibili in termini di sviluppo sociale ed economico.

Maratea Sacra

Il comune di Maratea, grazie alla proposta di un'associazione di promozione turistica molto attiva sul territorio, ha favorito lo sviluppo di una innovativa idea progettuale: Maratea Sacra.

Partendo dalla convinzione che i luoghi sacri, ognuno con sue peculiarità architettoniche e storico-artistiche, rappresentano una potenziale attrattività turistica si è pensato ad un modello nuovo di sviluppo turistico per una cittadina che negli anni, cullandosi sul solo turismo balneare, ha perso un po' del suo appeal non riuscendo a rispondere al meglio alle sfide dei nuovi mercati turistici internazionali.

Il progetto si propone di evidenziare il circuito delle 44 Chiese di Maratea e di supportare il turista nella fruizione di questi uoghi, attraverso il rafforzamento della rete di informazioni di cui questi può disporre. Le informazioni si concentreranno principalmente su due elementi:

- *i percorsi paesaggistici, naturalistici e storici da intraprendere per raggiungere i luoghi presi in esame dal progetto*
- *gli elementi del patrimonio architettonico, storico ed artistico che caratterizzano ognuna delle 44 chiese*

Le informazioni viaggeranno su due tipi di supporti, che si potrebbero catalogare come vecchi e nuovi strumenti di comunicazione: cartellonistica e strumenti telematici di nuova generazione.

CARTELLONISTICA

Ogni Chiesa inserita nel progetto avrà al suo esterno un pannello nel quale saranno presenti descrizione e illustrazioni sulla Chiesa di riferimento, in italiano e in inglese. Un altro elemento di fondamentale importanza sarà il QR Code, il quale rimanderà alla sezione dedicata alla Chiesa in questione all'interno del sito multimediale. Infine, verrà indicato l'itinerario di cui la Chiesa fa parte.

SITO INTERNET MULTIMEDIALE E WEB APP

All'interno del progetto "Maratea Sacra" è prevista la realizzazione di un sito internet ad hoc attraverso il quale si potrà accedere a contenuti multimediali mirati.

La prima cosa che verrà evidenziata nel sito in questione è una mappa interattiva, grazie alla quale si potranno scoprire le peculiarità degli elementi che compongono il progetto. All'interno della mappa verranno segnalati:

- *Gli itinerari da percorrere per scoprire le 44 Chiese di Maratea*
- *I punti di interesse presenti in ognuno degli itinerari*
- *Le 44 Chiese*

I contenuti in questione saranno diversi sia tra di loro che rispetto a quelli presenti nella cartellonistica, anche se le informazioni principali saranno le stesse, e si cercherà di utilizzare un linguaggio il più semplice e scorrevole possibile, in modo da non appesantire troppo la spiegazione di ogni luogo e delle sue peculiarità pur conservando un taglio tecnico ed esaustivo.

Associata al sito web multimediale verrà sviluppata anche una web application mobile, ossia un'applicazione che non sarà necessario scaricare e che permetterà la fruizione dei contenuti multimediali del sito anche da qualsiasi dispositivo mobile, tablet o smartphone, esclusivamente attraverso una connessione ad Internet e l'utilizzo di un browser.

Sia il sito multimediale che l'App sono diretti sia ai turisti che vogliono scoprire le bellezze di Maratea da casa, prima di partire, sia a quelli che sono già presenti nel territorio.

Questo progetto è da ritenere senza dubbio tra i più interessanti dell'intera area, e rientra a pieno titolo tra gli elementi che dovranno concorrere alla nuova visione turistica della destinazione Maratea/Valle del Noce. Le valutazioni necessarie per poterlo integrare nel percorso di valorizzazione iniziato devono approfondire due aspetti:

- *l'implementazione di altri servizi e tecnologie che ne migliorino ulteriormente la capacità di rendere fruibile il patrimonio culturale presente*
- *l'estensione all'intera area, con il coinvolgimento degli altri comuni.*

Dietamed

Il comune di Rivello ha attivato le procedure per la realizzazione della proposta progettuale "DietaMed – Presidio della Dieta Mediterranea – Centro multifunzionale della ruralità".

DietaMed si pone come attrattore fondato sul valore della Dieta Mediterranea per la salute dell'Essere Umano e per l'Economia, indirizzato a sviluppare le attività turistiche territoriali, facendo leva, in primo luogo, sulla valenza offerta dalla cultura del cibo e dagli stili di vita collegati alla Dieta Mediterranea, Patrimonio Immateriale dell'Umanità UNESCO.

Il progetto si prefigura come uno dei primi che prende vita nelle regioni del Sud Italia e in particolare in Basilicata, e vuole essere anche un omaggio a tutti coloro i quali si sono occupati delle ricerche sulla **Dieta Mediterranea** a partire da Ancel e Margaret Keys che ad essa hanno dedicato tutta una vita. L'obiettivo è di creare – nella suggestiva location del Monastero cinquecentesco di Rivello - un centro internazionale di cultura, informazione, formazione e ricerca, al servizio di chi intende adoperarsi per la valorizzazione della Dieta Mediterranea nel mondo.

Dietamed punterà a:

- *consolidare il "modello alimentare" contemplato dalla Dieta Mediterranea;*
- *incoraggiare e sostenere politiche idonee alla produzione di Cibo Sano;*
- *sperimentare modelli innovativi di turismo collegato al segmento di prodotto "Benessere e Cultura";*
- *tutelare la salute dell'Essere Umano favorendo politiche e progetti per la sicurezza delle terre che producono alimenti e prodotti della Dieta Mediterranea;*
- *facilitare sbocchi di mercato ai produttori di Alimenti e Prodotti della Dieta Mediterranea (Cibo Sano) e incentivare progetti per agevolare l'accesso alla Terra per i Giovani;*
- *sviluppare progetti di Ricerca a tutela dei produttori e dei Consumatori;*
- *garantire i Diritti Umani ad una sana alimentazione;*
- *dare vita ad una Comunicazione etica, innovativa, positiva e costruttiva, capace di sviluppare sinergie professionali finalizzate all'occupazione.*

Il progetto si articolerà sui seguenti campi di intervento:

- *Ricerca, con particolare attenzione all'integrazione tra il mondo della salute e quello della produzione alimentare.*
- *Cultura, con la creazione di un centro documentale, anche informatizzato, tra i più forniti ed attrezzati di materiali che abbiano per oggetto l'alimentazione e l'approfondimento delle tematiche legate alla cultura della Dieta Mediterranea. La cultura del cibo, il cibo nella cultura dovrà rappresentare un filone qualificante del progetto Dietamed.*
- *Comunicazione, con Il Laboratorio di Comunicazione che vuole essere uno spazio di diffusione integrata della conoscenza sulle tematiche alimentari, un cantiere aperto di idee, un archivio qualitativo delle esperienze promosse e realizzate.*
- *Educazione e formazione, sulle principali tematiche e tecniche applicate alle diverse componenti afferenti al concetto di dieta Mediterranea, a disposizione anche delle aziende intenzionate a studiare con metodi scientifici le proprietà dei prodotti. Si intende avviare corsi di Alto Apprendistato volti a preparare le figure professionali adatte a valorizzare il grande patrimonio della dieta mediterranea.*
- *Ambiente, creando un modello dimostrativo di sostenibilità con scopi ecologici (biodiversità genetica, specifica ed eco sistemica, fertilità del suolo, qualità dell'acqua e dell'aria, no inquinamento chimico), economici (autoproduzione di verdure ed erbe), e sociali (educativi/didattici, creazione di una comunità, movimento fisico, consumo di cibo biologico, locale, stagionale e fresco).*

L'intuizione di puntare con questo progetto alla Dieta Mediterranea come volano di sviluppo sociale, economico e turistico, potrà considerarsi vincente se si riuscirà ad inserirla in una rete più ampia di veri e propri presidi specializzati, che potrebbero tutti insieme rappresentare un fattore d'interesse notevole per quella sempre più ampia fascia di turisti sensibili a questo tipo di tematiche.

La **Dieta Mediterranea** infatti, non può più solo considerarsi un importante stile di vita che concilia gusto e salute, longevità e salvaguardia delle biodiversità, ma, grazie alla crescente attenzione internazionale ai temi della qualità dei prodotti, al cosiddetto KM 0, al turismo enogastronomico e alle eccellenze agroalimentari, può essere, come già è in realtà territoriali vicine, un vero e proprio attrattore.

Il muro della speranza

L'Amministrazione comunale di Rivello ha voluto credere in un progetto dedicato all'universo giovanile e al turismo scolastico: **"Il Muro della Speranza"**, finalizzato alla creazione di uno spazio istituzionale dedicato alla Street Art nella sua declinazione più antica, i murales.

Il Muro della Speranza è un sito monumentale, unico nel suo genere, non solo in Italia: un manufatto di lungo 30 metri, alto 3 e spesso 1, per la cui realizzazione verrà impiegato esclusivamente materiale riciclato (plastica, vetro, alluminio, legno, carta), assemblato con le tecniche "earthship".

Le pareti del Muro della Speranza saranno utilizzate come una tela, su cui lavoreranno street artist di fama internazionale (ogni edizione avrà il suo performer), che dovranno tradurre in murales le idee/proposte degli alunni delle scuole primarie e secondarie di primo grado, chiamati a confrontarsi in sede concorsuale sui temi fondanti del civismo europeo.

Due i vincitori, uno per le primarie ed uno per le secondarie di primo grado, che avranno il privilegio di vedere i propri componimenti trasformati in altrettanti murales.

Alla prima edizione (Evento pilota, anno scolastico 2016/2017) concorreranno gli alunni degli Istituti Comprensivi dell'Area Sud Occidentale della Basilicata, con i suoi 27 comuni; alla seconda edizione parteciperanno tutti gli Istituti Comprensivi lucani, mentre dalla terza edizione in poi il concorso è aperto a tutti gli Istituti Comprensivi italiani. Su delibera del Consiglio Comunale di Rivello, il 29 Luglio segna la data di celebrazione della <Giornata della Speranza>.

Ogni anno, in questa data, un personaggio della vita pubblica (politica, economia, scienza, spettacolo, sport) verrà chiamato ad inaugurare i murales eseguiti dallo street artist aggiudicatario di quella specifica edizione.

Nell'area del Monastero di Sant'Antonio, in posizione contigua al Muro della Speranza sorgerà un altro manufatto, Basilicata Wall to Wall - graffi(ti) di storia lucana, che vuole essere un vero motivatore di viaggio pensato per turisti e visitatori di ogni età. E' un muro lungo 70 metri e alto 3, sulle cui pareti artisti lucani di fama nazionale illustreranno la Storia della Basilicata, dalle

origini sino alla proclamazione di Matera Capitale della Cultura 2019, utilizzando le tecniche della graphic novel.

Con questi due attrattori ispirati alla street art, Rivello si propone come tappa di quegli itinerari alla scoperta di realtà rurali che hanno scelto di aprirsi all'arte urbana, proponendosi al mercato come vere e proprie "gallerie en plein air". Indubbiamente si tratta di una scelta che può dimostrarsi vincente, per la grossa influenza che queste forme di arte urbana hanno nei confronti del pubblico giovanile.

In particolare può rappresentare un'opportunità ulteriore per sviluppare programmi ed attività legati al turismo scolastico, inserendosi alla perfezione tra le testimonianze storiche, d'arte e tradizioni che identificano Rivello da sempre tra i riferimenti culturali più preziosi della Valle del Noce e dell'intera Basilicata.

Parco tematico di Trecchina

Nel territorio del comune di Trecchina, In località Monte Santa Maria è prevista la realizzazione di un parco tematico, con **la realizzazione di impianti per attività sportive, ricreative e didattiche**. Il progetto prevede anche la realizzazione di una struttura per la ristorazione.

Le installazioni previste sono:

- **Planetario digitale**, *completo di proiettore di alta qualità, computer, telecomandi, sistema audio dolby e completo di n.35 sedute specifiche con poggiatesta con visione su tutta la cupola. Ciò consentirà oltre all'uso specifico anche un utilizzo quale cinema estivo con una visione allsky; Ovviamente lo scopo principale della realizzazione è quello didattico e divulgativo. Il Planetario sarà attrezzato di opportune proiezione di luci, in modo di dare sensazione di muoversi nella volta celeste, tra i Pianeti.*
- **Alpine Coaster** *(bob su rotaie). E' una pista dove corrono gli slittini, utilizzabile sia in estate che in inverno e con qualsiasi condizione meteorologica, che rappresenta un'esperienza caratterizzata da un mix di abilità e divertimento. I guidatori partecipano attivamente al percorso, scegliendo la velocità e la qualità della propria discesa, decidendo se andare piano o veloce, da soli o in coppia.*
- **Pista Tubing**, *un lungo tappeto in gomma lungo il quale si potrà scendere e fare evoluzioni con appositi gommoni.*
- **Baby Park** *(Snake farm), con uno scivolo a 4 postazioni parallele con pendenza e gobbe che rendono la discesa adrenalinica e uno scivolo singolo modello kamikaze. Per entrambi è prevista una lunga parte pianeggiante per garantire l'arresto in sicurezza dell'utente.*

- **Sky Swing** *(altalena gigante). Adrelina allo stato puro unita alla possibilità di godere un'esperienza unica. Dopo i primi attimi con qualche inevitabile brivido, le ampie oscillazioni permetteranno di godersi il panorama in un contesto unico ed originale.*
- **Percorso Downhill**, *appositamente creato per gi amanti di questa disciplina, in continua crescita dl punto di vista numerico. Il downhill è praticato completamente in discesa, su tracciati di differente grado di difficoltà e lunghezza, con bici particolarmente robuste adatte a reggere le particolari "sollecitazioni" a cui vengono sottoposte.*

L'area dove sono previsti gli interventi offre paesaggi incontaminati e sarà fondamentale integrare le attrazioni con la splendida natura del luogo. E' infatti prevista la realizzazione di sentieri interni e per raggiungere il parco, anche attrezzandoli per escursioni a cavallo, in mountain bike.

Il parco è stato progettato con l'idea di attrarre target anche diversi fra loro, da chi è alla ricerca di esperienze adrenaliniche a chi ama le passeggiate tra la natura, dalla famiglia con bambini alle scolaresche.

Molto importante sarà, inoltre, il grado di coinvolgimento e di aggregazione proposto agli ospiti, tra i quali andrà favorita l'interazione e la condivisione delle esperienze, evitando che chi frequenterà il parco diventi un semplice "consumatore di emozioni", staccate da quelle che tutto il contesto territoriale è in grado di offrire.

5 I Fattori di attrazione

L'intensificarsi dei processi di globalizzazione e soprattutto lo spostamento della competizione da un livello micro a quello più ampio che ingloba l'intero contesto territoriale all'interno di un sistema macro di concorrenza - tra contesti-paese, sistemi regionali e sistemi locali -, ha suggerito l'opportunità di estendere l'analisi anche ai fattori di attrazione del sistema territoriale complessivo considerando i molteplici subsistemi che lo compongono.

Questo ulteriore livello di analisi ha l'obiettivo di:

- *valutare la posizione competitiva attuale del sistema indagato in termini di attrattività turistica complessiva*
- *individuare le fonti del vantaggio competitivo del sistema territoriale di riferimento, vale a dire il set di elementi che fanno registrare le migliori performance attuali;*

GLI ELEMENTI DI ATTRATTIVITÀ PRIMARIA E SECONDARIA INDIVIDUATI NELL'ATTUALE SISTEMA TURISTICO DELLA VALLE DEL NOCE SONO STATI ANALIZZATI ATTRAVERSO LA VALUTAZIONE DEGLI ASPETTI QUALITATIVI E QUANTITATIVI DELLA DOTAZIONE DI RISORSE CULTURALI, AMBIENTALI E DI INTERESSE TURISTICO PRESENTI NELL'AREA.

Attrattività primaria: fattori di richiamo

Nell'analisi che segue ci focalizzeremo sui fattori di attrattività primaria della Valle del Noce, sviluppando in modo puntuale due modelli di specializzazione dell'offerta turistica: il turismo outdoor e il turismo religioso.

I FATTORI DI RICHIAMO O DI ATTRATTIVITÀ PRIMARIA, **SONO LE RISORSE DI UN TERRITORIO IN GRADO DI ATTRARRE UN FLUSSO TURISTICO, IN VIRTÙ DELLA LORO RARITÀ, BELLEZZA ED UNICITÀ.**

Nella Valle del Noce sia gli elementi naturali (es. la costa di Maratea) **che antropici** (es. il centro storico di Rivello) **sono nella maggior parte dei casi non riproducibili, ovvero non possono essere replicati in altri contesti e perciò, grazie anche alla loro bellezza, rappresentano una rarità e un valore assoluto su cui fare perno per lo sviluppo del processo di crescita turistica secondo un modello resource based.**

Oltre alle risorse ambientali ed alle risorse culturali si sta sviluppando sul territorio un terzo filone di risorse turistiche: le opportunità di svago e divertimento. A differenza delle prime due che possono definirsi risorse date in quanto preesistenti all'organizzazione turistica del territorio, questa terza tipologia di risorse (create) in genere nasce e si sviluppa in funzione turistica, spesso per completare o integrare l'offerta del territorio.

La costa

Il fattore primario di richiamo in assoluto più importante dell'area è da sempre la costa di Maratea, con i suoi 32 chilometri di straordinaria bellezza e rarità, grazie alla conformazione particolare delle spiagge, al numero incredibile di scogli ed isolotti, alle pareti rocciose a strapiombo sul mare e alla limpidezza dei fondali.

Le circa trenta spiagge di Maratea, alcune delle quali piccolissime e raggiungibili con difficoltà via terra, **sono l'elemento che più di ogni altro caratterizza l'offerta balneare,** rendendola

davvero unica. La limpidezza delle acque e la qualità dell'offerta balneare sono testimoniate e certificate dai premi ed attestati che di continuo Maratea riceve. Facendo riferimento all'anno in corso (2016) la località si è infatti fregiata di:

- **Bandiera Blu**, *il riconoscimento internazionale della Foundation for Environmental Education (Fee) che premia la qualità delle acque di balneazione ma anche il turismo sostenibile, l'attenta gestione dei rifiuti e la valorizzazione delle aree naturalistiche.*
- **5 Vele di Legambiente**, *il massimo voto dato ogni estate dall'associazione ambientalista in base alla soddisfazione di criteri quali la pulizia del mare e delle aree balneabili ma anche la qualità ambientale e dei servizi ricettivi, l'adozione di politiche di sostenibilità, l'attenzione al consumo del suolo e l'utilizzo di fonti di energia rinnovabili.*
- **Bandiera Verde,** *conferita dai pediatri (Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale) e che nasce per identificare quei litorali le cui caratteristiche corrispondono meglio alle esigenze di un bambino in spiaggia e meglio si sposano con la sua sicurezza.*
- **Spiaggia più bella d'Italia 2016** – *vincitrice del concorso "La più bella sei tu" lanciato sul web da Legambiente, ed incrociato con il parere di una giuria di esperti, è stata la spiaggia d'I Vranne a Maratea, una spettacolare caletta raggiungibile solo via mare.*

La tipologia di offerta balneare è unica anche nel modello di fruizione delle spiagge. **Sono davvero poche le strutture alberghiere con accesso diretto al mare**, proprio per la conformazione della costa. Questo fattore è determinante nel qualificare l'offerta e quindi attrarre la domanda. Non sono presenti i classici villaggi che propongono la **formula all inclusive** a ridosso di una lunga spiaggia, ed è quindi naturale la predisposizione ad offrire un tipo di vacanza più "attiva", che debba integrare anche altre esperienze, più vicine a chi vede nel mare cristallino e nella particolarità della costa elementi di qualità, ma non gli unici di una destinazione.

Un ulteriore fattore indicativo - probabilmente il più importante di tutti - della rarità, unicità e bellezza del mare è rappresentato dalla prossima istituzione dell'Area Marina Protetta Costa di Maratea. I valori naturali e socio-culturali che caratterizzano un area marina protetta sono da considerare una risorsa integrata fortemente attrattiva, in grado di intercettare i flussi in continua crescita di turisti sensibili alle tematiche della sostenibilità ambientale e dell'ecologia.

LOCALITÀ	Spiagge	Presenza stabilimenti balneari
Castrocucco	Spiaggetta Sotto l'Orto	NO
	Secca di Castrocucco	NO
	Spiaggia d'a Gnola	SI
Acquafredda	Spiaggia di Marizza	NO
	Spiaggia Portacquafridda (del Porticello)	NO
	Grotta della Scala	SI
	Spiaggia Luppa	SI
	Spiaggia Anginarra	NO
	Spiaggetta delle Pietre Cadenti	NO
	Spiaggia Cala di Mezzanotte	NO
	Spiaggetta Crivi	NO
Cersuta	Spiaggia d'u Nastru	NO
	Spiaggetta di Rena d'a Carruba	NO
	Spiaggetta di Capo la Nave	NO
Fiumicello	Spiaggia di Fiumicello	SI
Marina di Maratea	Spiaggia Nera	SI
	Spiaggetta di Illicini	SI
	Spiaggetta di Cala Vecchia	SI
	Spiaggia del Macarro	SI
	Sp. l'Abisso, Setteponti e Piedi del Cedro	NO
	Spiaggia d'a Scala o Calaficarra	SI
	Spiaggia di Santa Teresa	SI
	Spiaggia del Porticeddu	SI
	Spiaggia di Valle dell'Acqua	NO
Porto	Spiaggetta di Mare Morto	NO
	Spiaggia del Crivo	NO
Filocaio	Spiaggia Funnicu Reggiu	NO
	Spiaggia d'i Vranne	NO

Associazione balneari
di Maratea

La rilevanza che assume nell'offerta turistica attuale il turismo balneare è testimoniata anche dall'esistenza di un'associazione riservata agli operatori del settore, l'Associazione Balneari di Maratea. L'Associazione è attiva da anni con azioni mirate che si rivolgono ai turisti che frequentano la località per godere del suo splendido mare, con **lo scopo di rendere l'offerta balneare sempre più in linea con gli standard qualitativi che si aspetta il turista moderno.**

Merita di essere evidenziato il progetto **"Spiaggia d'aMare",** avviato nel 2016, che prevede il coinvolgimento degli stabilimenti balneari della costa di Maratea per il conseguimento del **"Marchio di qualità ambientale e dei servizi"** delle strutture turistico balneari. Il marchio viene rilasciato dopo un attenta valutazione dell'osservanza di standard che prendono in considerazione numerosi parametri sia ambientali che di qualità e quantità dei servizi balneari offerti.

LA PROMOZIONE DEL MARCHIO DI QUALITÀ PER LE STRUTTURE RICETTIVE BALNEARI RIENTRA NELL'OTTICA DEL CONTINUO MIGLIORAMENTO DELL'OSPITALITÀ DEL TERRITORIO E PER RISPONDERE MEGLIO ALLE ASPETTATIVE E AI BISOGNI DELLA CLIENTELA BALNEARE ITALIANA E INTERNAZIONALE.

Il marchio mira a:

- *realizzare un modello di turismo "qualificato" dove ambiente e servizi costituiscono i parametri principali*
- *promuovere una nuova immagine della costa di Maratea*
- *sviluppo un circuito virtuoso che indirizzi il territorio verso un modello di sviluppo economico sostenibile*
- *innalzare la qualità degli stabilimenti balneari*
- *promuovere l'innovazione e della qualità dell'offerta turistica ed aumento della soddisfazione del cliente*
- *migliorare la qualità ambientale della costa e del territorio anche attraverso il coinvolgimento dei privati, secondo un concetto di responsabilità condivisa, per una maggiore eco-compatibilità ed eco-gestione degli stabilimenti balneari, sia per quanto riguarda la riqualificazione delle strutture, che per quanto attiene l'attività gestionale e ricreativa*

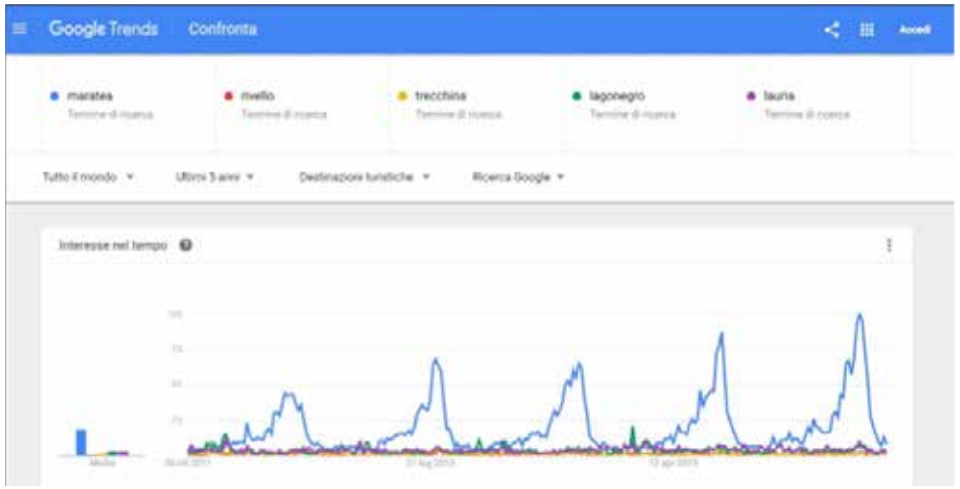
Attrattività naturalistica
in ambito outdoor

Analisi della notorietà delle risorse outdoor

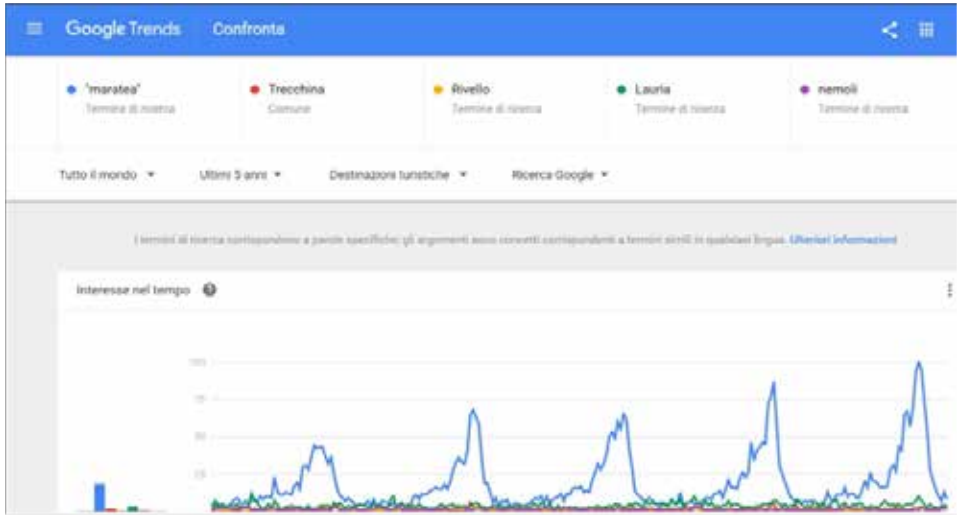
La presenza di risorse attualmente disponibili nell'area per lo sviluppo del turismo outdoor è in gran parte legata al grosso potenziale offerto dagli ambienti naturalistici dell'area, che lasciano immaginare enormi possibilità di sviluppo, ma allo stato attuale sono caratterizzate da attività solo marginali, come dimostra anche l'analisi della notorietà delle stesse. La visibilità on-line dell'offerta e potenzialità per lo sport outdoor della Valle del Noce sono stati analizzati valutando quantità e tipologia di pagine web che ne parlano.

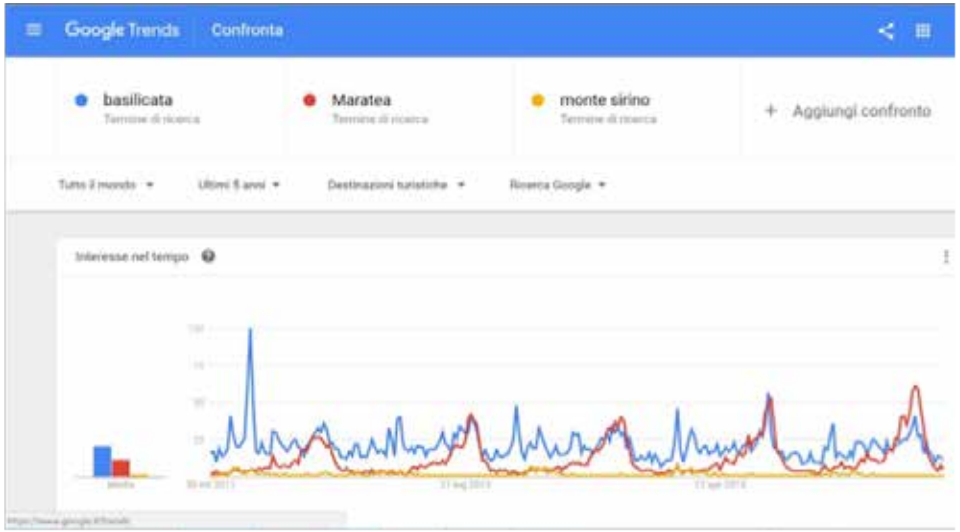
Possiamo affermare che sotto il profilo degli sport outdoor la Valle del Noce è praticamente sconosciuta sul web eccetto che per alcune attività marginalmente presenti grazie a pagine e siti che pubblicizzano o descrivono attività di privati ed associazioni. Utilizzando Google Trends, strumento di analisi dei volumi di ricerca dell'omonimo motore, si evidenzia come l'unica località ad emergere sul web come destinazione turistica sia Maratea, mentre per gli altri comuni del Sistema Turistico i dati risultino non apprezzabili.

Tuttavia anche per Maratea è il mare a monopolizzare l'attenzione, come ben evidente dall'andamento del grafico a picchi isolati in corrispondenza del mese di agosto.

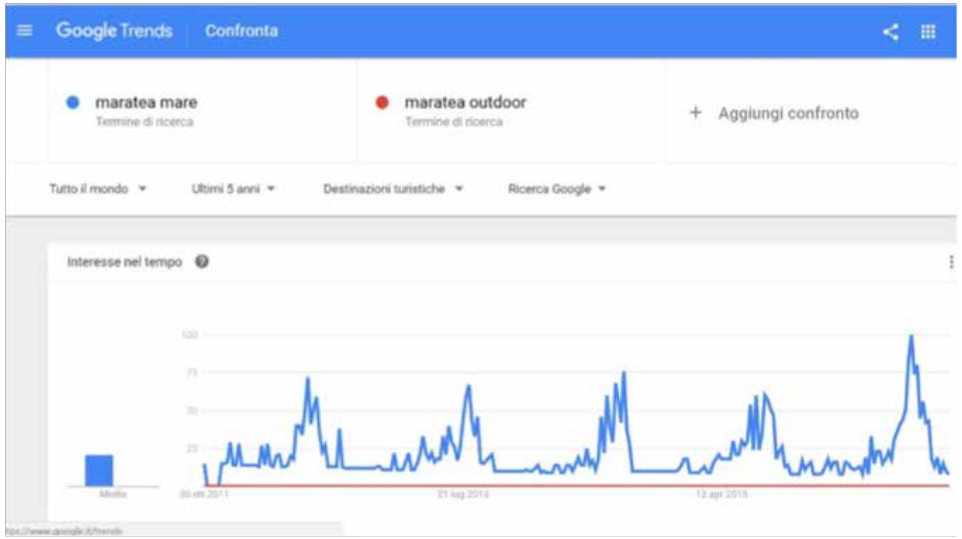


Se passiamo a confrontare i volumi delle ricerche riferiti alle parole chiave Maratea, Sirino e Basilicata, nella categoria destinazioni turistiche, possiamo osservare come Maratea mostri valori interessanti, a volte superiori alla regione, ma sempre legati all'offerta balneare, mentre il Sirino presenti valori appena percettibili in corrispondenza della stagione dello sci.





Se confrontiamo la presenza web relativa al mare ed all'offerta outdoor quest'ultima è praticamente inapprezzabile.



Una valutazione quantitativa attraverso gli strumenti di analisi del web diviene impossibile visti i bassissimi volumi, dobbiamo così limitarci ad una valutazione deduttiva basata sulle poche pagine rinvenute attraverso i motori di ricerca.

- **Maratea** *è associata allo sport e turismo outdoor solo grazie alle pagine di associazioni locali, in particolare parapendio, a seguire mountain bike, equiturismo ed escursionismo.*

Ad accrescere la presenza sul web ha contribuito nell'ultimo anno l'Outdoor Festival.

- **Trecchina** *è presente marginalmente per alcuni itinerari escursionistici, in particolare legati alla Sagra della Castagna.*
- **Lauria, Lagonegro, Nemoli** *vedono la loro presenza legata a quella del Monte Sirino ed in particolare alle escursioni in mountain bike o piedi, e alle competizioni di MTB che si organizzano in estate.*
- **Rivello** *è invece maggiormente associato alle escursioni sul Monte Coccovello ed al Parco Avventura, chiuso da qualche anno ma ancora visibile in rete. Ultimamente ha preso un minimo di visibilità la proposta canyoning promossa da una associazione locale, soprattutto sui canali social.*
- **Il Sirino** *conquista spazi grazie alle relazioni di escursioni sui siti web delle associazioni di escursionismo ed alpinismo (Club Alpino in primis), appassionati o guide.*
- **Il Noce** *è presente sul sito web ckfiumi, catalogo on-line dei fiumi navigabili.*

Si tratta esclusivamente di iniziative private, esperienze e/o attività, senza alcuna logica di prodotto turistico integrato.

LA MANCANZA DI UN PRODOTTO TURISTICO DEDICATO È ULTERIORMENTE TESTIMONIATA DALL'ASSENZA DI RIFERIMENTI ALLA VALLE DEL NOCE/COSTA DI MARATEA NELLA SEZIONE DEDICATA AL TURISMO ATTIVO ED OUTDOOR SUL PORTALE UFFICIALE DEL TURISMO DELLA BASILICATA WWW.BASILICATATURISTICA.IT, DOVE INVECE MARATEA E MONTE SIRINO VENGONO CITATI NELLA SEZIONE "PAESAGGI E NATURA".

Mancando un portale turistico di ambito, in grado di presentare il prodotto nelle sue varie declinazioni con una visione d'insieme, la presenza sul web dell'area oggetto di studio risulta essere frammentaria, affidata ad operatori non professionali, pressoché assente dal lato DMO regionale e quindi non sufficiente a garantire l'adeguata visibilità all'offerta del territorio.

Risorse esistenti
turismo outdoor

La Valle del Noce, dal Monte Sirino alla Costa di Maratea, vanta un territorio di eccellenza per lo sviluppo di una offerta turistica focalizzata sullo sport outdoor:

- *varietà di ambienti che offrono la possibilità di praticare tutte le discipline di terra, acqua ed aria*
- *opportunità per tutti i livelli di pratica*
- *condizioni climatiche che ne consentono la pratica lungo tutto l'anno*
- *tradizione di ospitalità articolata in strutture e servizi turistici abbastanza differenziati, anche se fino ad ora quasi esclusivamente legati alla mono cultura balneare.*

Possiamo riconoscere, nel territorio su cui gravita il Sistema Turistico Valle del Noce, tre macro aeree con aspetti naturalistici, ambientali e antropici peculiari, che esprimono altrettanti spazi distinti e omogenei per la pratica degli sport outdoor: **il Sirino,** la media **Valle del Noce**, **la Costa di Maratea.**

Il massiccio del Sirino con i suoi 2000 m di quota, i prati di alta montagna, le ripide pendici boscate, ha visto per lo più un limitato sviluppo turistico focalizzato sulla stagione invernale grazie alla possibilità di praticare lo sci. Il resto dell'economia è legato alla pastorizia ed al taglio del bosco. Non sono quindi presenti strutture ricettive se escludiamo i rifugi presenti nei pressi delle stazioni sciistiche al Lago Laudemio e Conserva di Lauria ed un paio di agriturismi, né tanto meno sono presenti nuclei abitati.

Offre un terreno di azione ideale per l'escursionismo in tutte le sue forme, a piedi, sulle due ruote e a cavallo. Allo stato attuale i sentieri risultano segnalati in modo marginale e comunque insufficiente alla fruizione turistica.

La media Valle del Noce è caratterizzata da un paesaggio collinare gravitante attorno al corso del fiume e caratterizzato dai caratteristici borghi arroccati alla sommità dei colli. Lo sviluppo turistico dell'area centrale del Sistema Turistico è geograficamente limitato.

I cinque comuni dell'area offrono in totale una trentina di strutture ricettive (circa 50% alberghiere), anche se negli ultimi anni si è assistito alla nascita di nuove iniziative di sviluppo turistico pubbliche e private: attrattori del Lago Sirino e di Trecchina, associazioni e piccole imprese di accompagnamento. Le attrattive relative agli sport outdoor sono essenzialmente legate alle escursioni, a piedi, in bicicletta, a cavallo ed alle attività sul fiume, oltre ad alcune possibilità di pratica dell'arrampicata. I borghi con la loro struttura medievale immersa tra il verde dei boschi possono diventare interessanti località di soggiorno baricentriche tra mare e montagna.

La costa di Maratea, oltre ad uno dei mari più belli della penisola e ad un'offerta ricettiva già strutturata presenta un ambiente naturale ideale per la pratica di tutte le discipline outdoor, dal trekking, alla mountain bike, all'arrampicata al volo con parapendio ed agli sport nautici.

L'offerta turistica, risorsa economica fondamentale se non unica, si è fino ad ora essenzialmente focalizzata sul balneare e concentrata sulla stagione estiva, tuttavia anche qui negli ultimi anni hanno preso il via iniziative legate allo sport outdoor da parte di alcune strutture ricettive ed associazioni di appassionati (Outdoor Festival).

L'analisi degli elementi di attrattività si è sviluppata attraverso una serie di sopralluoghi sul terreno accompagnati da incontri con appassionati ed associazioni locali, oltre che dall'analisi di quanto presente sul web.

In questa fase si sono messe in luce le opportunità di pratica che le diverse attività sportive outdoor trovano nella Valle del Noce. Come vedremo per la gran parte si tratta di grandi potenzialità offerte da un ambiente unico, solo da poco esplorate, ma soprattutto poco strutturate e senza alcuna organizzazione.

> ESISTE UN GRANDE POTENZIALE MA NON ANCORA UN PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR ORGANIZZATO, ELEMENTO CHE SI RISPECCHIA SIA NELL'OFFERTA RICETTIVA SIA NEI SERVIZI DEDICATI, CON LIMITATE PROPOSTE DI VACANZA ATTIVA DA PARTE DELLE STRUTTURE RICETTIVE, E SPORADICHE ATTIVITÀ DI SERVIZI OFFERTE DA ALCUNE ASSOCIAZIONE O APPASSIONATI.

Si riportano di seguito la descrizione delle opportunità di pratica esistenti e potenziali suddivise per tipologia di attività.

Escursionismo

La rete di sentieri, strade rurali e forestali è ben sviluppata sull'intero territorio, conseguenza della diffusione delle attività silvo-pastorali e agricole almeno fino a tempi recenti. Tuttavia la maggior parte di questo patrimonio versa in condizioni di abbandono e solo pochi tracciati sono stati recuperati, segnalati e mantenuti dalle associazioni locali, perlopiù quelli che portano alle principali vette o ad elementi di carattere religioso (santuari, cappelle, conventi).

In alcune aree sono stati avviati progetti di rifacimento della segnaletica, manca tuttavia un'organizzazione omogenea e complessiva della rete sentieristica che possa essere appetibile e leggibile dal turista.

Tutti i rilievi che circondano la conca di Maratea, presentano un grande potenziale soprattutto per le attività di trekking nel periodo primaverile ed autunnale ma con ottime potenzialità da giocare anche nella stagione invernale quando altre aree sono ricoperte dalla neve:

- *la cresta montuosa che da Torre dei Crivi sale al Monte Frascosa, alla Serra del Tuono e quindi al Monte Coccovello continuando oltre il Passo Colla con la cresta del Monte Crivo con una linea di cresta che fa immaginare un ideale itinerario sospeso tra cielo e mare;*
- *il Monte San Biagio, simbolo di Maratea con la statua del Redentore;*
- *il massiccio montuoso di Serra Pollino con i pendii che guardano Trecchina e l'area di Brefaro/Massa, area dove è già prevista la realizzazione di un attrattore turistico.*
- *la Serra che da Santa Caterina si prolunga fino alla Serra di Castrocucco.*

Questi massicci hanno in comune il panorama che spazia da un lato sul mare aperto e dall'altro sulla Valle del Noce ed i pendii boscati dell'interno, con creste libere e quasi sempre percorribili. Non sono ideali da percorrere nella stagione estiva per la continua esposizione al sole e l'alta temperatura, ma appaiono perfetti per il trekking invernale e nelle stagioni di passaggio. I dislivelli non sono trascurabili, ma sempre superabili da un trekker mediamente allenato entro la giornata.

I percorsi più panoramici lungo il filo delle creste, spesso non sono i più agevoli e diretti, pertanto i sentieri esistenti, nati per altri scopi, seguono spesso un diverso tracciato, rendendo così necessari interventi ex-novo per la loro fruizione.

Una rete di antichi tracciati è ben sviluppata nella zona di Acquafredda eccetto qualche tratto che si presenta degradato e difficile da seguire, anche a seguito degli incendi che hanno ripetutamente attraversato la zona.

Di grande interesse per la rete escursionistica sono poi i due tratti di costa, a nord verso Sapri ed a sud in direzione Castrocucco; tuttavia elementi sia geomorfologici (alte scogliere, tratti esposti a frane) che elementi antropici (proprietà private e costruzioni) rendono difficile dare continuità ad un sentiero lungo mare, di cui al momento sono percorribili solo brevissimi tratti.

L'area di **Monte San Biagio** vede la presenza di una fitta rete di sentieri a carattere religioso, che collegano le molte chiese e cappelle: questi sono analizzati nella sezione dedicata al turismo religioso, ma si integrano perfettamente nell'offerta outdoor.

La Valle del Noce è caratterizzata da vecchi tracciati di collegamento tra i centri abitati, che spesso attraversano o corrono paralleli ai corsi d'acqua in un ambiente completamente diverso da quello presente presso la costa, ad una manciata di chilometri.

I tracciati di maggior interesse collegano:

- *Rivello a Trecchina - alle falde del Coccovello da Madonna di Sovereto a Colla*
- *Rivello a Nemoli e Lago Sirino lungo il Vallone del Sonante,*
- *Rivello a Lagonegro lungo la Valle del Serra e del Noce,*
- *Lagonegro a Lago Sirino, Lauria e poi verso il Pollino lungo il tracciato delle ex Ferrovie Calabro-Lucane*
- *Lauria e Trecchina seguendo il Caffaro*
- *Trecchina a Serra Pollino*

Si tratta quasi ovunque di itinerari esistenti che tuttavia necessitano di interventi di pulizia ed a tratti di sistemazione del fondo. Anche in questo caso la totalità dei sentieri non presenta alcuna segnaletica, elemento questo che ostacola in molti casi la fruizione da parte dei turisti.

Sul corso del Sonante è necessaria le realizzazione di una passerella, mentre in alcuni tracciati bisognerà intervenire mettendo in sicurezza i vecchi ponti. Punto di forza di questi itinerari l'unicità dell'ambiente, ricco in ogni stagione d'acqua, con una vegetazione completamente diversa da quella dei rilievi lungo costa, pur a pochi chilometri in linea d'aria.

Una possibile criticità è legata alle proprietà dei luoghi interessati, in un'area estremamente parcellizzata, dove spesso vengono i vecchi tracciati attraversano fondi privati o vi sono stati indebitamente inclusi.

Spostandosi a Nord Est si entra nel territorio montano per eccellenza, dominato dal massiccio del Sirino. Qui la sentieristica assume i caratteri del tipico sentiero di montagna, la quota e l'esposizione richiedono quindi esperienza adeguata a questo tipo di escursionismo. Il punto di partenza e riferimento è il Rifugio Italia, da cui parte il classico itinerario escursionistico che risale il Vallone della Seggiovia fino al Monte Papa per poi scendere la cresta che porta alla Timpa Schiena d'Asino ed alla Madonna della Neve. Da qui è possibile scendere all'Acqua di Grillo ed alla Madonna del Brusco, fino a Lagonegro e verso Lauria.

A fianco di questo itinerario sono presenti itinerari minori con rientro al Rifugio Italia: salita al Monte Papa lungo il Vallone del Lago Laudemio e discesa lungo la Cresta dell'Imperatrice, la salita al Monte Papa dal Rifugio Conserva per la Serra Orticosa, o ancora la salita al Monte Papa per la Valle dei Porcili. Si tratta di itinerari abbastanza frequentati ma quasi privi di segnaletica. Oltre alla posa della segnaletica lungo gli itinerari esistenti è possibile la tracciatura di un nuovo itinerario di discesa verso il Lago Sirino e Nemoli.

Altri itinerari escursionistici sono presenti nel settore sud est del Comune di Lauria al confine con il comune di Castelluccio Superiore, nella zona del Monte La Spina e Serra Rotonda e presentano una frequentazione limitata e necessitano, quindi, di interventi di ripristino per essere resi percorribili o realizzazione di nuovi tratti per chiudere e completare gli anelli escursionistici.

Mountain Bike

Il territorio in esame offre grandi opportunità per il turismo in MTB in tutte le sue forme: ciclo escursionismo, cross-country, enduro o gravity.

Alcuni itinerari, soprattutto nell'area del Monte Sirino e della costa tra Maratea e Trecchina, risultano già noti agli appassionati, locali e di prossimità, ed hanno visto l'organizzazione di manifestazioni e competizioni, come anche attività di accompagnamento.

La quasi totalità degli itinerari descritti nella sezione escursionismo è percorribile anche in Mountain Bike e la non eccessiva pendenza e la larghezza del tracciato rendono quasi sempre possibile la condivisione tra bikers ed escursionisti. Di grande interesse è il possibile collegamento Monte Sirino / Mare Tirreno con uno o più itinerari MTB quasi sempre in discesa o falso-piano, di circa 40 km, attraverso tutti gli ambienti più caratteristici del territorio, già interamente pedalabili, percorribili ai più senza un grande allenamento.

Itinerari di questo tipo sono diventati dei riferimenti internazionali in altre località (vedi traversata Tremalzo/Garda) ed hanno dato vita ad agenzie di shuttle ed accompagnamento dedicate.

E' INOLTRE PRESENTE UNA RETE DI SENTIERI, STRADE STERRATE, INTERPODERALI, SU CUI LAVORARE PER REALIZZARE LA RETE DEGLI ITINERARI MTB DEL SISTEMA TURISTICO VALLE DEL NOCE.

Le aree più interessanti sotto questo aspetto sono:

- *il Monte Coccovello e La Serra con salita dal Passo Colla alla Piana del Lago e la discesa su Acquafredda lungo il Canale degli Zingari - itinerario già percorso di cui si trovano indicazioni sul web, ma che pone problemi di condivisione per la struttura del percorso - ripido e a gradini.*
- *il vallone di Ponte Scala con la salita da Trecchina e discesa su Brefaro;*
- *il Monte San Biagio e la Serra di Castrocucco con la salita da Marina per la Valle dell'Acqua, l'attraversata in quota con salita al Monte San Biagio e discesa a Maratea;*
- *il Monte Coccovello con la possibilità di realizzare un itinerario ad anello*
- *la Serra di Castrocucco con la realizzazione di un itinerario circolare;*
- *Serra Pollino con discesa a Brefaro o attraversata verso Monte Maiorino e discesa verso Ponte Serriaturo o Ponte Carroso, percorsi solo in parte esistenti, in parte da tracciare ex-novo;*
- *Rivello con l'area dei Laghetti Rotale e la Serra Lunga;*

- *Anello Lagonegro/Lago Sirino/Nemoli/Rivello/Lagonegro;*
- *Serra La Spina / Lago Rotonda/ Lago Cogliandrino;*
- *il Monte Sirino con un percorso ad anello perimetrale, un secondo in quota e sotto anelli sia sul versante Lagonegro che Lauria.*

Ciclo- turismo

Un elemento la cui valorizzazione e recupero in chiave ciclo turistica costituirebbero un enorme valore aggiunto per il ST Valle del Noce, come anche per gli ambiti turistici di prossimità, sono le ex Ferrovie Calabro-Lucane: un carta importante sia in chiave turistica sia come asse di mobilità dolce tra i comuni dell'area.

Tra Lagonegro e Lauria, la maggior parte del tracciato risulta già percorribile dalle MTB, dopo una pulizia dalla vegetazione e una puntuale sistemazione del fondo, tuttavia rimangono lavori importanti per rendere percorribili alcune gallerie - dove è necessario provvedere all'illuminazione e alla captazione delle venute d'acqua, oltre che al ripristino dei ponti in ferro tra Pecorone e Lauria Vecchia Stazione.

MTB Gravity

Mentre le altre discipline possono convivere e condividere i medesimi tracciati degli escursionisti, salvo quelli dove la limitata larghezza del tracciato o la presenza di tratti esposti renderebbero pericolosi il passaggio delle MTB, le discipline gravity, per la velocità e le evoluzioni che prevedono, devono essere praticate lungo percorsi riservati dotati di vere e proprie piste. Questi percorsi vanno segnalati e interdetti agli altri utenti.

Gli appassionati del gravity, anche per il peso e la tipologia dei mezzi utilizzati, sono soliti salire in quota con le auto.

Da una decina d'anni si stanno diffondendo i bike park, aree dedicate a questa disciplina con piste di vario impegno, quasi sempre a pagamento e serviti da impianti di risalita, diventate un'interessante opportunità per molte stazioni sciistiche nei periodi di assenza della neve.

Al di fuori delle stazioni sciistiche la risalita è affidata a servizi di bike shuttle. Le aree più utilizzate sono quindi localizzate presso esistenti aree sciistiche o su rilievi a cui si possa accedere con carrozzabili. Uno sviluppo selvaggio ed incontrollato di questa attività, al di fuori delle aree dedicate, è sempre causa di conflitti con gli altri utenti della montagna che vedono messa in pericolo la loro sicurezza a causa della velocità con cui gli appassionati si cimentano, oltre che di degrado del fondo causato dal passaggio delle due ruote ad alta velocità.

D'altronde il gravity è spesso una risorsa turistica interessante, pur esprimendo numeri inferiori alla MTB escursionistica, e politiche di divieto assoluto, oltre che difficilmente applicabili, diventerebbero turisticamente poco proponibili.

TUTTE LE PIÙ IMPORTANTI DESTINAZIONI TURISTICHE BIKE SI STANNO CONFRONTANDO CON QUESTE PROBLEMATICHE. LA POLITICA PIÙ REMUNERATIVA SI STA DIMOSTRANDO L'AFFIANCARE REGOLAMENTI DI UTILIZZO DEI SENTIERI DA PARTE DEI BIKERS - INCLUSI PRECISI E LIMITATI DIVIETI DI PERCORRENZA- ALLA REALIZZAZIONE DI ITINERARI DEDICATI AGLI APPASSIONATI DEL GRAVITY.

Le aree di maggior interesse per lo sviluppo di piste gravity sono:

- *Monte Sirino con il circo glaciale del Lago Laudemio nell'area sciistica*
- *Serra Pollino - area dove è in realizzazione l'attrattore di Trecchina - già prevista una pista dedicata, con possibilità di realizzazione nuove piste sul versante Brefaro.*
- *Serra tra Santa Caterina e Castrocucco nel Comune di Maratea con discesa verso Marina di Maratea*
- *Colle della Salvia/Serra del Tuono, con discesa verso Acquafredda.*

Arrampicata

Nell'area della Valle del Noce è un'attività praticata in modo marginale, anche se sotto l'impulso di appassionati locali le amministrazioni pubbliche hanno finanziato limitati interventi di attrezzatura falesie. Sono tre le aree al momento attrezzate per un totale di una ventina di itinerari:

- *Lauria - falesia sul versante meridionale del rilievo posto immediatamente a nord della vecchia stazione*
- *Trecchina - in località Camporotondo ai piedi del versante settentrionale del Balzorosso*
- *Maratea - sulla falesia che si erge sul piazzale/parcheggio per la statua del Redentore*

Per la falesia della Vecchia Stazione di Lauria ci sono ulteriori possibilità di sviluppo, mentre le altre due non presentano ulteriori opportunità per le difficoltà di messa in sicurezza (Balzorosso) o per la limitata estensione della parete (parcheggio San Biagio).

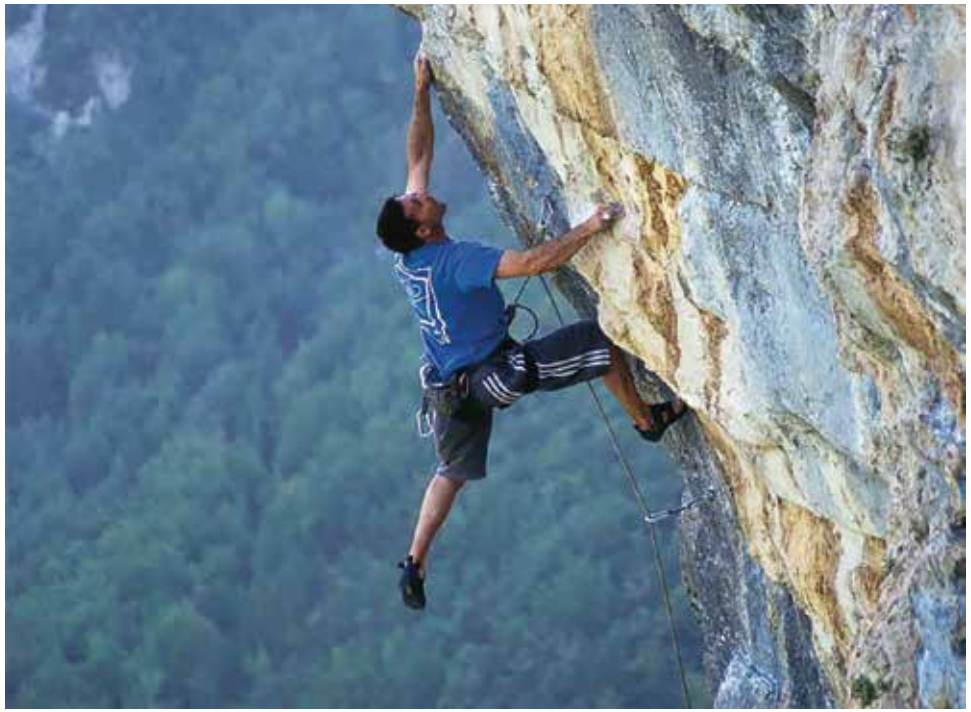
SONO NUMEROSE LE BARRE ROCCIOSE CHE SI PRESTANO AD ESSERE ATTREZZATE. E' LA FASCIA COSTIERA AD OFFRIRE LE MAGGIORI OPPORTUNITÀ CON UN SISTEMA DI FALESIE CALCAREE CHE, ATTREZZATE, POTRANNO DARE VITA AD UN VERO E PROPRIO CLIMBING PARK SULLA SPONDA DEL TIRRENO.

Le grandi pareti rosse che si ergono a nord di Acquafredda, già percorse da qualche via alpinistica, pur localizzate in un contesto unico, non sono state prese in considerazione, per la difficoltà a contenere e ridurre il rischio di caduta massi.

In corrispondenza della Galleria, ora dismessa, nelle vicinanze della torre "Apprezzami l'Asino" possono essere recuperate alcune pareti poste a monte della strada. Il posto è unico dal punto di vista panoramico e la roccia appare, sotto le reti ferma massi, di ottima qualità.

Altre due aree da sviluppare si trovano immediatamente a ridosso dell'abitato di Maratea, l'una riservata alle difficoltà medio/alte, l'altra sembra invece poter offrire invece un terreno ideale per chi è alle prima armi. Per ambedue il valore aggiunto è la possibilità di essere raggiunte con una passeggiata di pochi minuti dal centro di Maratea.

La prima è posizionata sul retro della Chiesa del Rosario lungo la vecchia mulattiera che sale al cimitero. La parete rocciosa è costituita da una barra calcarea ricca di concrezioni, con alcune stalattiti di grandi dimensioni. Al centro si apre una grotta di forma quasi sferica con un diametro di circa venti metri. La grotta potrebbe diventare un terreno d'azione di altissima difficoltà in grado



di richiamare campioni da tutta Europa costituendo così un formidabile elemento di promozione. Sono, d'altronde, da valutare alcuni aspetti legati alla sicurezza.

Il fondo della grotta si presenta ricco di depositi brecciati e terrosi in parte ricalcificati la cui stabilità dovrà essere valutata come anche quella delle enormi stalattiti che scendono dalla volta e che potrebbero in alcuni casi staccarsi sotto il peso degli scalatori. L'apertura della grotta come anche eventuali divieti di arrampicata dovranno essere valutati in fase progettuale con sopralluoghi e verifiche geologiche puntuali. È invece la parete che continua oltre la grotta offre le migliori opportunità di sviluppo, vista la presenza di un muro calcareo in leggero strapiombo ma riccamente concrezionato che offre un terreno di azione perfetto per appassionati di medio livello.

La seconda area è caratterizzata da una serie di pareti e torri in breccia calcarea, localizzate sul pendio nord del Mt San Biagio nelle immediate adiacenze della chiesetta di San Vito.

L'esposizione garantisce ombra per una buona parte della giornata e la rende frequentabile anche nel periodo estivo. L'area versa al momento in stato di abbandono, con vegetazione invasiva, rifiuti e stazzi per animali negli anfratti. Un intervento di pulizia e riapertura dei camminamenti tra i blocchi rocciosi costituirebbe un'opportunità non solo per l'arrampicata ma anche come spazio verde al servizio dell'abitato.

Sul pendio ovest del Monte San Biagio, che scende dirupato verso il mare ed il porto di Maratea, a quota 200/250 si trova una barra rocciosa con ottime possibilità di arrampicata. Anche questa parete è raggiungibile in una quindicina di minuti da Maratea lungo un sentiero che parte dal 1° tornante della strada che sale al Redentore.

La falesia ha una lunghezza di circa 350 metri ed una altezza variabile tra 15 ed i 40 m. Offre la possibilità di attrezzare una cinquantina di itinerari suddivisi in due settori: a sinistra (faccia alla parete) di difficoltà ed altezza contenuta a destra più lunghi ed impegnativi. La presenza della strada sottostante, pur protetta da linee paramassi, rende tuttavia probabilmente molto oneroso il lavoro di disgagio necessario a metterla in sicurezza.

UN'ALTRA AREA DI GRANDE INTERESSE SI TROVA LUNGO LA COSTA TRA LOCALITÀ SAN GIUSEPPE E LA SPIAGGIA DI SANTA TERESA. QUESTA È L'AREA CHE FORSE OFFRE LE MAGGIORI OPPORTUNITÀ SIA IN TERMINI DI ITINERARI DA ATTREZZARE CHE IN TERMINI DI ORGANIZZAZIONE FUNZIONALE DEL TERRITORIO. UNA SERIE DI BARRE ROCCIOSE CON ALTEZZA VARIABILE TRAI 30 ED I 50 M SI ESTENDONO SU UNA LUNGHEZZA COMPLESSIVA DI CIRCA 600 M OFFRENDO LA POSSIBILITÀ DI ATTREZZARE SIA FALESIE PER ARRAMPICATA SPORTIVA CHE AREE MULTIPITCH, IN GRAN PARTE DI DIFFICOLTÀ CONTENUTA.

La Spiaggia di Santa Teresa è un ideale terreno per la pratica del bouldering. Le grotte e i piccoli risalti rocciosi direttamente sulla spiaggia ne fanno un terreno di gioco ideale per gli appassionati di questa disciplina, inclusi i più piccoli, potenzialmente un vero boulder park per le famiglie sportive.

La spiaggia del Macarro e le scogliere circostanti sono un terreno d'azione ideale per gli appassionati di deep water solo, anche per chi è alle prime armi con questa attività.

L'area assume un grande valore nel progetto di destagionalizzazione dell'offerta turistica, tenuto conto della possibilità di soddisfare le richieste di un numero estremamente vario di praticanti su una gran parte dell'anno.

A questo si affiancano la presenza di vaste aree parcheggio al servizio delle spiagge, utilizzate sono nelle stagione estiva.

Nel Comune di Trecchina, lungo la Valle del Noce, subito a monte della Centrale Enel di Castrocucco, all'imbocco della strada che porta alla centrale, si trova una falesia di grande interesse per la comodità di accesso, l'ambiente, la qualità della roccia e il numero di itinerari di limitata difficoltà. La barra ha una lunghezza di circa 150 metri, per una altezza variabile tra 10 e 15 mt, e permette l'attrezzatura di circa 70 linee di arrampicata di difficoltà contenuta, fino al grado 6a. Al piede corre la strada che porta alla Centrale ed alla Frazione di San Sago nel Comune di Tortora, sarà

pertanto necessario intervenire per realizzare uno spazio protetto per lo stazionamento degli arrampicatori. Nell'area tra la strada ed il corso del Noce è possibile ricavare spazi parcheggio. L'area permette lo sviluppo di altre attività sportive connesse al fiume.

Nel Comune di Lauria sono già stati attrezzati alcuni itinerari, su incarico della Amministrazione Comunale, su una falesia sul pendio meridionale della Serra Pastorella, subito a nord della Ex Stazione di Lauria. La barra rocciosa consente l'attrezzatura di nuovi itinerari, mentre altre falesie poste subito più in alto sul pendio offrono nuovi spazi di arrampicata, fino a portare il numero di linee attrezzabili a circa una trentina.

L'attrezzatura di questa falesia si inserisce a pieno titolo in un più ampio piano di valorizzazione dell'area posta tra Lauria e Galdo, con il recupero ad uso ciclo-pedonale delle Ex Ferrovie e della Vecchia Stazione di Lauria.

Sul territorio della Valle del Noce insistono altre pareti rocciose, in particolare nel Comune di Nemoli (località Arenazza) e Lagonegro (San Nicola). Tuttavia queste pareti, per la loro morfologia ed altezza, permettono di tracciare itinerari di alta difficoltà ed in numero limitato tanto che è difficile ipotizzare che questi possano determinare ritorni rilevanti i in termini turistici.

Vie ferrate

Due sono le aree individuate per la realizzazioni di Vie Ferrate nel territorio del **ST Valle del Noce, il Monte San Biagio e la Forra del Caffaro a Lauria**. Si tratta di tracciati che vanno percorsi con idonea attrezzatura di sicurezza, non richiedono grandi capacità tecniche e/o fisiche: potranno così attrarre appassionati esperti in autonomia ma anche stimolare la nascita o il consolidamento di strutture imprenditoriali dedicate con nolo attrezzature ed accompagnamento.

Monte San Biagio

Il Monte San Biagio con la rupe su cui sorge la statua del Cristo Redentore riunisce tutte le caratteristiche di una area vocata ad ospitare uno o più strutture di questa tipologia: raggiungibile in qualche decina di minuti da Maratea, con una lunghezza che non supera i 300 mt, presenta un ambiente senza paragoni a picco sul mare del Golfo di Policastro, a cui si aggiunge la suggestione della cima, la meta, l'obiettivo da raggiungere, la Statua del Redentore.

Si sono individuati due possibili tracciati di diversa difficoltà:

Cresta ovest - la cresta ovest/sud ovest, che dalla sommità scende verso il mare fino al sentiero religioso in corrispondenza delle reti paramassi. E' caratterizzata da balze rocciose verticali e sub verticali. E' già stato presentato un progetto preliminare per accedere a finanziamento nel quadro di un progetto di valorizzazione degli Spazi Naturali del Comune di Maratea.

Cresta nord - La cresta nord dopo alcune balze verticali sale alla sommità con andamento regolare senza difficoltà eccetto qualche breve risalto roccioso, ha una lunghezza di circa 350 m ed un dislivello di 200 m.

Forra del Caffaro

Le vie ferrate non solo hanno abbandonato il loro terreno di nascita ma si sono spesso inserite in contesti più urbani. Sono proprio queste a riscuotere i maggiori successi in termini di affluenza. Per due tra le più frequentate ferrate del Garda Trentino - Colodri e Rio Salaggoni - che si innalzano su pareti rocciose adiacenti all'abitato, si possono stimare a 12.000/15.000 ciascuna i passaggi annuali.

Lauria presenta un caratteristico canyon lungo cui si incanalano le acque del torrente Caffaro dopo essere passate sotto l'abitato. Per la gran parte dell'anno il torrente è in secca per cui non si prospetta interessante la sua discesa stile canyoning, mentre di interesse è l'attrezzatura della forra con una via ferrata. L'accessibilità tutto l'anno, la velocità di accesso unite all'ambiente inusuale ne farebbero un sicuro elemento di attrazione.

Condizione preliminare all'intervento sarà l'intercettazione di alcuni scarichi fognari che attualmente scaricano nel tratto incanalato sotto all'abitato della forra, oltre che la pulizia delle pareti e dell'alveo dai rifiuti che si sono accumulati nel tempo. Il recupero della forra da luogo inutile e privo di valore ad attrattore, permetterà di generare ricadute per il territorio e allo stesso tempo contribuire alla tutela ambientale.

Turismo equestre

Non esistono ippovie strutturate, anche se alcune associazioni già propongono escursioni:

Maratea - Santa Caterina - Ririminni - Valle dell'Acqua - La Secca.

Maratea - Santa Caterina - Brefaro - Serra Capeddera - Madonna del Soccorso - Trecchina

Maratea - Passo Colla - I Pozzi

Maratea - Sovereto - laghetto del Rotale;

Maratea - Lago Sirino - Lago Laudemio - Monte Sirino

Oltre agli interventi volti al recupero di tratti fuori strada per ridurre i passaggi su asfalto, è necessario realizzare punti di sosta lungo gli itinerari più lunghi, come già previsto nel contesto del Parco Tematico che il Comune di Trecchina sta realizzando a Serra Pollino

Attività fluviali

Le attività sportive fluviali trovano le migliori opportunità in due aree del bacino del Noce: tra i comuni di **Lagonegro e Rivello** e tra le **località Fornaci** (Lauria) e **Mancosa** (Trecchina).

Canyoning e river trekking

Nell'ultimo anno **nel Comune di Rivello un'associazione locale ha iniziato a proporre attività di accompagnamento nei Canyon attrezzando la forra dei torrenti Bitonto e Sciorba.**

La prima in particolare è di grande interesse non solo per l'ambiente ma anche per il flusso costante d'acqua che permette la pratica anche nei mesi estivi, come proposta alternativa ad un turismo esclusivamente balneare.

Nella stessa area possono affiancarsi altre attività fluviali, senza imbarcazione, quali river trekking e hydro speed. Queste pratiche ben si adattano al basso corso del Bitonto ed al tratto del Noce tra il Ponte della Ramiera ed il Viadotto Ostuni.

Canoa e rafting

Lungo il tratto del Noce tra il ponte sulla strada Rivello/Lauria e le centrale Enel di Castrocucco è possibile praticare le attività di Canoa e Rafting con eccezione dell'estate ed il primo autunno, quando la limitata portata non lo permette. Tuttavia in alcuni tratti, dove con anche con poco deflusso la profondità è adeguata si possono ipotizzare campi scuola canoa o attività fluviali a carattere locale in particolare in località Fornaci (viadotto bretella) e in località Mancosa nel Comune di Trecchina (centrale Castrocucco).

Volo libero

Maratea grazie alla presenza di rilievi accessibili vista mare ed alla presenza di un gruppo di appassionati locali è diventata negli ultimi anni meta di riferimento per gli appassionati di parapendio ed attività di voli biposto. La vicinanza di aree ad alta densità turistica, come le spiagge, costituiscono un elemento di interesse per lo sviluppo di attività imprenditoriali di volo accompagnato.

Tre sono le aree di maggior interesse:

- *Serra di Santa Caterina e Serra di Castrocucco - atterraggio a Macarro e Castrocucco*
- *Serra Pollino con atterraggio al Brefaro*
- *Colle della Salvia con atterraggio ad Acquafredda.*

Il decollo di Serra Santa Caterina non ha problemi di accesso mentre manca un'area atterraggio, e vengono utilizzate le spiagge al di fuori del periodo estivo.

Il volo dalla Serra di Castrocucco è forse il più interessante sotto il profilo turistico per la presenza di una vasta area di atterraggio vicino a spiagge frequentate. In questo caso è tuttavia necessario realizzare una strada per raggiungere o avvicinarsi all'area di decollo attualmente priva di accessi.

Il volo da Serra Pollino su Brefaro assume interesse nel quadro dell'intervento di valorizzazione dell'area intrapresa dal Comune di Trecchina e dal Comune di Maratea. L'accesso all'area di decollo non pone problemi, sarà da ufficializzare un'area atterraggio in località Brefaro. Il volo dal Colle della Salvia su Acquafredda richiede un intervento di sistemazione della sterrata che sale da Passo Colla.

Attività marine

Kayak, SUP, Diving non richiedono interventi ma la loro valorizzazione va a completare l'offerta outdoor del sistema turistico offrendo un'ulteriore opportunità che contribuisce in modo importante al posizionamento competitivo della Valle del Noce.

Attuale disponibilità di servizi per il turismo outdoor

La Valle del Noce e la Costa di Maratea sono state interessate solo marginalmente ed in modo sporadico dal turismo outdoor, solo di recente hanno iniziato a prefigurarsi possibilità di sviluppo, pertanto è molto limitata la rete esistente di servizi dedicati. Una delle attività che ha avuto maggior sviluppo ed ha forse contribuito maggiormente a fare conoscere il lato outdoor di Maratea anche fuori dai confini regionali è certamente il parapendio.

Un'associazione di Maratea offre assistenza alle scuole di volo che vi si recano per i corsi SIV (Simulazione Inconvenienti di Volo) e voli tandem svolgendo una buona attività e occupandosi di reperire e mantenere decolli e atterraggi, a livello esclusivamente di volontario.

La stessa associazione si occupa di attività accompagnate di escursionismo, mountain bike e kayak di mare. Sono anche attive alcune agenzie viaggi specializzate in proposte outdoor che operano soprattutto nel campo del trekking, canyoning ed arrampicata o escursioni di carattere naturalistico.

A Rivello ha iniziato ad operare nell'estate 2016 un'associazione che propone escursioni canyoning nella forra del Bitonto, oltre ad attività accompagnate in mountain bike. Sono inoltre presenti su tutto il territorio associazioni ciclistiche con sezione mountain bike a Nemoli, Rivello, Lauria, per lo più con carattere sportivo più che turistico.

A Lagonegro ha sede una sezione del Club Alpino Italiano. Nell'area operano cinque associazioni equestri (tre a Lagonegro, una a Maratea ed una a Trecchina) con due maneggi a Maratea, due a Trecchina, ed un galoppatoio a Trecchina. Alcune di queste associazioni svolgono attività di accompagnamento in escursioni equestri soprattutto nell'area di Maratea/Trecchina/Rivello e Lagonegro.

La maggior parte delle associazioni opera con lo scopo di fornire servizi ai propri associati e diffondere i valori dello sport nella comunità locale, non avendo finalità turistiche. Le poche nate con questo scopo, pur mosse da una forte passione e motivazione, quasi sempre non hanno una vera struttura imprenditoriale ed organizzativa ed a volte sono basate sul lavoro di una sola persona. La presenza di queste realtà territoriali testimonia la presenza non solo di praticanti ma anche di un potenziale umano che crede nella risorsa outdoor ed è disposto ad investire il proprio lavoro.

E' questo un aspetto estremamente positivo: la presenza di risorse umane che possano fare tesoro e profittare del piano di sviluppo e degli interventi di valorizzazione è elemento essenziale al successo del progetto. Entusiasmo e voglia di fare sono certamente i punti di forza delle persone che sono state coinvolte durante la fase di analisi.

I punti di debolezza sono invece legati alla discontinuità di presenza, alla poca visibilità del territorio e alla limitata attività promozionale oltre i confini locali; elementi che potranno e dovranno essere superati contestualmente allo sviluppo del progetto. Risultano quasi totalmente assenti i servizi di assistenza e nolo attrezzature, come anche i punti vendita specializzati per lo sport outdoor, se escludiamo le attività nautiche ed altre ad esse collegate nella stagione estiva.

L'assenza di un qualsiasi vissuto determina una conoscenza estremamente limitata di questi sport da parte della maggior parte degli operatori turistici locali e degli stessi addetti ai servizi di informazione turistica. La capacità di attrazione di una destinazione nei confronti dei turisti outdoor si misura in modo importante sulla sua capacità di sapergli accogliere, fornire servizi ed informazioni dedicati e precisi. Questo è un gap che dovrà essere affrontato fin dai primi passi del piano di sviluppo del Turismo Outdoor per la Valle del Noce.

Le strutture ricettive in relazione all'outdoor

Evidentemente il posizionamento delle strutture ricettive rispetto al turismo outdoor risente dei flussi quasi inesistenti finora generati da questo settore, pur a fronte di una generale percezione da parte degli operatori che possa trattarsi di un'opportunità (il 100% degli intervistati lo ritiene una valida opzione per lo sviluppo ed il 98.5% ritiene che si debba intervenire per il suo sviluppo).

Siamo evidentemente di fronte ad una rete di strutture ricettive organizzate attorno al prodotto mare e quindi concentrate per lo più sulla fascia costiera e con apertura in buona parte solo estiva. Una percentuale estremamente limitata offre servizi e strutture dedicate al turista sportivo. Alcune hanno cercato negli ultimi anni di posizionarsi sul mercato dell'outdoor con proposte dedicate e una promozione mirata sul web.

La valutazione che possiamo trarre dalla analisi delle interviste è di un comparto non strutturato per rispondere ai servizi del turista sportivo ma che risulta cosciente delle opportunità, soprattutto in termini di destagionalizzazione e che è disposto a seguire le amministrazioni che investono per svilupparlo ed essere parte attiva di questo progetto, con disponibilità a mettersi in rete in un club di prodotto e partecipare a corsi di formazione.

Altro elemento rilevante evidenziato dai dati di indagine è l'assenza o comunque il numero limitato di campeggi ed agriturismi, tipologie di strutture che godono il favore di una larga fetta di turisti sportivi.

Questa carenza è in parte compensata dal discreto numero di alberghi di fascia media e B&B. Una larga fascia di turisti sportivi cerca sistemazioni alternative all'albergo non tanto per ragioni economiche quanto per la tipologia di organizzazione della giornata e quando lo fa per ragioni economiche destina le risorse all'acquisto di prodotti e servizi, piuttosto che per ospitalità di lusso.

Mobilità ed accessibilità
in relazione al turismo outdoor

A fronte di flussi turistici legati a queste discipline al momento estremamente limitati non esistono problematiche di mobilità interna e parcheggi generati dal turismo outdoor, tuttavia queste sono tra le principali criticità con cui ci si confronta al crescere dei flussi in aree spesso sensibili dal punto di vista ambientale, raggiungibili solo tramite la viabilità minore e prive di aree parcheggio.

Di questi aspetti si deve tenere conto nella scelta dei siti da valorizzare. L'esperienza di altre zone, dove la pressione del turismo outdoor è importante, mostra come i parcheggi di prossimità non siano la soluzione: non riducono il flusso veicolare ed in breve sono saturi, innescando conflitti con i residenti a causa del parcheggio selvaggio, oltre ad andare a detrimento di un ambiente vocato allo sport nella natura.

É possibile orientare da subito lo sviluppo, introducendo regole ma anche servizi che permettano uno sviluppo ordinato ed il meno impattante possibile, orientandoci da subito verso parcheggi di testata ed accesso ai siti ed itinerari di pratica attraverso reti di mobilità dolce, sentieri e piste ciclabili o servizi di trasporto collettivo.

I parcheggi di testata potranno configurarsi come veri e propri hub dell'outdoor dove l'appassionato possa lasciare l'auto in un'area sorvegliata, trovare informazioni, punto noleggio attrezzatura, servizio guide, servizio shuttle e ristoro al rientro.

Tutte le aree del ST Valle del Noce interessate presentano vasti spazi adibiti o da adibire a parcheggio: lungo la fascia costiera, normalmente la più problematica a causa del l'elevata antropizzazione e degli scarsi spazi disponibili, sono presenti vaste aree parcheggio al servizio delle spiagge che, con esclusione di luglio ed agosto risultano sovradimensionate. Nelle aree interne, inoltre, vi è grande disponibilità di terreni spesso incolti dove poter ricavare nuovi spazi e parcheggi. La rete viaria non pone in genere grandi problemi - il turista outdoor è abituato a strade strette ed impervie - eccetto la strada Lagonegro-Sirino che necessita di interventi di ripristino del piano viabile, anche in funzione della fruizione invernale.

La stessa rete viaria minore potrà essere utilizzata, visto il traffico limitato, per la mobilità ciclo-turistica.

Uno dei maggiori fattori di criticità per lo sviluppo del turismo outdoor nella Valle del Noce è invece legato alla sua accessibilità in termini di collegamenti veloci.

Collegamenti stradali

Il corridoio autostradale nord/sud è ormai una bella realtà, tuttavia è forse necessario prevedere una campagna di informazione: nell'immaginario di chi vive al nord la SA-RC è ancora un'avventura a rischio.

Il collegamento autostradale avvicina i bacini di utenza del Centro Italia e Campania, che pur non paragonabili al Nord Italia ed Europa, esprimono nel comparto turismo outdoor numeri interessanti. I soci del Club Alpino Italiano di Abruzzo, Lazio e Campania sono 15.000 lasciando ipotizzare che il numero generale di appassionati degli sport nella natura possa essere di almeno 500/600.000 nelle tre regioni. Una distanza in auto di circa 4/5 ore dalla capitale è compatibile anche con vacanze brevi da spendere al di fuori dei periodi canonici, facendo anche di questi bacini un riferimento per la destagionalizzazione.

Collegamenti ferroviari ed aerei

Sono collegamenti vitali per il coinvolgimento dei mercati del Nord Italia ed Europa, i mercati più interessanti nel comparto del turismo outdoor sia in termini numerici che in funzione della destagionalizzazione.

L'estensione più volte prospettata negli ultimi anni fino a Sapri dell'Alta Velocità con riduzione attorno alle 6 ore del viaggio Milano/Napoli, come anche l'ampliamento in termini geografici e temporali delle destinazioni offerte dal aeroporto di Salerno - Ponte Cagnano faciliterebbero certamente il processo. Tuttavia sono nel breve periodo ipotizzabili soluzioni alternative per sfruttare le opportunità già esistenti con l'Alta Velocità fino a Napoli e lo stesso aeroporto di Capodichino, già collegato con tutte le più importanti città del centro e Nord Europa.

La Valle del Noce è raggiungibile in 5 ore da tutte le più importanti città europee, tempo perfettamente compatibile con il viaggio per una vacanza di più giorni, si tratta quindi di strutturare servizi accessori atti facilitare il viaggio e la mobilità in loco. Questo tipo di servizi sono onerosi e difficili per la singola struttura o attività, ma sarebbero facilmente sostenibili da una rete.

Attrattività culturale e spirituale

Analisi della notorietà delle risorse religiose

Oggigiorno si tende sempre più spesso ad associare il territorio a una marca. Analizzare la notorietà di una destinazione e delle sue risorse è fondamentale per definire oggettivamente il valore attribuito dalla domanda turistica al territorio e ai suoi luoghi, ma anche per sviluppare una strategia di comunicazione adeguata con gli strumenti a disposizione (pubblicità e promozione, pubbliche relazioni, ecc.) e per organizzare al meglio il territorio dando il giusto peso alle risorse.

La presente analisi non vuole focalizzare l'attenzione sulla "Valle del Noce", toponimo oggettivamente non associato al turismo, né su "Maratea" che può vantare una marca riconosciuta a livello internazionale, tuttavia è importante sottolineare che un luogo è per definizione preesistente rispetto alla marca ed è solo attraverso quest'ultima che assume una personalità in grado di emergere, di evolversi nel tempo e migliorare costantemente.

Le singole risorse turistiche che insistono nei comuni della Valle del Noce, pur identificandosi come luoghi di grande valore, racconteranno sempre nell'immaginario dei turisti il senso della destinazione della Basilicata (e di Maratea) beneficiando di un valore aggiunto che eleva ulteriormente la notorietà e il fascino degli stessi. Gestire un luogo attraverso una marca può rivelarsi fondamentale per lo sviluppo dello stesso in quanto grazie ad essa è possibile definirne più facilmente l'identità, il valore aggiunto, l'immagine e la reputazione.

Sviluppare un'analisi della notorietà delle singole risorse è importante per valutare la percezione preesistente della domanda turistica che ha avuto modo di apprezzare o meno un luogo, e per definire una gerarchizzazione del valore delle stesse risorse, al fine di poterle organizzare in termini di circuiti di visita. Maggiore è il livello di notorietà del luogo maggiore sarà l'impatto in termini turistici.

Un itinerario turistico tematico non può prescindere dall'identificare e mettere in luce quelle che sono le risorse trainanti per l'intero circuito di visita. Ad esempio, un turista che soggiorna nella Valle del Noce, ed in particolare nel comune di Rivello, per una motivazione culturale e/o religiosa porrà certamente al centro dell'attenzione il Convento di Sant'Antonio che diventa fulcro dell'itinerario di visita più ampio.

Il censimento di tutte le risorse del territorio dei sei comuni della Valla del Noce, di seguito dettagliato nelle schede per singolo paese, unitamente all'analisi degli elementi paesaggistici, di accessibilità e fruibilità sono stati il punto di partenza sul quale si è basata la classificazione dei luoghi e il monitoraggio del livello di notorietà dell'intero patrimonio.

Gli strumenti adottati per l'analisi sono stati sia quelli più tradizionali, come ad esempio le guide cartacee, ma anche quelli più utilizzati nell'ambito del mondo del web in fase di organizzazione e fruizione della vacanza. **La notorietà è stata monitorata attraverso la verifica della presenza delle risorse all'interno delle principali guide turistiche Lonely Planet e Touring guide d'Italia, e TripAdvisor, il più rinomato portale di recensione di attività e imprese turistiche al mondo.**

Le risorse prevalenti sono state classificate in una graduatoria, in tre fasce, che evidenzia il "peso" che la domanda oggi riconosce a ciascuna di esse, una classifica fatta "con gli occhi del mercato" che definisce il livello di attrattività turistica attuale di ognuna.

Livello di notorietà turistica delle risorse religiose e culturali dei comuni della Valle del Noce

RISORSA	Comune	Valore
Basilica di San Biagio	Maratea	A
Statua del Cristo Redentore	Maratea	A
Chiesa di San Nicola di Bari, IX sec	Lagonegro	B
Chiesa di Santa Maria Maggiore	Maratea	B
Chiesa dell'Annunziata	Maratea	B
Chiesa Madre di San Nicola, IX sec	Rivello	B
Chiesa di S. Maria del Poggio (Maria Vergine del Rosario?)	Rivello	B
Museo Archeologico (nel Monastero)	Rivello	B
Santuario della Madonna del Soccorso, IX sec	Trecchina	B
Chiesa della SS. Trinità	Lagonegro	C
Chiesa del Rosario	Lagonegro	C
Sant. Madonna di Sirino o Madonna della Neve, 1629	Lagonegro	C

segue

RISORSA	Comune	Valore
Chiesa del Crocifisso, già di San Sebastiano	Lagonegro	C
Chiesa di Sant'Anna, 1665	Lagonegro	C
Castello di Lagonegro (Porta e Mura del Borgo Castello)	Lagonegro	C
Convento dei Cappuccini, 1617	Lauria	C
Convento dell'Immacolata, 1507	Lauria	C
Chiesa dell'Addolorata	Maratea	C
Cappelle ai Cappuccini	Maratea	C
Chiesa di San Vito	Maratea	C
Chiesa dell'Immacolata (ipogeo san Pietro)	Maratea	C
Chiesa del Calvario	Maratea	C
Chiesa di Maria SS del Rosario	Maratea	C
Convento dei Cappuccini	Maratea	C
Convento del Rosario (Minori Osservanti)	Maratea	C
Obelisco di San Biagio	Maratea	C
Palazzo De Lieto	Maratea	C
Chiesa di Sant'Anna	Rivello	C
Chiesa di Santa Barbara	Rivello	C
Chiesa dell'Annunziata	Rivello	C
Chiesa di Sant'Antonio	Rivello	C
Monastero di S. Antonio	Rivello	C
Chiesa di San Michele Arcangelo (nel piano)	Trecchina	C

Fonte: elaborazione Ck Associati su dati guide (Touring Club e Lonely Planet) e presenza web (TripAdvisor)

Oggettivamente sono poche e chiare le risorse che hanno già una notorietà riconosciuta, e sulle quali ad oggi la Valle del Noce può fare leva per sviluppare ulteriormente il sistema turistico del territorio. Maratea, con la Basilica di San Biagio e il Cristo Redentore, rappresenta la punta di diamante del territorio in grado di generare una specifica attrazione ed interesse nei confronti dei turisti.

A queste si affiancano, diffuse un po' in tutti gli altri comuni della Valle, una serie di altre risorse religiose e culturali (es. il museo archeologico di Rivello) che possiamo definire "da far scoprire", in quanto già suscitano un notevole intesse ma non hanno ancora un elevato appeal.

Il comune di Nemoli è l'unico a non avere risorse oggi riconosciute dal mercato nell'ambito del segmento religioso/culturale.

Nell'ambito della presente ricerca si è inteso indagare in maniera più specifica sui luoghi di culto andando ad analizzare alcune delle principali guide online e offline a carattere prettamente religioso, al fine di individuare la conoscenza delle risorse della Valle del Noce nei confronti di un target più specifico. Le risorse censite in questa ulteriore analisi sono tutte di seguito elencate, naturalmente sono in numero decisamente inferiore rispetto a quelle rilevate dalla lettura "turistica". Anche in questo caso in tutti i comuni, eccetto Nemoli, è stato individuato almeno un sito segnalato.

Livello di notorietà delle risorse religiose dei comuni della Valle del Noce

RISORSA	Comune	Valore
Basilica di San Biagio	Maratea	A
Santuario Madonna di Sirino o Madonna della Neve, 1629	Lagonegro	B
Convento San Francesco	Lagonegro	B
Santuario dell'Assunta o dell'Armo	Lauria	C
Convento dei Cappuccini	Lauria	C
Cappella Madonna di Fatima	Maratea	C
Santuario Madonna del Sovereto	Rivello	C
Santuario della Madonna del Soccorso, IX sec	Trecchina	C

Fonte: elaborazione CK Associati su dati guide (1001 Monasteri e Santuari in Italia di Giacobelli, Monasteri in Italia di Touring editore) e presenza web (ViaggiSpirituali.it e Santuari.it)

Confrontando l'elenco con il precedente troviamo siti che non erano presenti come il Santuario dell'Assunta di Lauria, e la Cappella della Madonna di Fatima di Maratea.

Nella suddetta analisi continuano a mancare importanti siti come ad esempio le due chiese Maggiori di Lauria (San Nicola e San Giacomo), ad influire certamente il comune di appartenenza che tra tutti quelli della Valle del Noce oggi è senza dubbio quello a minor vocazione turistica di carattere culturale/religioso.

Altro dato che si evince, sempre in relazione al comune di Lauria, è la mancanza di ogni riferimento al Beato Lentini. Questo sottolinea che il culto del Venerabile è riconosciuto oggi sostanzialmente dalla sola comunità locale non essendo segnalato come sito di interesse in nessuna fonte analizzata.

Risorse esistenti
turismo religioso

Il Comune
di Lagonegro

Il comune sorge nel territorio della Valle del Noce nella parte sud-occidentale della provincia al confine con la parte meridionale della provincia di Salerno; vicini e ben collegati al paese sono anche i comuni della Campania e della Calabria del Golfo di Policastro sul Mar Tirreno, così come la perla del Tirreno lucana, Maratea. Nel suo territorio si trova il monte Sirino; la posizione geografica di Lagonegro è a metà strada tra il mare e le montagne, si tratta di una posizione particolarmente favorevole, che consente agli abitanti temperature quasi sempre miti.

Le origini della cittadina sono controverse, ma la teoria più accreditata fa derivare il borgo da un insediamento romano denominato Vicus Mendicoleius; pare addirittura che appena fuori del borgo vi sia una piccola chiesetta (detta del Rosario) sorta su un tempio pagano dedicato a Giunone. Nell'VIII secolo pare avvenne l'insediamento di monaci Basiliani di origini bizantine o bulgare sulla rupe del castello. Forse la chiesa di San Nicola che svetta sul borgo, risalente al IX-X secolo, è opera conseguente allo stabilirsi di questi predicatori. All'incirca in tale periodo il borgo è citato col suo attuale nome che pare derivi dalle scure acque di un lago appenninico situato nei dintorni e poi scomparso. Il borgo viene circondato nel IX-X secolo da mura e torri di cui ancora restano visibili incantevoli tracce. Di queste opere è molto suggestiva la porta di ingresso al borgo denominata "Porta di Ferro" la cui parte in pietra è stata rifatta nel 1552. Al di sopra della porta c'è lo stemma

della città post-feudale: San Michele Arcangelo che uccide il drago. A partire dal 968, i suoi territori costituirono una delle turme del thema di Lucania. Nel periodo medievale, la cosiddetta "terra" di Lagonegro fece parte della Contea di Lauria. Passò successivamente nel 1463 a Vinceslao Sanseverino, dodicesimo conte di Lauria. Non avendo figli maschi ammogliò sua figlia Luisia con Barnaba Sanseverino, fratello di Roberto principe di Salerno, dandole in dote il suffeudo di Lauria consistente in Lauria, Ursomarso, Layno, Castelluccio, Trecchina e cedette le sue regioni sopra Torturella, Cuccaro, Lagoniro, Rocca, Policastro, Rivello, Scalea e Bervicaro. L'11 agosto del 1498 il re Federico donò Lagonegro a Gaspare Saragusio, devoluta per ribellione di Guglielmo Sanseverino, la di cui figlia Giovanna la vendé poi a Vincenzo Caraffa. Nel 1548 il Caraffa la vendé a Giacomo Cossa col patto di retrovenderla. Nel 1550 il Vincenzo Caraffa cedette il dritto di ricomprarla per ducati 5000 a Luigi Caraffa, il quale la acquistò poi per ducati 20.000. I cittadini però nel 1559 la ricomprarono, divenendo così città demaniale.

Nel 1976 Lagonegro fu elevata a concattedrale della diocesi di Tursi-Lagonegro, che comprende tutta la fascia di territorio dal Tirreno allo Jonio. La forte tradizione che lega la cultura lagonegrese a quella cattolica è testimoniata dalle innumerevoli celebrazioni che si svolgono nel corso dell'anno.

Di particolare importanza è l'orografia e al suo studio si è dedicato nelle sue ricerche il lagonegrese Giuseppe De Lorenzo, scienziato, filoso e poeta. Personalità di spicco per la comunità lagonegrese, studioso che aveva coniugato scienze naturali, geologia e la sua grande passione per la letteratura. Dalla mente poliedrica, considerato un vero genio del 900' per l'Italia e per l'Europa tanto che la sua fama ebbe una eco fino al Giappone. La Società Geologica Italiana ne celebra le gesta letterarie, filosofiche e scientifiche attraverso convegni e seminari di studio. De Lorenzo, alla sola età di 21 anni, compì un esordio scientifico di grande efficacia letteraria componendo un lavoro sulla regione compresa fra il Vallo di Diano e il massiccio del Pollino. Prima di scrivere qualsiasi pubblicazione o articolo scientifico era solito entrare in diretto contatto con la materia presa in analisi, esplorando i luoghi ai quali sceglieva di dedicare la sua attenzione e approfondendo il più possibile una conoscenza diretta con questi. Uomo d'immensa cultura visse la sua intera esistenza mosso dalla sete di conoscenza e dalla voglia di assorbire e apprendere da viaggi ed esperienze quanti più insegnamenti potesse. A testimoniare il suo fondamentale contributo e il suo operato d'inestimabile valore sono rimasti i numerosissimi saggi da lui scritti a disposizione di chi voglia conoscere questa grande personalità entrata nella storia e nell'orgoglio del territorio a livello internazionale.

Lagonegro, tra tutti i comuni della Valle del Noce, probabilmente è il paese che nasconde ancora oggi il numero maggiore di risorse storico/religiose che meritano di essere messe in luce. La domanda turistica, seppur presente sul territorio in maniera occasionale con modalità escursionistiche, ha già "scoperto" numerose risorse che hanno trovato un certo posizionamento/interesse e sono quindi in grado di suscitare una visita.

Le guide turistiche analizzate, sia le più tradizionali come Touring Club Italia e Lonely Planet che TripAdvisor, soffermano la loro attenzione in particolare sulla chiesa di San Nicola e sul nucleo medievale. E' un invito alla scoperta del Castello, caratterizzato dalle vie ad andamento elicoidale con ripide scale e stretti passaggi di collegamento, custode della chiesa principale della città ricca

Mappatura delle principali risorse religiose	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Santuario Madonna di Sirino o Madonna della Neve	X	
Chiesa di San Nicola di Bari	X	
Chiesa della SS. Trinità	X	
Chiesa del Rosario	X	
Chiesa del Crocifisso, già di San Sebastiano	X	
Chiesa di Sant'Anna	X	
Convento San Francesco	X	
Convento e Chiesa Santa Maria degli Angeli		X
Chiesa della Candelora		X
Chiesa di San Leonardo		X
Chiesa Madonna delle Grazie (e vicino Seggio)		X
Chiesa Madonna dei SS Martiri		X
Chiesa del Purgatorio		X
Chiesa Assunta	minore	
Chiesa del Carmine	minore	
Chiesetta di San Biagio (loc. Molara)	minore	
Laura di Santa Venere (con affresco San Michele Arcangelo)	minore	
Chiesa di San Girolamo	minore	
Cappella della Madonna del Brusco	minore	
Chiesa di San Tommaso	minore	
Grotta del Venerabile Molinari	minore	

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

di storia ed opere d'arte. Segnalate di interesse la chiesa del Rosario e numerose altre chiese del "piano" in cui è possibile ammirare numerose opere d'arte.

Il **Santuario della Madonna del Sirino,** al centro dell'attenzione della comunità di Lagonegro, è indicato nelle principali guide cartacee e online che si occupano di evidenziare i più importanti luoghi della fede presenti sul territorio italiano. Altro sito di interesse è il **Convento di San Francesco**. Si riporta di seguito l'elenco puntuale delle risorse religiose e culturali e i principali eventi della tradizione locale presenti nel comune di Lagonegro. Le principali risorse, che si contraddistinguone per una rilevanza turistica attuale (ovvero note alla domanda) o potenziale (riconosciute all'interno e non ancora dalla domanda) sono state approfondite con una sintesi descrittiva del sito, degli elementi di appeal e della fruizione turistica. Tali informazioni non sono riportate nel presente elaborato ma verrano utilizzate nello sviluppo degli strumenti di comunicazione previsti dal progetto.

Mappatura delle principali risorse culturali e storiche	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Castello di Lagonegro (Porta e Mura del Borgo Castello) *	X	
Museo Monna Lisa	minore	

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali festività e manifestazioni religiose e storiche	data
Madonna della Neve	Terza domenica di giugno e terza domenica di settembre
Festività di San Nicola di Bari protettore della città	Terza domenica di maggio
Festività della Madonna del Carmine	Prima domenica successiva al 16 luglio
Festività dell'Assunta	15 agosto
Festività della Madonna degli Angeli	8 settembre

Il Comune di Lauria

Il comune di Lauria si estende in un ampio territorio, dalla Valle del Noce alla Valle del Sinni. La grande valenza naturalistica e paesaggistica è testimoniata dal fatto che parte di esso è compreso nel Parco Nazionale dell'Appennino Lucano (con il Massiccio del Sirino) e parte nel Parco Nazionale del Pollino (con il Monte La Spina e Monte Zaccara). Il centro urbano di impianto tipicamente medioevale si suddivide in due rioni: Lauria Superiore (Castello) e Lauria Inferiore (Borgo).

Nelle fonti scritte, l'antico nome Uria compare per la prima volta in un documento redatto intorno al 1079 dall'Arcivescovo di Salerno, Alfano. Secondo fonti leggendarie la fondazione risalirebbe intorno al 400 ad una colonia greco-cretese, fatto però mai certificato. Molto ampio lo spettro di possibilità riguardo le origini del nome: una delle più accreditate fu fornita dal canonico Nicola Curzio, che collega il nome alla presenza di molte piante di Lauro poste nella zona dove poi sorgerà il castello Ruggero; alcuni ipotizzano che l'etimologia del nome derivi dal contenitore per l'olio chiamato "laurion" dai bizantini. Nella documentazione scritta ritroviamo Lauria già nel Medioevo e secondo studiosi accreditati il centro abitato sorse intorno al X secolo intorno ad una laura basiliana; dal XII secolo fu sede di un feudo in cui fiorirono artigianato e commercio e rappresentava al tempo il centro politico ed economico della Valle del Noce. La prima fonte scritta di questa antica città fa riferimento all'XI secolo e precisamente a una laura di monaci basiliani proprio sul colle Armo. La posizione geografica può essere considerata strategica: in una zona a confine tra Campania e Calabria, che ha sempre consentito flussi e scambi commerciali e migratori.

Secondo quanto attestato dalle fonti storiche, fu Contea e sede vescovile de facto nell'epoca medievale. La città subì una violenta battuta d'arresto in seguito ad un rovinoso evento passato alla storia con il nome "massacro di Lauria" nel 1806 che rese la cittadina sede di un'ostinata resistenza borbonica contro

l'avanzata napoleonica. Le conseguenze di questo evento nefasto furono diverse, ma quelle più significative furono: la perdita dell'intero archivio cittadino, andato bruciato, e il trasferimento di tutti i presidi statali presso i centri limitrofi.

Molto forte la tradizione religiosa e di fede cristiana che si esprime nelle due parrocchie principali speculari ai due rioni: **S. Nicola di Bari** patrono di quello superiore (9 maggio), **S. Giacomo apostolo Maggiore** patrono di quello inferiore (25 luglio). La figura di riferimento per l'intero comune, che unisce i due rioni, è quella del **venerabile Domenico Lentini**: umile sacerdote animato da una fede fervente e di cui le fonti raccontano, artefice di continui atti di carità e misericordia verso gli infermi, i bisognosi e i bambini; nato e vissuto in uno dei quartieri più antichi della città, **il Caffaro**, orgoglio della comunità lauriota che gli ha conferito l'appellativo di "Servo di Dio", venne beatificato a Roma alla solenne presenza del Santo Padre Giovanni Paolo II, evento che ha determinato un incremento del culto attorno alla sua figura e di conseguenza intorno al volto religioso di Lauria. Le salde tradizioni religiose e la suddivisione del paese in molte contrade tutte molto popolose ha portato alla venerazione di molte figure oltre a quella del Lentini: oltre ai Santi Patroni dei due rioni, notevole è il culto per S. Antonio (13 giugno) a cui è dedicato il convento dei Cappuccini tutt'oggi attivo e abitato dall'ordine; la Madonna del Carmine nella contrada di Seluci; S. Rocco, a devozione del quale sono dedicate una cappella e una piazza nel rione inferiore. Molto caratteristica la tradizionale festa del 15 agosto in onore della Madonna Assunta, sul colle Armo nei pressi del santuario dedicato all'Assunta stessa e nei pressi del castello Ruggero; quasi tutte le festività sono strettamente collegate a sagre enogastronomiche, la cui tradizione è molto radicata.

Il patrimonio artistico e culturale è costituito principalmente dai luoghi della fede, contenitori di bellezze e di elementi artistici di pregio, le origini sono antichissime. Tra l'XI e il XII secolo la valle del Noce, e soprattutto la val Mercure, saranno protagoniste di una grande fioritura culturale grazie all'incremento della presenza dei monaci greco-bizantini; infatti, dove oggi sorge il Santuario dell'Assunta, era situata una laura greca. Non si hanno molte notizie a causa dell'incendio che bruciò l'archivio comunale e disperse dunque documenti e testimonianze importanti, ma le ricostruzioni storiche accreditate affermano che Lauria fu interessata da influssi Normanni, come nel caso della famiglia dei San Severino sotto la quale Lauria, da Feudo di loro proprietà, afferma fortemente il culto di S. Giacomo e nello stesso periodo (metà del 400) avviene l'ampliamento e l'imponente abbellimento della Chiesa dedicata al Santo, sita nel rione inferiore. Figura determinante per la storia lauriota fu certamente il Cardinal Brancato a cui rimase sempre molto legato e in seguito alla sua elezione la comunità godette di diversi privilegi: il convento dei Padri Cappuccini vede il suo ampliamento oltre che il completamento dei lavori per il palazzo vescovile. Certamente Lauria s'impose sempre come centro nevralgico di attività economiche religiose e sociopolitiche che ne garantirono sempre un flusso di scambio anche culturale e una grande apertura verso l'esterno, oltre a mantenere sempre una posizione di preminenza rispetto agli altri comuni limitrofi che da sempre la considerano punto di riferimento anche per il culto cristiano religioso ancora oggi molto vivo.

Andando ad approfondire i dati relativi alla notorietà turistica analizzata nel capitolo precedente, emerge in maniera evidente che oggi sono davvero poche le risorse del territorio di Lauria che hanno trovato un posizionamento nei confronti della domanda turistica (religiosa e non) e sono quindi in grado di suscitare una visita.

La guida del Touring Club Italia dettaglia le principali risorse del comune mettendo in evidenza in particolare i due conventi, quello dei Cappuccini e quello dell'Immacolata, descrivendo le strutture e gli elementi di interesse. Il turista viene invitato alla visita anche del Castello (Lauria Superiore), con la Chiesa di san Nicola e il santuario dell'Assunta, e del Borgo (Lauria Inferiore) per la chiesa di San Giacomo Maggiore. Nessun riferimento viene fatto al Beato Lentini, ai luoghi presenti sul territorio e al culto praticato.

Il Santuario dell'Assunta (o dell'Armo) è indicato nelle principali guide online che si occupano di evidenziare i più importanti luoghi della fede presenti sul territorio italiano.

Si riporta di seguito l'elenco puntuale delle risorse religiose, culturali e principali eventi della tradizione locale presenti nel comune di Lauria. Le principali risorse, che si contraddistinguone per una rilevanza turistica attuale (ovvero note alla domanda) o potenziale (riconosciute all'interno e non ancora dalla domanda) sono state approfondite con una sintesi descrittiva del sito, degli elementi di appeal e della fruizione turistica. Tali informazioni non sono riportate nel presente elaborato ma verrano utilizzate nello sviluppo degli strumenti di comunicazione previsti dal progetto.

Mappatura delle principali risorse religiose	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Santuario della Madonna Assunta	X	
Convento dei frati Cappuccini osservanti minori di S. Antonio	X	
Convento dell'Immacolata Concezione	X	
Chiesa di S. Nicola di Bari		X
Chiesa di S. Giacomo Maggiore		X
Casetta Museo del Beato Domenico Lentini		X
Cappella di S. Veneranda		X
Cappella S. Biagio		X
Cappella S. Ferdinando		X
Chiesa di Santa Lucia	minore	
Chiesa di S. Antonio	minore	
Chiesa dell'Assunta	minore	
Chiesa del Divin Redentore	minore	
Chiesa S. Filomena	minore	
Chiesa Madonna Addolorata	minore	
Chiesa S. Lucia	minore	
Cappellina S. Antonio	minore	
Cappellina della Pastorella	minore	
Chiesa del Beato Lentini	minore	
Chiesa di S. Elia	minore	

Mappatura delle principali risorse culturali e storiche	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Castello Ruggero (ruderi)*		X
Palazzo Marangoni		X
Palazzo Tedeschi*	minore	
Palazzo Pisani*	non rilevante	
Sala Cardinal Brancati	non rilevante	

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali festività e manifestazioni religiose e storiche	data
Festa del Beato Domenico Lentini	25 febbraio
Festa patronale di S. Nicola Festa	9 maggio
Festa di S. Antonio	13 giugno
Cammino di S. Giacomo (piccolo cammino il 10 luglio)	17 luglio
Festa patronale di S. Giacomo	25 luglio
Il pane del Lentini	5-6 agosto
La Battaglia di Lauria	mese di agosto
Festa dell'Ammiraglio	mese di agosto
Festa Madonna dell'Assunta	15 agosto
Festa di S. Rocco	mese di settembre
Anniversario Bombardamento di Lauria	7 settembre

Il Comune di Maratea

Maratea, comune in provincia di Potenza, è l'unico sbocco della Basilicata sul Tirreno. Affacciata sul Golfo di Policastro, presenta un paesaggio costiero tipicamente mediterraneo. La sua costa, incuneata tra la Campania a nord e la Calabria a sud, è alta e frastagliata, fregiata da cale, scogli, grotte, insenature, spiagge e promontori ricoperti da una rigogliosa vegetazione. Proprio grazie al paesaggio suggestivo e alla posizione panoramica, sorgendo in uno dei tratti più caratteristici del Golfo, risulta una delle mete turistiche più frequentate della regione ed è conosciuta anche come "Perla del Tirreno".

L'entroterra è caratterizzato principalmente da alture e il territorio, spesso per conformazione orografica molto contrastante, appare costellato da numerosissimi agglomerati urbani. Lungo il litorale sono ubicate le frazioni come: Acquafredda, che ospita l'ottocentesca Villa Nitti, residenza estiva dell'illustre statista lucano Francesco Saverio Nitti, da questi acquistata e ristrutturata all'inizio degli anni '20; Fiumicello, frazione che ha segnato negli anni '50 del Novecento la nascita del turismo marateota. Qui il Conte Stefano Rivetti impiantò uno stabilimento tessile e promosse la costruzione del prestigioso Hotel Santavenere, il primo cinque stelle del Sud Italia e ancora oggi rinomata struttura alberghiera di fama internazionale.

Il Porto, che nel corso dei secoli ha avuto più il carattere di borgo marinaro, assumendo la conformazione di vero e proprio porto negli anni '60 con la costruzione dei pontili e delle banchine, in passato è stato il centro delle attività commerciali di Maratea e oggi, con la sua rotonda affacciata sul mare, la piccola Chiesa di S. Maria di Portosalvo e il caratteristico agglomerato di case attraversato da scalinate e suggestivi vicoletti, si configura come uno dei luoghi più affascinanti di Maratea; Castrocucco, all'estremo sud della costa marateota, al confine con la Calabria, un tempo sede dell'unico feudo esistente a Maratea, come rivela il diruto castello sulla cima del monte; all'interno, ad est del Monte s. Biagio, su cui dominano i resti dell'antica Maratea, sono situate le frazioni montane ad economia prevalentemente agricolo-pastorale di Massa, Brefaro e S. Caterina, mentre, sul lato sud della vallata, è collocato il Centro Storico. Numerose e caratteristiche le spiagge costiere, di fronte ad una delle quali emerge l'Isola di Santo Janni, la quale, presa in esame durante una campagna di ricerca condotta a partire dagli anni ottanta dalla Soprintendenza archeologica, ha permesso di individuare un consistente giacimento di ancore ed anfore proprio sui fondali circostanti avvalorando l'ipotesi, tramite testimonianze di epoca romana, di un'assidua frequentazione del luogo, che offriva sicuri approdi nonché una sorta di stazione di rifornimento di generi alimentari e d'acqua, da parte delle imbarcazioni provenienti da Oriente.

La storia di Maratea ha origini antichissime che affondano le proprie radici nella remota epoca preistorica. Sono infatti state rilevate sul territorio, in particolare nelle grotte adiacenti la spiaggia di Fiumicello, tracce di insediamenti umani risalenti ad oltre 40.000 anni fa. I reperti individuati in Località Timpa, una collina a ridosso del Porto di Maratea, risalirebbero invece al 1500 a. C. circa. Sull'etimologia del toponimo "Maratea" sussistono varie ipotesi.

Da thea-maris ("dea del mare"), corrotto addirittura in dea maris, che giustifica la settecentesca dizione di "Maradea", si arriva alla versione Mar-ar-Ethea, il cui significato è "Città dei Grandi Etei", popolo che, stabilitosi inizialmente sulle rive del Mar Nero, si spostò più tardi verso le regioni occidentali, e presumibilmente anche sul territorio dell'attuale Maratea. L'etimologia più accreditata è tuttavia quella proposta dal Racioppi e poi confermata dal grande glottologo tedesco Gerhard Rohlfs: Marath-ia, "la finocchiaia" cioè "Terra di finocchi". L'attuale stemma di Maratea è in campo azzurro e raffigura tre torri emergenti dalle acque con un'aquila bicipite sulla mediana.

L'aquila, simbolo regale, sta ad indicare il particolare status di "Città regia", cioè appartenente direttamente al Regio Demanio. Le tre torri raffigurate sullo stemma sono quelle ubicate nel borgo. In realtà solo di due si ha una prova certa, poiché ancora visibili: una si trova nella parte inferiore del Centro Storico, mentre l'altra è stata inglobata nella Chiesa Madre, di cui costituisce il coro. L'eventuale terza viene solitamente identificata con casa Passeri, antistante all'attuale Piazza Buraglia, a metà strada tra le altre due.

Il patrimonio artistico e culturale del comune di Maratea è decisamente vasto e di origini antichissime, composto principalmente di monumenti sacri, luoghi della fede, cappelle, monasteri, costruiti in epoche e stili diversi, tanto da essere detta anche **"Città delle 44 chiese"**. Grande orgoglio oltre che simbolo della città è certamente la **Statua del Cristo Redentore** opera dello scultore Bruno Innocenzi innalzata nel 1965 per volontà del conte Rivetti sulla sommità del monte S. Biagio. Alta 21 metri, tra le più alte del mondo, la statua del Cristo ha un'apertura delle braccia di 19 metri e un volto che ne misura 3m, che proprio per la sua particolare configurazione dà l'impressione che la statua, contrariamente alla realtà, sia rivolta verso il mare. Il luogo dove la statua si erge è quello del santuario di S. Biagio, patrono dalla comunità intorno al quale si è radicato un culto vividissimo. Qui si spalanca una belvedere panoramico che si affaccia su una vista del mare mozzafiato.

Il comune di Maratea, sicuramente trascinato dalla sua notorietà destinazione turistica balneare, può vantare sul territorio la presenza di numerose risorse che già oggi hanno trovato un posizionamento nei confronti della domanda turistica (religiosa e non) e sono quindi in grado di suscitare una visita.

Le guide turistiche analizzate, sia le più tradizionali come Touring Club Italia e Lonely Planet che TripAdvisor, oltre agli approfondimenti sulle risorse naturalistiche e paesaggistiche dell'area, dettagliano in maniera articolata le numerose risorse mettendo ben in evidenza l'esperienza religiosa e culturale che è possibile godere nel territorio di Maratea. La Statua del Cristo Redentore e la Basilica di San Biagio sono indicati quali principali siti di interesse ma più in generale l'accento è posto sulle numerose chiese presenti nel territorio (ricordiamo che Maratea è definita "Città delle 44 chiese") invitando il turista a scoprire il borgo, ma anche le diverse frazioni. Tra i diversi edifici storici viene segnalato in particolare Palazzo De Lieto con un riferimento, seppur marginale, alla mostra subacquea permanente presente al suo interno.

La Basilica di San Biagio, oltre alla visibilità "turistica", rappresenta anche il principale luogo di culto di Maratea e uno dei più importanti della Valle del Noce, le guide (online e cartacee) che raccolgono i più importanti luoghi della fede presenti sul territorio italiano segnalano il sito tra le mete nazionali da visitare.

Si riporta di seguito l'elenco puntuale delle risorse religiose, culturali e i principali eventi della tradizione locale presenti nel comune di Maratea. Le principali risorse, che si contraddistinguone per una rilevanza turistica attuale (ovvero note alla domanda) o potenziale (riconosciute all'interno e non ancora dalla domanda) sono state approfondite con una sintesi descrittiva del sito, degli elementi di appeal e della fruizione turistica. Tali informazioni non sono riportate nel presente elaborato ma verrano utilizzate nello sviluppo degli strumenti di comunicazione previsti dal progetto.

Mappatura delle principali risorse religiose	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Basilica di San Biagio	X	
Chiesa di Santa Maria Maggiore*	X	
Chiesa dell'Annunziata	X	
Chiesa dell'Addolorata	X	
Cappelle dei Cappuccini	X	
Chiesa di San Vito	X	
Chiesa dell'Immacolata (ipogeo san Pietro)	X	
Chiesa del Calvario	X	

segue

Convento e Chiesa di S. Antonio da Padova (Cappuccini)*	X	
Convento e Chiesa di Maria SS del Rosario (Min. Osservanti)	X	
Cappella Madonna di Fatima	X	
Madonna degli Ulivi o Madonna della Neve		X
Chiesa di Sant'Anna		X
Chiesa dell'Immacolata (Acquafredda)		X
Cappella della Cona		X
Cappella di San Francesco de' Poverelli		X
Cappella della Madonna delle Grazie		X
Chiesa di Santa Caterina	minore	
Chiesa dell'Addolorata (Cersuta)	minore	
Chiesa del Gesù	minore	
Cappella della Madonna delle Grazie	minore	
Cappella di San Giuseppe	minore	
Chiesa di Santa Maria di Porto Salvo	minore	
Cappella di Santo Janni	minore	
Chiesa di San Giuseppe	minore	
Chiesa di Santa Teresa	minore	
Cappella di San Pasquale alla Secca	minore	
Cappella di San Gerardo	minore	
Chiesa dell'Immacolata (Castrocucco)	minore	
Cappella di San Paolo	minore	
Cappella di San Giovanni	minore	
Cappella di Santa Barbara	minore	

segue

Chiesa di San Francesco	minore
Cappella di Santa Lucia	minore
Chiesa di Santa Caterina	minore
Chiesa della Madonna del Carmine	minore
Chiesa della Madonna della Mercede	minore
Convento di San Francesco	minore

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali risorse culturali e storiche	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Statua del Cristo Redentore	X	
Palazzo De Lieto*	X	
Obelisco di San Biagio	X	
Museo Archeologia Subacquea		X
Grotta di San Michele o dell'Angelo		X
Grotta di Zu Ianco		X
Villa Nitti*		X
Palazzo Marini d'Armenia*	minore	
Palazzo Picone*	minore	
Palazzo Baronale*	minore	
Palazzo Calderano*	minore	
Mulini e canalizzazioni antiche (recuperati) *	minore	
Parco Culturale Villa Tarantini	minore	
Castello di Castrocucco*	minore	
Torre di Acquafredda*	minore	

segue

Torre Apprezzami l'Asino*	minore
Torre Santavenere*	minore
Torre di Filocaio*	minore
Torre Caina*	minore
Torre del Crivo*	minore

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali festività e manifestazioni religiose e storiche	data
Festa Patronale di San Biagio	dal primo sabato di maggio alla seconda domenica del mese
Festa di Porto Salvo	Mese di giugno
Festa della Madonna del Carmine	17/18 luglio
Festa della Madonna delle Grazie	24 luglio
Festa Madonna della Neve	Mese di Agosto
Festa Madonna dell'Addolorata	13 settembre
Festa Madonna del Rosario	3 ottobre

Il Comune di Nemoli

Nemoli si trova nella zona più a sud della provincia di Potenza e il suo territorio è posizionato al centro della valle del Noce. Verso nord, nei pressi della vecchia stazione di Nemoli, si trova il lago Sirino. Inoltre Nemoli è circondata dai monti dell'Appennino Lucano: Serra Rotonda, Serra Lunga, il monte Coccovello, il Roccazzo e il monte Sirino. Le prime tracce di insediamenti umani sul territorio di Nemoli risalgono al V secolo a.C., come testimoniano alcune statuine di bronzo ritrovate sul territorio, rappresentanti guerrieri e animali, che fanno pensare alla passata esistenza di una stipe votiva e all'esistenza di una città di origine fenicia chiamata Irie, i cui abitanti veneravano una divinità maschile.

Il primo nucleo abitativo certamente risale ai primi secoli dello scorso millennio. Durante il Medioevo Nemoli, allora chiamata Bosco, dipese dapprima dalla città di Lauria, poi venne accorpata al territorio di Rivello, di cui costituiva uno dei tre casali insieme a San Costantino e Rotale.

Nel 1650 vi si stabilì un folto gruppo di Valdesi, scacciati della vicina Calabria, che incrementò notevolmente la popolazione. Durante il breve governo della Repubblica Partenopea del 1799, divenne comune col nome de La Serra, rientrando, nell'ordinamento amministrativo a livello più strettamente locale, del cantone di Lauria.

Nel 1806, si cominciò a costruire la strada consolare detta delle Calabrie: questa, che attraversava Bosco, portò benessere economico ed incremento demografico. In questo periodo numerosi erano

gli opifici quali ferriere, ramiere e mulini. Inoltre, Bosco divenne luogo di ristoro per i carrettieri che vi transitavano. A partire dal 1824, vi furono numerose petizioni e esposti, inoltrati alle autorità competenti e al ministro e segretario di stato degli affari interni, che rivendicavano l'autonomia e la costituzione di un comune autonomo e indipendente da Rivello, ma tutte ebbero risposta negativa, in parte dovuto al fatto che gli abitanti di Bosco e di Rivello costituivano un'unica e sola parrocchia.

Al paese venne imposto il cambio del nome, da Bosco a Nemoli, con apposito decreto borbonico. Il 6 giugno 1833 la richiesta di indipendenza fu espressa formalmente a Napoli, chiedendo anche di cambiare il nome del casale per non confonderlo con l'ormai distrutto Bosco del Cilento; tra le possibili alternative per il nome vi era anche quella di Nemoli (dal latino Nemus Olim, ossia una volta Bosco).

Col decreto dell'8 dicembre 1833 Ferdinando di Borbone concesse a Bosco il diritto di costituirsi autonomamente come comune e rendersi finalmente indipendente da Rivello, col nome di Nemoli, a partire dal 1º gennaio 1834.

Solo un secolo più tardi, dopo che la commissione degli affari ecclesiastici aveva sottoposto al re il bisogno di avere una parrocchia separata, e a seguito delle disposizioni vescovili per eliminare le tensioni tra i due abitati, gli abitanti di Nemoli ottennero finalmente, l'11 ottobre 1938, una propria parrocchia con l'erezione della Chiesa di S. Maria delle Grazie.

A caratterizzare il patrimonio artistico e culturale di Nemoli sono i portali in pietra realizzati da scalpellini locali impreziositi da stemmi presenti all'ingresso degli edifici storici sparsi per le caratteristiche "strettole" del paese. Anche le fontane sono numerose e sono state scolpite da maestri locali della pietra. Il patrimonio artistico si identifica con due chiese principali, **Chiesa S. Maria delle Grazie e la Chiesa del Lago Sirino**, e con **Palazzo Filizzola** al centro di un progetto che vede l'allestimento di un museo della civiltà rurale, che restano i contenitori di arte e cultura più rilevanti del territorio. Sulla strada provinciale per Rivello, a 2 km di distanza dal centro abitato di Nemoli, è presente un mulino ad acqua, l'unico reperto di archeologia industriale risalente all'età borbonica, quando in tutta la Valle del Noce si insediò una fiorente attività industriale (ferriera, tessile, molaria).

La notorietà turistica approfondita in precedenza evidenzia che ad oggi nessuna risorsa presente nel territorio del comune di Nemoli ha trovato un riconoscimento nei confronti della domanda turistica (religiosa e non) ed è quindi in grado di suscitare una visita.

L'analisi delle guide, Touring Club Italia e Lonely Planet, segnalano la chiesa parrocchiale collocata nella piazza del paese ma mettono in luce in particolare la valenza naturalistica del territorio e il bacino lacustre del lago Sirino.

Si riporta di seguito l'elenco puntuale delle risorse religiose, culturali e principali eventi della tradizione locale presenti nel comune di Nemoli. Nessuna risorsa ha una rilevanza turistica attuale (ovvero note alla domanda), mentre se ne evidenziano alcune dall'indubbio valore potenziale (riconosciute all'interno e non ancora dalla domanda);

Mappatura delle principali risorse religiose	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Chiesa Madre di S. Maria delle Grazie		X
Chiesa del Lago Sirino (Santa Famiglia)	minore	
Capella di Santa Maria	minore	

Mappatura delle principali risorse culturali e storiche	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Palazzo Filizzola *		X
La Signora del Lago (spettacolo)		X

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali festività e manifestazioni religiose e storiche	data
Festa patronale della Madonna delle grazie	2 luglio
Festa della Santa Famiglia	Mese di agosto

Il Comune di Rivello

Nell'area sud-occidentale della Basilicata è collocata Rivello, in posizione panoramica sul crinale dei colli Motta, Serra e Poggio. L'attuale borgo sorge di fronte il nucleo insediativo originario sviluppatosi alcuni secoli prima sulla collina di Serra città e l'odierno nucleo si sarebbe formato intorno tra il VI e l'VIII secolo d.C. Contemporaneamente veniva distrutta, ad opera dei saraceni, la città di Velia, la vecchia Elea Greca. Lo stemma del paese possiede una scritta che recita "Velia di nuovo ricostruita è Rivello" in latino e questo fa pensare che i superstiti della Velia distrutta avessero fondato Re-Velia, come risulta dal primo nome ufficiale che il paese abbia avuto testimoniato da un documento risalente all'XI secolo.

Pare che i Longobardi s'insediarono nella parte alta, la Motta, dove fondarono un'importante roccaforte mentre i Bizantini occuparono il Poggio, cioè la parte bassa. I due gruppi non riuscirono mai a raggiungere compromessi e accordi per una convivenza pacifica e questo causò una netta frattura tra le due fazioni che portò a un'isolata coesistenza. Questo determinò in seguito lo sviluppo di due centri ben distinti con differenti usi, costumi, tradizioni e soprattutto culti religiosi diversi:

i Velini e i Longobardi devoti al culto latino guardano come punto di riferimento alla chiesa di S. Nicola, mentre i Bizantini devoti a quello greco alla chiesa di S. Maria del Poggio. Questa divisione portò spesso a scontri e conflitti. Rivello fu incorporata al Principato di Salerno dopo la scissione del Ducato di Benevento, fu prima normanna poi angioina e infine di proprietà feudale dei Sanseverino. Nel 1576 il paese riscattò la sua indipendenza dietro pagamento ai principi di Monteleone; la corte la rivendette a Ravaschiero e nel gennaio del 1719 la comunità rivellese si rese indipendente per la seconda volta e definitivamente. Quest'ultimo evento, che acquista il nome di "Restituta libertas", viene celebrato attualmente, ogni anno, attraverso una commemorazione storica che tiene fede alla bolla ufficiale.

Le attività più fiorenti, che hanno da sempre caratterizzato il paese, erano quelle dell'artigianato orafo e del rame, esportate in giro per il mondo. Il XVIII secolo fu segnato da una forte immigrazione che portò ad un notevole incremento demografico, come testimoniano gli archivi ecclesiastici. L'arrivo dei Francesi causò un declino, dovuto all'incertezza del momento storico, ma in seguito al Congresso di Vienna ed alla restaurazione del regime Borbonico, vi furono segnali di ripresa; ma con l'arrivo dei Piemontesi dopo la costituzione del Regno d'Italia, le scelte politiche dei primi governi, il fenomeno del brigantaggio, la miseria e la mancanza di lavoro, costrinsero centinaia di Rivellesi, ad emigrare per le Americhe, in cerca di miglior fortuna.

Il patrimonio religioso-storico artistico è custodito nei tanti luoghi di culto diffusi nel comune; infatti Rivello, pur essendo un centro piccolo e raccolto, ospita ben 23 chiese, a dimostrazione della grande fede cattolica dei suoi abitanti, la quale originariamente era ben distinta in due culti differenti: uno di origine latina l'altro di origine greca ben contrapposti tra loro.

Il monumento di maggior pregio è senz'altro il **convento di Sant'Antonio**, posto nella parte bassa dell'abitato, distante dal centro edificato a partire dal 1512. Importanti per il loro valore storico la **Chiesa di Santa Maria del Poggio**, scenograficamente innalzata come una fortezza, sulla sommità del colle "Poggio" e quella di **S. Nicola**, anche protettore del paese, oltre a quella dedicata a **S. Michele** posta su un suggestivo belvedere panoramico.

Siccome la comunità era molto religiosa, molti erano i sacerdoti; la tradizione voleva che in ogni famiglia benestante dovesse esserci almeno un prete. Questa tradizione contribuì alla creazione di Congreghe, divise per vie e per Cappella. Nel corso del XVIII

secolo a Rivello si contavano circa 70 sacerdoti. Per questo motivo il paese è ricco di Cappelle e Chiesette.

I percorsi storici e il terremoto del 1980 hanno segnato molte chiese, alcune nel tempo restaurate altre risultano chiuse e inagibili. Nel territorio di Rivello esistono poi diverse edicole votive dislocate in aperta campagna e lungo sentieri ormai abbandonati. Il parroco non è sempre collaborativo nei confronti dell'Amministrazione locale e delle associazioni nel favorire la fruibilità dei siti per attività extra-religiose. Il comune di Rivello presenta sul territorio una serie di risorse che già oggi hanno trovato un posizionamento nei confronti della domanda turistica (religiosa e non) e sono quindi in grado di suscitare una visita.

La guida del Touring Club Italia dettaglia in maniera articolata molte risorse del comune mettendo in evidenza le numerose chiese che si susseguono nel centro storico, invitando a scoprire il borgo e a percorrere Corso Vittorio Emanuele. Il Monastero dei Cappuccini, e la mostra archeologica in esso custodita, rappresentano altri due attrattori di rilievo segnalati anche dalla guida più internazionale Lonely Planet, che dedica una specifica attenzione alla Chiesa di Madre di San Nicola e Santa Maria in Poggio. Il Santuario della Madonna del Sovereto, eretto nell'800 e nel quale è venerato il simulacro della Madonna Nera ritrovata a Terlizzi (BA), pur non essendo al centro dell'attenzione della comunità di Rivello, è indicato nelle principali guide online che si occupano di evidenziare i più importanti luoghi della fede presenti sul territorio italiano. La localizzazione è erroneamente indicata nel comune di Rivello.

Si riporta di seguito l'elenco puntuale delle risorse religiose, culturali e i principali eventi della tradizione locale presenti nel comune di Rivello. Le principali risorse, che si contraddistinguone per una rilevanza turistica attuale (ovvero note alla domanda) o potenziale (riconosciute all'interno e non ancora dalla domanda) sono state approfondite con una sintesi descrittiva del sito, degli elementi di appeal e della fruizione turistica. Tali informazioni non sono riportate nel presente elaborato ma verrano utilizzate nello sviluppo degli strumenti di comunicazione previsti dal progetto.

Mappatura delle principali risorse religiose	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Chiesa Madre di San Nicola	X	
Chiesa di Sant'Anna	X	
Chiesa di Santa Barbara	X	
Chiesa di S. Maria del Poggio	X	
Chiesa dell'Annunziata	X	
Monastero di S. Antonio e Chiesa di Sant'Antonio	X	
Santuario Madonna del Sovereto	X	
Cappella della Madonna Addolorata (della Motta)		X
Chiesa di San Rocco		X
Chiesetta del Purgatorio		X
Chiesa della Pietà		X
Chiesa dell'Assunta		X
Chiesa della SS. Trinità		X
Cappella di Santa Lucia	minore	
Chiesa Madonna del Popolo	minore	
Cappella della Madonna del Carmine (c.da Commartino)	minore	
Chiesa di S. Maria di Gerusalemme (privata)	minore	
Cappella famiglia Buraglia (privata)	minore	
Cappella famiglia Palagano (privata in c.da Molingiuolo)	minore	
Cappella della Madonna Delle Grazie (c.da Colla)	minore	
Cappella di Santa Maria di Costantinopoli	minore	
Chiesetta di San Vincenzo (Rione Medichetta)	minore	
Chiesa di San Giuseppe (Fraz. San Costantino)	minore	
Chiesa di Santa Margherita (Fraz. Santa Margherita)	minore	
Chiesa dell'immacolata (Fraz. Rotale)	minore	

Mappatura delle principali risorse culturali e storiche	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Museo Archeologico (nel Monastero)	X	
Ex Chiesa San Michele (oggi teatro)	minore	
Balcone in ferro Casa Megale*	non rilevante	
Portale del 1789 Casa Annicchino*	non rilevante	
Portale con Stemma Casa Cantisani*	non rilevante	
Portale sec. XVIII Casa Pecorelli*	non rilevante	

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali festività e manifestazioni religiose e storiche	data
Festa di San Nicola	6 dicembre e seconda domenica di maggio
Festa del Borgo	19 agosto
Notte della Transumanza (segnalata Lonely Planet)	30 settembre
Festa di S. Antonio	12/13giugno

Il Comune di Trecchina

Sito nell'entroterra della costa tirrenica lucana, il ridente paese sorge su un altopiano incastonato tra montagne a circa 500 metri sul mare, tra cui dominano le cosiddette tre chine. Il territorio trecchinese è attraversato lungo i suoi confini dal fiume Noce e presenta cime montuose di media altezza come il Coccovello, che è anche la vetta più alta del versante tirrenico dell'Appennino Lucano, il monte Serra Pollino o Santa Maria ove è situato il santuario della Madonna del Soccorso e nelle giornate limpide è possibile ammirare il comprensorio delle Isole Eolie oltre che le maggiori cime montuose lucane e buona parte del litorale dell'alto Tirreno.

Numerose sono le interpretazioni date circa l'origine e il significato del toponimo. Lo storico Giacomo Racioppi vuole che derivi dal latino e significhi «luogo di sterpi e burroni», mentre l'abate Pacichelli sostiene che sia una corruzione del nome Terenziana. Una fantasiosa credenza popolare ritiene invece che il nome sia semplicemente il composto di tre chine, cioè le tre vette che sovrastano l'altopiano dove sorge il paese. Scarseggiano le testimonianze archeologiche nel territorio che forniscano tracce precise e certe circa l'origine e la fondazione del nucleo insediativo. Gli storici che si sono soffermati sulla sua origine hanno presentato teorie discordanti: Pacichelli sosteneva che Trecchina sorse nel 317 a.C. da uno stanziamento romano chiamato Terenziana, nome che poi si sarebbe corrotto in quello attuale; L'Antonino] la vuole fondata dai Greci che abitavano presso le Termopili, dette anche Trakinie, che in seguito alle guerre del Peloponneso vollero abitare terre che assomigliassero a quelle native, e chiamarono il luogo Trecchina.

Inoltre appare in un documento del 1079 col nome di Triclina. Il paese fu successivamente prima roccaforte gotica poi longobarda. Dopo essere stata distrutta dai Saraceni, fu riedificata dai Longobardi. Tra il XI e il XII secolo fu interessata da correnti migratorie di gruppi eretici provenienti dal Piemonte, in particolare dai Monferrato, che hanno lasciato una indelebile traccia nel dialetto locale. Nell'epoca dei regimi feudali appartenne alla contea di Lauria, sotto la famiglia dei Sanseverino, e a quella di Tortora, sotto la famiglia Vitale.

Il castello, importante testimonianza storica, i cui ruderi sovrastano ancora oggi la parte antica dell'abitato, fu costruito nel 1530 dai baroni Palmieri di Latronico. Per pochi anni durante il governo francese di Murat del Regno di Napoli, Trecchina fu capoluogo di circondario nell'ambito del distretto di Lagonegro.

Ricco quindi di mille suggestioni non esclusivamente paesaggistiche ma derivanti da storia, arte, folclore e dalle tante piacevolezze gastronomiche rinomate che attingono alla migliore tradizione culinaria della sua gente. Degradando dall'Antico borgo medioevale denominato **"Castello"** il paese si estende verso il **"Piano"** che costituisce l'attuale centro abitato: il **"Castello"** e il **"Piano",** due nuclei diversamente strutturati per impianto urbanistico-architettonico, ma armonicamente complementari.

Il borgo, adagiato su di uno sperone roccioso inaccessibile dalla valle, fortificato da tre torri, di cui una in buono stato di conservazione, mantiene intatti angoli di rara bellezza e antiche abitudini di vita. Dall'alto del **"Giardino Belvedere"**, l'occhio spazia sullo spettacolo offerto dalla splendida valle sottostante. Cuore del paese è la bellissima **"Piazza del Popolo"** fulcro della vita trecchinese le cui quinte sono costituite da alcuni palazzi di stile liberty che si affacciano sul viale Jequiè. Impreziosita da variopinti giardini, la piazza diventa, soprattutto nella stagione estiva, il luogo dove si allestiscono mostre di pittura, artigianato, di prodotti tipici e di arte contadina, per non tacere dei spettacoli teatrali e dei concerti musicali.

A Trecchina, dal 1987, è presente la sede regionale del Catasto delle Grotte e delle Aree Carsiche della Basilicata. L'attuale curatore è Carmine Marotta. A Trecchina è operativo dal 1974 il Gruppo Geo-Speleo "Valle del Noce" i cui affiliati hanno scritto le pagine più belle della storia della speleologia lucana; è anche operativo dal 1992 il Centro Europeo di Speleologia Marina.

Come per la gran parte dei comuni del territorio, il patrimonio storico/artistico è composto principalmente dai luoghi della fede scrigni di piccoli e grandi tesori artistici e principali contenitori culturali. Il comune di Trecchina vanta anche l'esistenza della storica torre Ducale e del Castello, centro di un vero centro-storico medioevale, che sovrasta la cittadina e presso cui si svolge la caratteristica rievocazione medioevale durante la stagione estiva.

Nella Piazza principale si erge la chiesa madre, dedicata a **San Michele Arcangelo**, realizzata fra il 1840 e il 1878 solo con le offerte e il lavoro di tutti i fedeli dove si possono ammirare tele della scuola napoletana, A sud ovest della piazza si trova la chiesa di **Sant'Antonio**, costruita nei primi decenni del ventesimo secolo, sicuramente i monumenti religiosi principali.

La notorietà turistica approfondita nel capitolo precedente evidenzia che sono ancora poche oggi le risorse del territorio di Trecchina che hanno trovato un riconoscimento nei confronti della domanda turistica (religiosa e non) e sono quindi in grado di suscitare una visita.

L'analisi delle guide, Touring Club Italia e Lonely Planet, mettono in luce quali principali risorse di richiamo del territorio il Santuario della Madonna del Soccorso, per la sua valenza spirituale, la posizione panoramica di rilievo, e **la Chiesa di San Michele Arcangelo** nel centro abitato. Inoltre si invitano i turisti alla scoperta dell'antico borgo fortificato accennando ai ruderi del palazzo baronale. TripAdvisor segnala quale attività turistica il **Santuario sito sulla roccia del Serra Pollino**. Le principali guide online che si occupano di evidenziare i più importanti luoghi della fede presenti sul territorio italiano segnalano il **Santuario della Madonna del Soccorso**, mentre non viene rilevato sui mezzi più tradizionali.

Si riporta di seguito l'elenco puntuale delle risorse religiose, culturali e principali eventi della tradizione locale presenti nel comune di Trecchina. Le principali risorse, che si contraddistinguone per una rilevanza turistica attuale (ovvero note alla domanda) o potenziale (riconosciute all'interno e non ancora dalla domanda) sono state approfondite con una sintesi descrittiva del sito, degli elementi di appeal e della fruizione turistica. Tali informazioni non sono riportate nel presente elaborato ma verrano utilizzate nello sviluppo degli strumenti di comunicazione previsti dal progetto.

Mappatura delle principali risorse religiose	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Santuario della Madonna del Soccorso	X	
Chiesa di San Michele Arcangelo (nel piano)	X	
Chiesa Madre di San Michele al Castello (San Giovanni)		X
Chiesa Madonna del Rosario (già Santa Maria delle Grazie)		X
Cappella della Forraina		X
Cappella di Sant'Antonio	minore	
Cappella della Misericordia	minore	
Cappella di San Nicola	minore	
Chiesa di San Giuseppe (Piano dei Peri)	minore	
Madonna del Buon Consiglio (Parrutta)	minore	
Cappella della Madonna Addolorata (Via Valle)	minore	

Mappatura delle principali risorse culturali e storiche	Rilevanza turistica	
	Attuale	Potenziale
Torre Ducale*		X
Palazzo Ducale		X

* Immobile vincolato dalla Soprintendenza per i beni architettonici e paesaggistici della Basilicata

Mappatura delle principali festività e manifestazioni religiose e storiche	data
Festa di San Michele	28/29 settembre
Festa della Madonna del Soccorso	7/8 settembre
Rievocazione Storica (segn. nella guida Touring Club)	13/14 agosto

Attrattività sociale: riti ed eventi attrattivi

Le tante attrazioni naturali rappresentano un'occasione di svago per tutte le età che possono svolgere tante attività all'aria aperta in tutto il territorio della nascente destinazione.

Dal punto di vista dell'attrattività sociale tutta l'area è animata da riti ed eventi.

In ogni borgo sono organizzate **sagre e feste religiose** che rappresentano sempre l'occasione giusta per gustare le specialità enogastronomiche locali e confrontarsi con le tradizioni culturali locali.

Le manifestazioni e i riti più rappresentativi dell'area sono spesso legati ad una motivazione religiosa o ad un rito legato al patrimonio tradizionale, culturale ed enogastronomico locale. A **Nemoli**, ad esempio, il giorno del **Corpus Domini**, il corso principale si copre con un tappeto di fiori di ginestra a forma di ostensori e calici, ricoperti di petali di rosa, mentre durante il periodo di **Carnevale**, il borgo si anima con la **Sagra della Polenta**, preparata in un enorme caldaia di rame di manifattura artigianale della vicina **Rivello**. Il carnevale, inoltre, rappresenta uno dei momenti più vivi in tutta la regione Basilicata.

A **Trecchina** resiste la figura del **Cantacronze**, il cantante di tradizionali canti detti appunto cronze. Il **Cantacronze è un personaggio vestito con un possente giubba da pastore, in testa porta un cappellaccio scuro, ed è famoso perché con le sue cronze mette alla berlina i personaggi più noti del paese**. I suoi canti in rima sono accompagnati dal ritmo della cupa cupa, strumento musicale tipico della tradizione regionale.

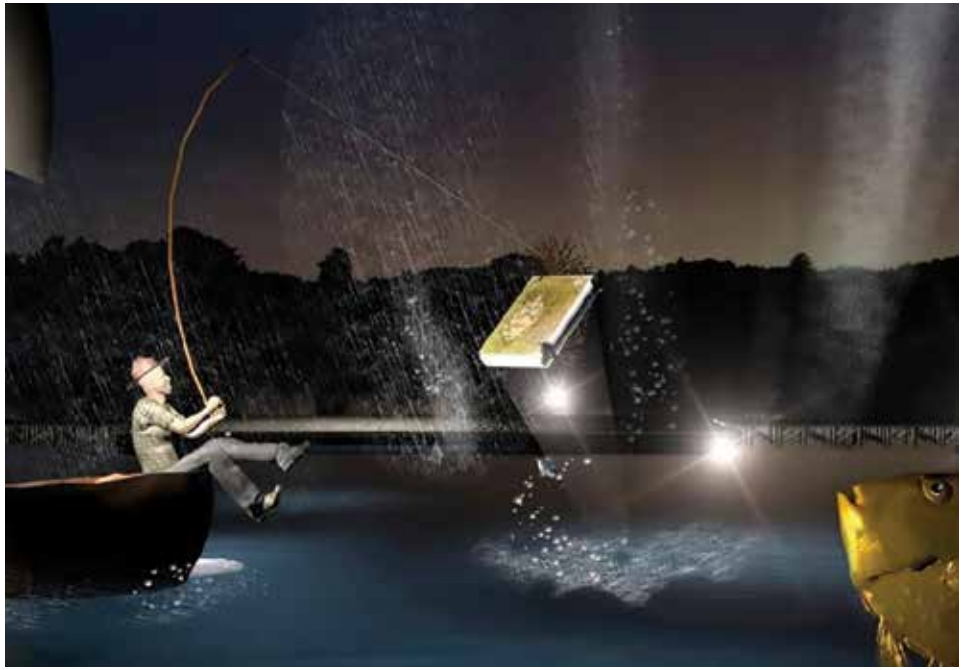
I principali eventi dell'area pubblicizzati on line			
La Madonna del Sirino a Lagonegro	**Lagonegro**	La terza domenica di giugno si celebra la Madonna del Sirino. Il simulacro viene trasportato a spalla da Lagonegro fino al piccolo santuario sul monte Sirino. Un rito antico, di grande fascino e di grandi emozioni coinvolge nella salita e nella discesa fedeli e semplici visitatori	Settembre
Lauria Folk Fest	**Lauria**	Il Lauria Folk Festival vuole promuovere le produzioni locali, il territorio del sud della Basilicata e le sue tradizioni popolari. I visitatori ritrovano la cultura del luogo rappresentata nella musica, nelle esibizioni, nel territorio circostante e nella danza popolare	Agosto
Festa di San Biagio a Maratea	**Maratea**	La seconda settimana di maggio Maratea festeggia San Biagio. Le reliquie vengono portate in processione per le strade del paese, la statua, portata a spalla dai devoti, alcuni recitano un antico rosario, altri camminano scalzi per chiedere una grazia	Maggio
Maratea film festival	**Maratea**	Maratea film festival è una rassegna cinematografica internazionale ideata per promuovere le meraviglie del territorio grazie al supporto dei protagonisti del grande schermo. Durante la Settimana del Cinema si potrà vivere immersi nella poesia della settima arte	Luglio
Carnevale e Sagra della Polenta a Nemoli	**Nemoli**	Il Carnevale di Nemoli è caratterizzato dalla Sagra della Polenta, una festa antichissima che si ripete grazie alle offerte spontanee degli abitanti che permettono di preparare cinque quintali di polenta. Non mancano le maschere tipiche, Frazzuogn, e i carri allegorici	Febbraio
Festa della Madonna delle Grazie	**Nemoli**	La Madonna delle Grazie è la protettrice di Nemoli, il simulacro del 1300 viene portato in processione durante la festa patronale che si ripete ogni anno l'1 e il 2 luglio. I devoti portano la Madonna per le vie del paese, la statua è ricoperta dall'oro dei fedeli	Luglio
Falò di Natale	**Nemoli**	Un gigante falò viene acceso il giorno della vigilia di Natale a Nemoli. Grossi tronchi arderanno fino al giorno dell'Epifania, il falò sarà alimentato giorno per giorno e diventerà un luogo dove ritrovarsi e degustare prodotti tipici	Dicembre
Notte della Transumanza	**Rivello**	L'iniziativa intende riprendere e riproporre in chiave moderna e suggestiva le antiche tradizioni della cultura locale in stretto connubio con le valenze ambientali e paesaggistiche di un territorio che racchiude la diversità delle caratteristiche naturali che collegano il Mediterraneo con la collina e la montagna appenninica meridionale.	Agosto
Carnevale di Trecchina	**Trecchina**	Carnevale è sempre stata la festa della trasgressione, a Trecchina resiste ancora la figura del Cantacronze, il cantante delle tradizionali cronze, rime satiriche che prendono di mira i personaggi più noti del paese. Nel programma della festa anche sfilate di carri allegorici, spettacoli e ospiti	Febbraio
Sagra della castagna a Trecchina	**Trecchina**	La Sagra della castagna di Trecchina è l'evento giusto per chi ama questo buonissimo frutto e tutti i prodotti derivati, dal miele di castagna ai liquori, dai dolci al gelato passando per la birra. Non possono mancare le caldarroste	Ottobre

Lo spettacolo sulle acque: La Signora del lago

Dal 31 luglio al 4 settembre 2016 è andato in scena nel suggestivo ambiente del Lago Sirino di Nemoli lo spettacolo **"La Signora del Lago",** una fiaba musicale che ha tradotto fatti storici, tradizione e cultura in un fantasy realizzato con un impianto scenico di 5000 mq.

Palchi galleggianti, fontane danzanti, luci e musiche, 60 figuranti sono stati gli elementi caratterizzanti della realizzazione di un sogno. Lo spettacolo sulle acque del lago ha fatto in modo che nelle date in programmazione la piccola località potesse iniziare a testare la propria capacità di accogliere visitatori, di "fare turismo".

I numeri sono decisamente incoraggianti, con quota **10.000 spettatori** superata e altrettante migliaia di presenze registrate, con notevole indotto per le attività commerciali presenti nei dintorni dell'invaso.



Questo tipo di eventi, se ben strutturati, rappresentano un'esperienza unica, al di fuori della quotidianità e, quindi, in grado di suscitare l'interesse delle persone nei confronti della località dove vengono organizzati.

Per meglio interpretare la bontà dell'operazione sarebbe quindi importante analizzare non solo i dati quantitativi, ma capire se l'evento riesce a richiamare innanzitutto fasce di pubblico non solo dall'area territoriale su cui esso insiste o da quelle immediatamente circostanti. Più specificamente ancora, è importante capire anche quanto la Signora del Lago può contribuire a lasciare traccia nell'immaginario collettivo relativo a quel luogo, e quindi, in concreto, quanto può accrescere la notorietà della destinazione e la sua capacità di attrarre.

Per raggiungere questi obiettivi occorre una strategia di marketing mirata, coordinata e coerente con l'immagine turistica dell'intera destinazione che si sta pensando di comunicare, con attività specifiche ed adeguata disponibilità di risorse.

In questo senso si evidenziano altri aspetti positivi, come la vendita integrata dei biglietti, un buon utilizzo dei social network per la comunicazione ed un primo approccio alla vendita on line, che ha portato la vendita di 726 biglietti venduti sul sito ufficiale.

Dopo questo ottimo esordio è ora fondamentale concentrare gli sforzi verso le direzioni che possono garantire la sostenibilità futura del progetto: sempre maggiore professionalità, cura dei dettagli, comunicazione mirata ed integrazione con gli altri elementi di attrazione turistica dell'area, attività di commercializzazione coordinata con le offerte delle strutture ricettive.

Altre risorse

Enogastronomia

L'importanza del **turismo enogastronomico** è andata progressivamente crescendo nel corso degli anni, assumendo sempre più il ruolo di modello di fruizione turistica.

Attraverso la valorizzazione degli **ambienti rurali,** destinati a rappresentarne la cornice naturale, esso propone un modo di vivere la vacanza, associandola alla visita ad aziende vinicole e agroalimentari, con degustazione di vini, prodotti tipici e piatti locali.

Grazie a queste esperienze **il turista ha l'opportunità di entrare pienamente in contatto con la realtà del luogo.** Inoltre **il turismo enogastronomico concorre alla destagionalizzazione dei flussi turistici** in quanto è praticabile durante tutto il corso dell'anno e quindi anche in periodi tradizionalmente considerati di "**bassa stagione**".

Paesaggio e cucina sono tra gli aspetti più amati del nostro Paese a livello internazionale e i prodotti alimentari stimolano gli acquisti soprattutto degli stranieri, tra i quali due su tre menzionano il cibo tra le principali motivazioni del proprio viaggio in Italia.

La Basilicata è una regione che presenta diverse peculiarità enogastronomiche. La cucina tradizionale lucana, si basa da sempre sui semplici ingredienti del mondo contadino, riuscendo a conservarne nel tempo gusti e sapori.

Anche le **produzioni agroalimentari dell'area della Valle del Noce** sono caratterizzate da elementi dalle buone potenzialità e proprio la loro valorizzazione in ambito turistico può rappresentare un passo in avanti per il superamento di alcuni vincoli che impediscono la crescita del settore, quali il poco dinamismo e le dimensioni ridotte delle imprese.

Pane e biscotti di qualità sono legati tradizionalmente al comune di **Trecchina,** con la presenza di numerosi panifici, alcuni dei quali attrezzati per la produzione di grossi quantitativi e dotati di ampie reti commerciali e di distribuzione.

Trecchina rappresenta un centro strategico anche per la produzione di **prelibatezze**

a base di castagna. L'ormai quasi **ventennale sagra** è diventata un riferimento del settore, affermandosi come il più importante evento gastronomico del territorio, durante il quale la cittadina registra numeri importanti di arrivi e presenze e i visitatori possono gustare pasta, miele, liquore, dolci, gelato, birra, tutti a base di castagna.

Ovviamente in quei giorni di ottobre si ha la possibilità di apprezzare anche musica locale, arte, artigianato e prodotti tipici.

Da alcuni anni l'ALSIA (Agenzia lucana di sviluppo e di innovazione in agricoltura) e l'Università degli Studi di Basilicata collaborano nella ricerca dei castagneti in migliore stato di conservazione della zona, recuperando e praticando tecniche di innesto che consentiranno di ottenere prodotti ancora migliori.

Anche **i dolci alle noci sono una specialità culinaria della zona di Trecchina e Maratea**. Preparati in modo artigianale, uniscono al dolce dello zucchero il gusto un po' amarognolo delle noci. Le noci sono anche la base per la produzione locale di un ottimo digestivo. Sempre in tema di liquori, a Maratea, si producono il liquore all'alloro e il Rosolio Marathia, un infuso di miele, olio

di rosa e aromi vari in alcool, nato come digestivo ma ottimo anche come aperitivo. Dal 21 giugno 2016, grazie al lavoro di valorizzazione promosso dall'ALSIA, alcuni prodotti tipici di Maratea si sono aggiunti all'elenco della Regione Basilicata dei PAT, i "**Prodotti Agroalimentari Tradizionali**" riconosciuti dal dipartimento regionale per l'Agricoltura e dal Ministero: **Alici salate**, **Aliciocculi salate**, **Caciocavallo di massa**, **Capperi sotto sale**, **Carruba**, **Garum** (salsa di pesce), **Gilò** (un particolare ortaggio), **Pomodoro costoluto**, **Trecce di massa**. Tra gli altri prodotti del territorio già inseriti nell'elenco si segnalano l'**Anginetto**, il **Pizzetto**, il **Viscuttino** e il **Viscutto a' gotto di Lauria**, la **Polenta di Nemoli** e, ovviamente, il **Pane di Trecchina** e **la Soperzata di Rivello**. **Nemoli, Rivello, Lauria e Lagonegro** sono anche tra le aree di produzione del rinomato **Canestrato di Moliterno Dop**, formaggio da tavola ovicaprino a pasta dura, leggermente piccante e ottimo anche da grattugiare quando è stagionato.

Le produzioni tipiche indicate, tutte di qualità, non presentano però un grado di rilevanza tale da poter rappresentare da sole un fattore attrattivo e di promozione del territorio. In questi casi è necessario, affinché le produzioni locali abbiano un ruolo nell'offerta turistica della destinazione, che siano parte di una proposta turistica più articolata, che comprenda elementi che in qualche maniera devono essere percepiti come ingredienti ulteriori dello stesso prodotto. Oltre al legame territoriale del prodotto con la località è importante che evochi anche sensazioni che lo riconducano **alla storia, alla tradizione, alle ricette, allo stile di vita del luogo**.

L'alta qualità dei prodotti enogastronomici, la bellezza ed unicità dei territori in cui sono realizzati inoltre non bastano se non sono supportati da una visione sinergica che metta in rete prodotti, servizi, infrastrutture e marketing. I turisti e viaggiatori interessati a questo settore si trovano, infatti, di fronte ad un'ampia gamma di alternative a livello internazionale per cui se l'esperienza non è resa gratificante non ci sono le basi per immaginare di farne un forte elemento attrattivo. L'organizzazione di visite aziendali, ad esempio, costituisce un fattore distintivo, ma presuppone la predisposizione di programmi, la formazione del personale, l'individuazione degli aspetti caratteristici ed unici, la previsione di quantità e qualità delle degustazioni, la scelta del target (scuole, individuali, gruppi), la quotazione del servizio. Appare immediato che la bontà dei prodotti agroalimentari è condizione necessaria ma non sufficiente per fare del turismo enogastronomico un primario driver di sviluppo.

Chi sceglie come meta della propria vacanza il sud Italia, e quindi anche Maratea e Valle del Noce, pone molte aspettative sulla qualità dei prodotti e dei piatti della cucina tipica.

In quest'ottica, dall'analisi condotta sul campo risulta che il tema enogastronomico da parte degli operatori turistici del territorio gode di grande interesse:

- *Circa il 53% degli stessi intervistati ritiene però che investire sull'enogastronomia possa essere una strategia utile ai fini della destagionalizzazione.*
- *Attualmente solo il 9% dei responsabili delle strutture ricettive intervistati ha dichiarato che è possibile acquistare e/o consumare prodotti agroalimentari del territorio presso le strutture stesse*
- *il 51,4% ha dichiarato che collabora abitualmente con ristoranti, pizzerie, trattorie, locande ed enoteche e il 23,5 % di avere accordi commerciali con aziende che trasformano i prodotti tipici locali*

Per rispondere a tali esigenze ed aspettative risulta determinante avviare percorsi di valorizzazione e di formazione e strutturare un proficuo sistema di relazioni da instaurare tra produttori ed operatori turistici, e sistemi di promo-commercializzazione che integrino e favoriscano entrambi i settori.

Artigianato

Le mutate esigenze del turista attuale, sempre più alla ricerca di esperienze di arricchimento personale rendono necessario l'ampliamento dell'offerta turistica, che deve essere volta al soddisfacimento del visitatore attraverso una fruizione a 360 gradi del territorio di riferimento.

Oltre al patrimonio artistico e paesaggistico, il fruitore desidera **conoscere il territorio anche attraverso le sue tradizioni ed è alla costante ricerca di una tipicità che in una normale attività non può ritrovare. In questo contesto l'artigianato rappresenta un'unicità imprescindibile dell'attrattiva turistica di un luogo.**

Soprattutto nel meridione italiano, questo settore è fonte di occupazione giovanile e dispone di un patrimonio culturale diffuso e unico al mondo.

L'artigianato contribuisce ad ampliare e diversificare l'offerta turistica per diversi motivi: in primo luogo, è già da solo un **attrattore turistico**; la **visita presso botteghe e siti produttivi** concorre all'ampliamento dell'offerta turistica; aumenta l'indice di gradimento del territorio permettendo al fruitore di vivere la vacanza come **"esperienza"**; porta benefici a livello economico per le microimprese e le piccole realtà territoriali; comporta una caratterizzazione del luogo che si riflette anche in termini di ritorno d'immagine.

Il carattere fortemente rurale della Basilicata, la rende un riferimento nel settore, tant'è che le imprese artigiane sono **64.596**, vale a dire il **30,3%** del totale nazionale. **L'artigianato locale affonda le proprie radici nella cultura contadina anche nelle sue espressioni più moderne**.

Le produzioni di suppellettili in rame e ferro battuto sono ancora in auge a Lauria e Rivello. Quest'ultima è un punto di riferimento quando si parla di artigianato e tradizioni in quanto fu, storicamente, una vera e propria scuola per orafi, incisori e orologiai, ma anche per falegnami e intarsiatori. Attualmente queste tradizioni secolari sono perpetrate da piccole aziende specializzate per il tessile, l'arte Orafa, la lavorazione del rame e la lavorazione del cuoio.

A Lagonegro, da oltre 120 anni, è presente un'azienda, conosciuta sia in Italia che all'estero, specializzata nella produzione di orologi da torre e nell'elettrificazione di campane. Essa è l'unica azienda del centro-sud d'Italia a produrre ed operare in questo settore ed è stata insignita, negli anni, di numerosi premi, riconoscimenti e medaglie.

Un sistema turistico per definizione deve valorizzare e promuovere le caratteristiche peculiari di un luogo grazie anche ai caratteri culturali e tradizionali specifici, che contribuiscono ad accrescerne la capacità attrattiva, se vengono resi fruibili, attraverso strategie che coinvolgano le realtà più virtuose, portino alla riscoperta di antiche tradizioni e favoriscano la nascita di nuove iniziative.

Wedding

Storicamente, l'Italia è considerata una meta da visitare almeno una volta nella vita per cui moltissimi stranieri, principalmente inglesi, americani e russi, scelgono il Bel Paese come location non solo per il viaggio di nozze, ma anche per celebrare il proprio matrimonio provocando, negli ultimi anni, una crescente domanda da parte di operatori stranieri del settore.

E, **in effetti, il segmento del "wedding tourism" produce un indotto miliardario a livello mondiale e che in Italia si aggira intorno ai 350 milioni di euro.**

Si stima che nel 2015 l'8% del totale dei turisti, siano arrivati in Italia per viaggi o anniversari di nozze e per sposarsi. Il dato interessante è che negli ultimi anni, tra le mete preferite, non troviamo solo Roma, Firenze, Venezia oppure, tra le regioni, solo Toscana e Umbria, ma vi è una fortissima crescita di locations pugliesi, della costiera amalfitana e della Basilicata, grazie a Matera e grazie anche alla pubblicità derivata dalle nozze di Sofia Coppola a Bernalda.

Parlando di Basilicata, anche **Maratea, negli ultimissimi anni, è diventata un punto di riferimento, grazie ai suoi panorami mozzafiato e scorci unici al mondo tanto che, su iniziativa dell'amministrazione comunale, è stato approvato il regolamento dei matrimoni civili che permette la celebrazione di unioni civili ai piedi della statua del Cristo. Si tratta di un prodotto in costante crescita interessa direttamente quasi il 50% delle strutture ricettive alberghiere di Maratea.**

Se è vero che la maggior parte dei matrimoni coinvolgono persone della zona, in grande crescita sono i matrimoni degli stranieri. Notevole è l'indotto anche sulle altre attività economiche marateote (fiorai, pasticceria, bar,etc.).

Per il territorio, affermarsi come meta di "wedding tourism" ben strutturato e consapevole che proponga, quindi, pacchetti e servizi adeguati, può comportare molteplici benefici:

- *l'aumento dei visitatori;*
- *il potenziamento dell'immagine della destinazione che ne trarrà, conseguentemente, un ritorno anche per gli altri settori turistici;*
- *un prolungamento della permaneza di coppie o partecipanti a questi eventi che decidono di prolungare la propria permanenza e viversi il luogo come vacanza;*
- *un concreto contributo alla destagionalizzazione turistica;*
- *una promozione territoriale che genera un indotto concreto agli operatori turistici (si consideri che la spesa media per una cerimonia di stranieri per 30 persone è stimata intorno ai 50mila euro).*

MICE *Meetings Incentives Conferences Events*

Quello del business travel è un settore turistico che non conosce crisi ma che, al contrario, è in continua crescita a livello internazionale e costituisce un settore chiave del turismo italiano.

Attività limitate un tempo a centri meeting e congressi, hanno ceduto il passo negli ultimi anni ad un sistema più complesso denominato **MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition o Eventi)** che offre una gamma di possibilità più ampia in grado di soddisfare ogni volume di partecipanti e qualsiasi esigenza specifica. È dimostrato che il turismo congressuale è una componente molto importante dei flussi turistici. Si stima, infatti, che esso rappresenti un quarto del fatturato turistico nazionale che deriva da una spesa media pro-capite superiore rispetto a quella del turista leisure.

Ciò ne fa uno dei principali segmenti turistici in grado di creare nuova ricchezza. Basti pensare che il settore del **MICE crea un indotto stimato intorno ai 157 miliardi di euro** solo nei principali mercati europei (Italia, Francia, Gran Bretagna, Germania e Spagna). Nel 2015, in Italia, si sono raggiunti i 25 miliardi di euro. Ma i benefici economici che questo comparto genera in maniera diretta ed indiretta sul territorio di riferimento, non costituiscono l'unico vantaggio. Esso può essere considerato indiscutibilmente un motore per la destagionalizzazione della stagione turistica.

Nel 2014 la Regione Basilicata, sulla scia di un trend crescente a livello nazionale ed internazionale, grazie all'Agenzia di Promozione Territoriale, ha istituito "**Basilicata MICE – Meetings Incentives Conferences Events**" che si propone di immettere sul mercato soluzioni per il turismo congressuale.

L'**APT ha selezionato 26 strutture dislocate sul territorio lucano che rispondono alle esigenze richieste da questo particolare tipo di mercato e che costituiscono un vero e proprio polo congressuale che metta in rete non solo strutture ricettive, poli funzionali ma anche luoghi di particolare interesse storico, artistico e naturalistico. Di queste solo una ha sede nell'area della Valle del Noce, a Maratea**.

Anche dall'analisi dei questionari compilati durante le interviste agli operatori turistici si è

evidenziata una buona fiducia di questi nei confronti di questo tipo di turismo, con il 19% di loro che ha dichiarato di ritenere il turismo congressuale l'opzione migliore per favorire arrivi e presenze anche in bassa stagione.

Altri elementi che rinforzano lo sviluppo di opportunità per far crescere la destinazione in questo ambito sono:

- *principalmente i viaggi di lavoro sono intrapresi dai segmenti ad alto reddito, con capacità di spesa sopra la media che permette di ammortizzare anche il costo aggiuntivo per raggiungere la destinazione, non direttamente coinvolta nelle direttrici del business travel*
- *il territorio non presenta alcun problema relativo alla sicurezza di chi si muove per queste motivazioni*
- *le distanze tra le località sono contenute, e consentono anche la realizzazione di eventi "diffusi" sul territorio, che coinvolgano più luoghi della destinazione*
- *l'attrattività turistica della destinazione, pur se secondaria rispetto ai contenuti dell'evento, è una componente importante nella scelta di adesione dei partecipanti*
- *il turismo MICE include sempre più le attività del tempo libero, che sono parte del programma dell'evento d'affari permettendo di fare networking e di visitare le destinazioni, e i viaggiatori d'affari sono fortemente interessati a sperimentare culture locali quando frequentano eventi d'affari. Si è coniato il termine* **Bleisure** *per definire l'abitudine sempre più consolidata alla fusione di "leisure", svago, e "business", lavoro. Un fenomeno che si prevede in forte ascesa e che contempla il prolungamento del viaggio di qualche giorno per godersi la destinazione da turista*
- *chi intraprende un viaggio di lavoro può essere accompagnato dalla famiglia, portando così consumatori ulteriori alle strutture ricettive e al territorio*
- *in caso di esperienze positive legate alla destinazione, i viaggiatori di lavoro tornano come turisti da tempo libero e le informazioni positive da loro veicolate con passaparola e social aumentano la reputazione e il fascino della destinazione, a maggior ragione perché essi sono spesso considerati come opinion leader.*

Gli sforzi da fare per affermarsi in questo settore sono molteplici e devono tendere ad accrescere:

- *il numero di strutture idonee, organizzate e qualificate per ospitare eventi*
- *il numero di eventi*
- *il numero di partecipanti ai singoli eventi*
- *la durata dei meeting, al fine di generare ulteriori pernottamenti*

FOCUS: TURISMO OUTDOOR

Autori: Angelo Seneci, Fabio Sacco

GLI SPORT OUTDOOR

Il denominatore comune degli sport outdoor è la pratica agonistica o ricreativa in terreno naturale, più o meno attrezzato allo scopo.

Sotto questa denominazione vengono raccolte decine di diverse discipline sportive, tra cui possiamo distinguere tre gruppi sulla base dell'ambiente di pratica:

Sport di Terra	**Sport d'Aria**	**Sport d'Acqua**
Escursionismo	Parapendio	Canyoning
Running	Deltaplano	Canoa
Nordic Walking	Base Jump	Rafting
Orientamento		Windsurf
Geo Caching		Surf
Arrampicata Sportiva		
Vie Ferrate		
Percorsi acrobatici - Parchi Avventura		
MountainBike		
Cicloturismo		
Escursionismo equestre		

Come vedremo oltre, i praticanti cercano sul territorio compartecipazione e sintonia, per tanto è fondamentale conoscere le pratiche sportive che andremmo a proporre. Siamo inoltre di fronte ad attività che si praticano in ambiente naturale dove l'esposizione al pericolo è comunque sempre superiore che in ambiente artificiale e non sempre è possibile la sua riduzione. Il confronto con situazioni potenzialmente pericolose, pur limitando il rischio con attrezzature e tecniche adeguate, è parte intrinseca delle attività sportive outdoor.

Pertanto è essenziale per chi progetta ed investe in queste attività, ma anche per chi poi dovrà gestire questi spazi e sarà in relazione con gli utenti, conoscere le diverse attività, i terreni di azione ed i diversi livelli di accettazione del rischio che richiedono.

Di seguito un breve descrizione delle singole attività, per quanto concerne le associazioni indicate come riferimento è da tenere in conto come queste rappresentino in genere una percentuale limitata dei praticanti, a volte con un ruolo marginale rispetto al movimento turistico.

SPORT DI TERRA

ESCURSIONISMO

E'certamente una delle più praticate e la più trasversale. Rientrano sotto questo profilo varie attività che hanno in comune il camminare, spaziando dalle semplici passeggiate agli itinerari a tappe di più giorni (trekking), alle escursioni accompagnate da animali da soma (asini e muli). Si tratta di una pratica sportiva e salutista che coinvolge in modo importante anche **famiglie** ed **ultra sessantenni**, che rappresenta una grande opportunità. Come per altre attività sono diversi i livelli di accettazione del rischio che devono essere evidenziati all'ospite: dalle passeggiate di fondo valle che non richiedono l'uso di abbigliamento e kit di emergenza, agli itinerari di più giorni in montagna che richiedono capacità di orientamento e di reazione alle emergenze. Le associazioni più rappresentative del settore sono Club Alpino Italiano, Federazione Italiana Escursionismo, Uisp Lega Montagna.

RUNNING

La corsa in ambiente naturale ha visto un vero e proprio boom di praticanti negli ultimi dieci anni, basti pensare alle numerose competizioni di trail running, corsa in montagna e sky running che si corrono ogni week end in tutta Italia, e ancor più l'attenzione che tutte le grandi aziende di calzature sportive rivolgono al settore.

Condivide il terreno d'azione con l'escursionismo e non richiede interventi se non, eventualmente, la segnaletica dedicata. Varie associazioni in Italia associano atleti ed amatori facendo riferimento alla FIDAL (Federazione Atletica Leggera), alla FISKY (Federazione Sky Running) o ai vari Enti di Promozione Sportiva.

NORDIC WALKING

Attività sportiva e wellness che si pratica camminando con appositi bastoncini simulando il movimento dello sci nordico. E' un fenomeno diffuso in Europa Centrale e Settentrionale, dove si stimano attorno ai 10 milioni di praticanti. In Italia ha cominciato a diffondersi nella seconda metà degli anni 2000 ed è in continua crescita soprattutto come attività di fitness e wellness. Non richiede specifici impianti, ma sentieri non ripidi, caratterizzati da fondo e andamento regolare. Sono numerose le realtà turistiche a proporlo. Le associazioni di riferimento in Italia sono diverse e fanno riferimento agli Enti di Promozione Sportiva.

ORIENTAMENTO

Disciplina sportiva che prevede la corsa lungo itinerari prestabiliti, marcati da appositi segnali (lanterne), da seguire facendo uso di apposite mappe ed una bussola.

Iniziata come attività agonistica comincia ad essere proposta come attività ludica in aree appositamente attrezzate. Richiede in ogni caso conoscenze tecniche di utilizzo della strumentazione topografica. Le diverse associazioni aderiscono alla FISO Federazione Italiana Sport Orientamento.

GEO CACHING

Potremmo definirlo una variante tecnologica e moderna del precedente, o forse meglio una caccia al tesoro tecnologica. Sono gli stessi appassionati a nascondere ovunque piccoli contenitori (cache), di cui poi pubblicano le coordinate geografiche ed una breve descrizione su siti web dedicati. Altri geo cacher cercano i contenitori attraverso smartphone ed applicazioni di geo localizzazione e si "loggano" presso i siti del ritrovamento. L'attività nata nei primi anni 2000 conta nel mondo milioni appassionati, il portale web di riferimento - geocaching.com - conta 15 milioni di account. E' un interessante strumento di promozione turistica sotto la cui spinta sono nati i geo-tour, itinerari alla scoperta di un territorio urbano o naturale con la motivazione della ricerca di cache nascoste nei luoghi più caratteristici. E' una comunità virtuale, non esistono associazioni di riferimento, gli appassionati condividono idee ed eventi organizzati tramite il sito web di riferimento www.geocaching.com, anche se negli ultimi anni sono nate iniziative parallele, soprattutto in Germania.

ARRAMPICATA

Sotto il termine arrampicata vengono impropriamente raccolte attività diverse che hanno come denominatore comune la progressione su una parete naturale o artificiale. Le diverse attività si differenziano non solo per il terreno di pratica ma soprattutto per il diverso livello di accettazione del rischio che comportano.

Arrampicata in terreno d'avventura: si pratica su pareti rocciose, in genere con altezza di qualche centinaio di metri, non preventivamente attrezzate, dove l'arrampicatore deve sapere valutare la qualità della roccia e posizionare gli ancoraggi di protezione durante la salita.

Richiede attrezzature ed esperienza specifica e comunque espone a rischi potenzialmente importanti.

Arrampicata Sportiva: si pratica su pareti artificiali e naturali preventivamente attrezzate con ancoraggi di protezione fissi, dove il praticante deve solamente preoccuparsi dell'utilizzo corretto delle attrezzature necessarie a trattenere e controllare la cadute. Normalmente hanno un altezza compresa tra 10 e 40m. Le pareti naturali prima della attrezzatura vengono bonificate per eliminare le instabilità più importanti e ridurre il rischio di caduta sassi. Devono essere soggette ad un controllo periodico per verificare sia la stabilità della roccia che l'usura degli ancoraggi.

Bouldering: arrampicata senza l'uso della corda di sicurezza praticata su brevi strutture naturali o artificiali - max 4/5 m. La protezione al suolo è garantita da materassi portatili (crash pad).

Deep Water Solo: gli atleti arrampicano senza corda su pareti di varia altezza, nei casi estremi anche decine di metri, sopra bacini di acqua profonda. Una variante prevede lunghe attraversate orizzontali lungo le scogliere mantenendosi ad altezza contenuta, max qualche metro, dall'acqua. Le associazioni nazionali di riferimento sono: FASI - Federazione Arrampicata Sportiva Italiana, Club Alpino Italiano ed UISP Lega Montagna.

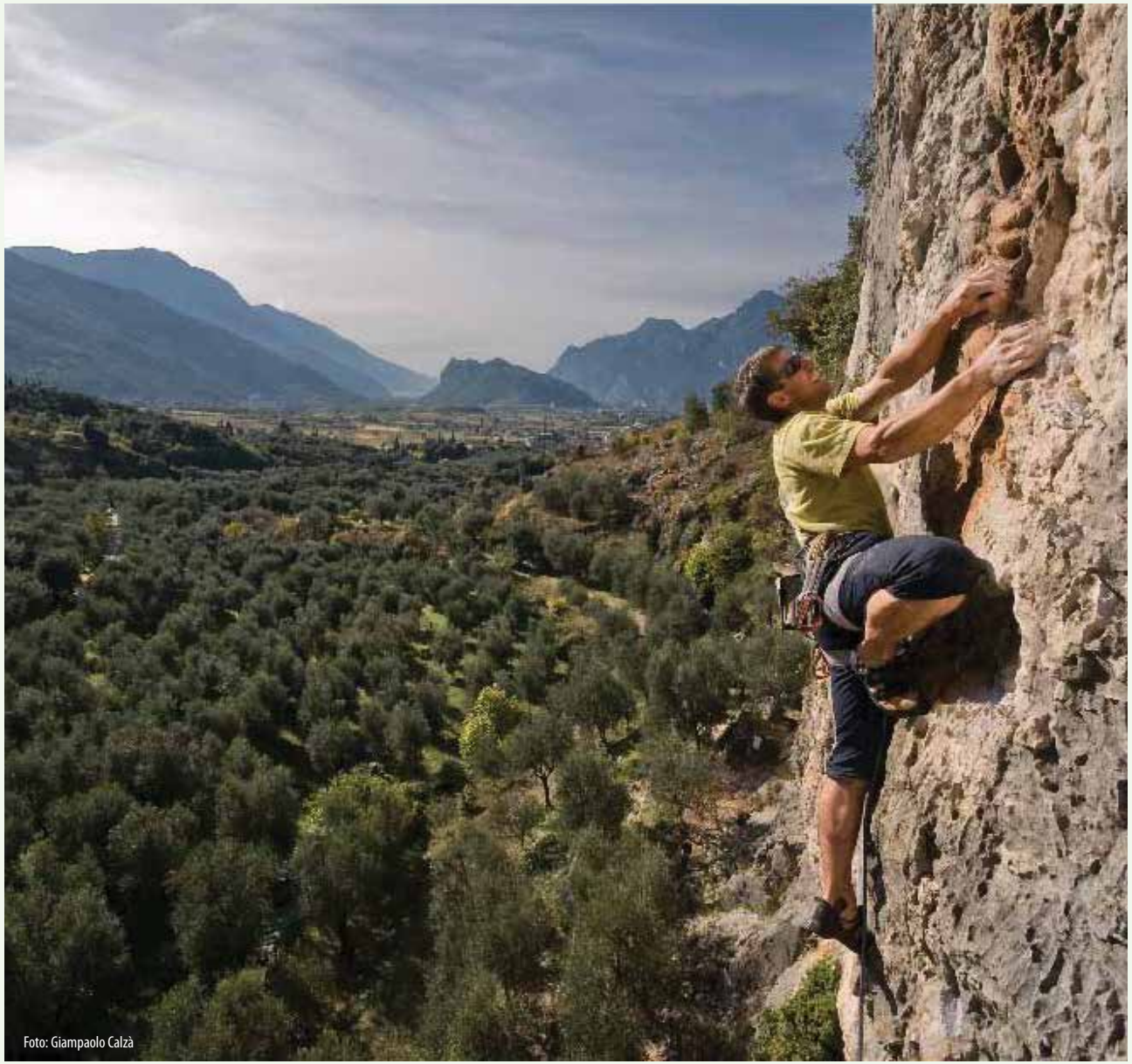


Foto: Giampaolo Calzà

VIE FERRATE

Attività di confine tra escursionismo ed alpinismo, si pratica lungo itinerari rocciosi appositamente attrezzati per facilitare la progressione ed al tempo stesso garantire la sicurezza tramite un cavo fisso in acciaio a cui agganciarsi durante la progressione.

Gli escursionisti dovranno, oltre al casco protettivo, indossare imbragatura a cui vengono agganciati i due moschettoni di sicurezza, Se fino a vent'anni fa erano tipiche strutture alpine realizzate per facilitare l'accesso alla vette, a partire dagli anni 90 hanno iniziato a diffondersi le ferrate di fondovalle con un carattere più ludico/ricreativo, dove invece che essere soppressi, gli ostacoli vengono a volte enfatizzati per offrire una esperienza più intensa.

Sono le cosiddette ferrate acrobatiche. Associazione di riferimento è il Club Alpino Italiano.

PARCHI AVVENTURA

Apparsi in Francia una ventina d'anni or sono i parchi avventura si sono diffusi in tutta Europa, Italia compresa. Si tratta di sequenze di percorsi acrobatici - teleferiche, ponti di corda, trapezi, etc.- sospesi tra alberi, rocce o supporti artificiali. La sicurezza è garantita dal set di assicurazione costituito da casco, imbragatura e due fettucce con moschettone terminale con cui agganciarsi al cavo di vita teso lungo tutto il percorso.

Nuovi sistemi a linea di vita continua permettono di agganciarsi ad inizio percorso per sganciarsi solo alla fine: diversamente dal sistema standard che obbligava a sganciarsi ad ogni passaggio, con notevole rischio di incidenti per errori ed imprudenze.

Negli ultimi anni queste attrezzature hanno vissuto un vero e proprio boom, quasi una piccola bolla, con numerosi parchi che si sono dimostrati nel breve periodo non redditizi o troppo vicini l'uno all'altro, con conseguente chiusura.

Foto: Giampaolo Calzà

MOUNTAIN BIKE (MTB)

Nella community del mountainbiking sono numerose le terminologie per identificare le varie pratiche, che spesso poi non corrispondono a differenze sostanziali e derivano da usi commerciali o tipici di un singolo paese. Ai fini della pianificazione turistica possiamo riconoscere tre grandi famiglie: ciclo-escursionismo, cross country, gravity.

Le prime due raccolgono tutte le attività che si praticano su strade sterrate e sentieri di difficoltà bassa e moderata, dove la capacità di guida fuori strada non è predominante rispetto all'impegno fisico e la velocità è contenuta o comunque non è uno degli elementi principali, possono quindi condividere gli itinerari con altre attività sportive o ricreative (escursionisti a piedi, cavalli) o silvo pastorali.

Le discipline gravity, di cui il downhill è la più conosciuta, si svolgono esclusivamente in discesa su tracciati ripidi e molto ripidi, dove la velocità ed il superamento di ostacoli sono parte fondamentale della disciplina. Per evitare conflitti con gli altri utenti e possibili incidenti vanno praticati su itinerari riservati ed appositamente attrezzati.

In molte aree dove il numero dei bikers è cresciuto in modo importante, la condivisione degli itinerari è problematica (soprattutto per quanto riguarda il gravity) e la erosione accelerata dei tracciati più frequentati richiede continua manutenzione.

Nella progettazione degli itinerari sarà necessario definire regole di uso e modalità di manutenzione così da evitare il nascere di queste criticità.

Per gli appassionati di gravity la discesa è il momento topico, la risalita avviene normalmente con auto o impianti di risalita. Per questo molte aree sciistiche hanno fatto di queste discipline una valida alternativa estiva, mentre nelle aree a più bassa quota

Foto: Giampaolo Calzà

per la risalita sono nate attività commerciali che garantiscono servizi di trasporto in quota con shuttle. Nelle destinazioni più frequentate si sono allestiti veri e propri bikepark a pagamento con piste di diverso impegno servite dai mezzi di risalita.

Per le attività agonistiche il riferimento è la Federazione Ciclistica Italiana, le attività amatoriali vedono la presenza di tutti gli Enti di Promozione Sportiva e del Club Alpino Italiano. A livello internazionale è attiva una associazione che cura la promozione e la diffusione sostenibile della mtb IMBA, International Moutain Bike Association.

CICLOTURISMO

Il cicloturismo è una forma di turismo dove il principale mezzo di trasporto è la bicicletta per lo più praticato su strade e basso traffico o piste ciclabili. Può essere associato all'utilizzo di mezzi pubblici - treno/autobus - o mezzi privati che forniscono assistenza e trasporto bagagli. Sono attive agenzie specializzate che offrono servizi di guida e supporto.

Sono stati individuati itinerari a lunga percorrenza a livello nazionale ed europeo dalle associazioni di riferimento come FIAB (Federazione Italiana Amici Bicicletta) in Italia o ECF/European Cyclists Federation). La rete nazionale dei percorsi ciclabili prende il nome di Bicitalia ed è integrata nella rete Eurovelo dei percorsi europei.

EQUITURISMO O ESCURSIONISMO EQUESTRE

Escursionismo praticato a cavallo, lungo percorsi per lo più non asfaltati denominati ippovie.

Gli itinerari più lunghi devono prevedere la presenza di punti di sosta attrezzati per il recovero degli animali. Non rientrano nell' equiturismo le semplici attività di maneggio, anche se queste attività spesso organizzano attività di escursionismo equestre.

SPORT D'ARIA

PARAPENDIO E DELTAPLANO

Raccolti sotto la denominazione comune di volo libero sono attività di volo sportivo, che utilizzano ali portatili: nel parapendio una vela gonfiabile, nel deltaplano una vela con strutture rigide. Utilizzano pendii più o meno ripidi per decollare faccia al vento e planare verso il campo di atterraggio posto più a valle, sfruttando correnti ascensionali possono salire di quota e compiere voli di più ore e di lunga distanza. Il deltaplano, oltre che di più difficile trasporto per peso ed ingombro, ha bisogno di decolli più ripidi e campi di atterraggio più lunghi. Ambedue i mezzi non hanno bisogno di grandi strutture, come decollo un pendio di 20x50m ed atterraggio un area piana e libera di ostacoli più o meno come un campo da calcio. Tuttavia quando si installano attività regolari è usuale sistemare il decollo ed installare maniche a vento e centralina meteo. Come per mtb la necessità di salire alle aree di decollo apre l'opportunità per la nascita di agenzie di shuttle service presso le principali aree di volo.
Associazione di riferimento è la Federazione Italiana Volo Libero

BASE JUMP

L'unica delle attività descritte che deve ancora essere considerata estrema, tanto che nell'ultimo anno ha causato numerosi morti tra i praticanti. E' inserita nella descrizione solo al fine di identificarla. Per quanto spettacolare ed affascinante, il rischio che ci si assume nel praticarla non ci consente di inserirla tra le attività turistiche da promuovere. E' bene resti una scelta completamente personale.
I Jumper si lanciano da una rupe sufficientemente strapiombante per poter cadere in caduta libera senza toccare la parete, grazie ad una speciale tuta ad ala riescono a sviluppare una certa portanza che consente di planare su qualche chilometro per poi aprire il paracadute per atterrare. Da non confondere con il parapendio da cui si discosta per modalità di volo e livello di rischio.

Foto: Pasquale Larocca

Foto: Pasquale Larocca

SPORT D'ACQUA

CANYONING E RIVER TREKKING

Si praticano lungo i canyon scavati da torrenti montani, scendendone il corso con calate in corda, brevi arrampicate, tuffi nelle pozze d'acqua e scivolate lungo i toboga naturali.

Si indossano speciali tute in neoprene, scarpe d'acqua, casco ed imbragature.

Se accompagnati da una guida esperta che conosce il percorso, le corrette tecniche di assicurazione e calata, è una attività aperta a chiunque che permette non solo una esperienza eccitante ma anche di visitare ambienti inusuali e spettacolari. E' così diventata una proposta turistica interessante tanto che alcuni dei più famosi canyon vedono decine di migliaia di passaggi ogni stagione.

Con la sua popolarizzazione è diventato usuale proporre percorsi più semplici ed adatti anche alle famiglie ed ai più piccoli. Il RIVER TREKKING propone la discesa lungo fiumi e torrenti, lungo il corso d'acqua privo di tratti troppo ripidi dove siano necessarie manovre di corda.

Associazioni di riferimento: Federazione Italiana Canoa e Kayak oltre a vari enti di promozione sportiva. Associazioni di riferimento: Associazione Italiana Canyoning.

CANOA /RAFTING/HYDROSPEED

Tutte e tre le attività prevedono la navigazione lungo torrenti e fiumi e richiedono quindi portate adeguate. La canoa è una attività individuale che può essere praticata sia su fiume che in mare. Mentre per la navigazione in fiume o torrente sono necessarie abilità tecniche ed esperienza per seguire e saper interpretare la corrente ed i pericoli dovuti agli ostacoli, la canoa marina, eccetto che in condizioni avverse, non richiede specifica esperienza.

Il rafting è una attività di gruppo che utilizza appositi gommoni per scendere fiumi e torrenti anche in presenza di rapide. Una o più guide conducono, con l'aiuto dei passeggeri, l'imbarcazione.

Nell'Hydrospeed si nuota seguendo la corrente di corsi d'acqua utilizzando un galleggiante - simile ad un piccolo bob - per proteggersi dagli ostacoli. Muta, salvagente, casco e pinne completano l'attrezzatura. E' una attività proposta dai centri avventura sui fiumi anche in Italia.

Associazioni di riferimento: Federazione Italiana Canoa e Kayak oltre a vari enti di promozione sportiva.

SURF - WINDSURF - KITESURF

Attività che rientra tra quelle nautico sportive ma che per la leggerezza e trasportabilità dei mezzi adottati e l'approccio dei praticanti si avvicina più alle attività outdoor che alla nautica. Spesso gli appassionati praticano anche altre attività outdoor "terrestri" o viceversa, così da diventare un plus nella scelta della destinazione di vacanza.

LA VACANZA ATTIVA

Il turismo outdoor è parte del più vasto movimento del turismo sportivo e come questo si configura come una tipologia turistica di motivazione più che di destinazione: prioritario rispetto al "dove" diventa il "cosa" posso fare durante la vacanza. E' quindi la motivazione a condizionare i comportamenti di scelta ed acquisto.

Tra le diverse tipologie di turismo sportivo possiamo riconoscere diversi sotto tipi:

- il turista che viaggia per praticare lo sport
- Il turista che viaggia per assistere ad eventi sportivi
- Il turista che viaggia per visitare luoghi storici dello sport

Il turista outdoor appartiene evidentemente alla prima categoria, tant'è che spesso di definisce questa forma di turismo "**Vacanza Attiva**".

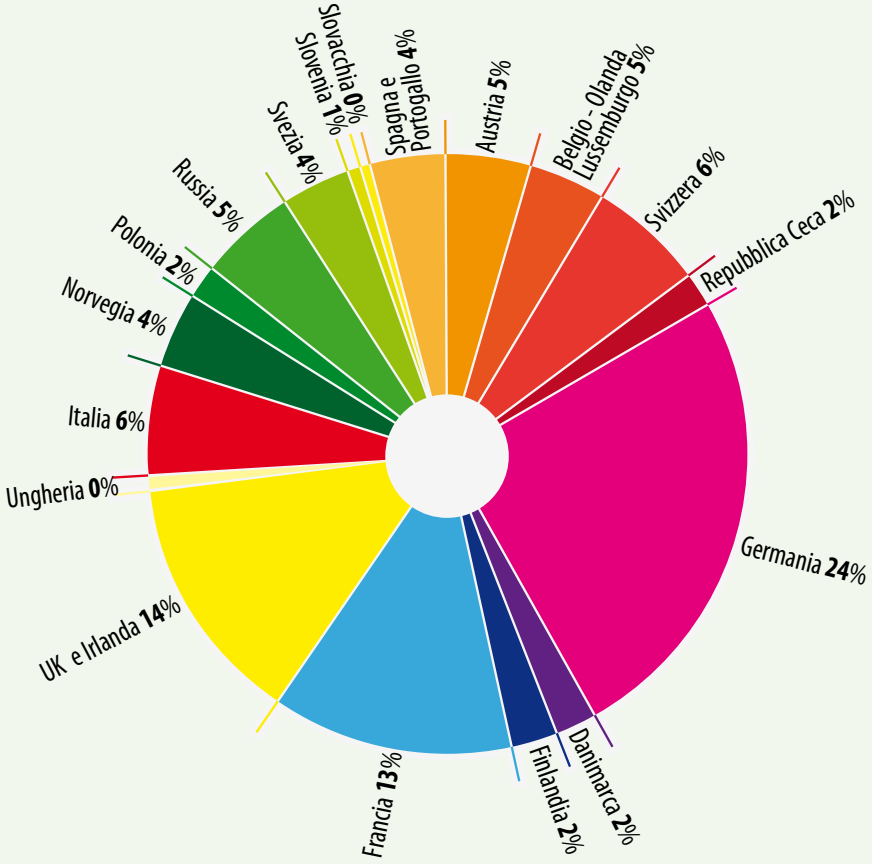
Le attività outdoor iniziano a diventare una interessante risorsa turistica alla metà degli anni 80 e questo movimento turistico si concretizza definitivamente a partire dall'inizio del nuovo millennio. Per la maggior parte sono attività dove non è necessario accedere ad un impianto dedicato cosa che condiziona la possibilità di stimare in modo accurato il numero dei praticanti.

Un dato che certamente testimonia l'interesse di questo settore per l'intera economia è il valore delle vendite di attrezzatura specializzata che nel 2012 a livello europeo aveva superato i 10 miliardi di Euro con Germania (24%), Regno Unito (14%) e Francia (13%) in testa, ma con numeri interessanti anche in Italia, Austria e Svizzera (tutte oltre il 5%).

E' peraltro un settore che negli ultimi quindici anni ha visto continui trend di crescita e che ancora nel 2015 cresce in media del 2%, dimostrando anche negli anni della crisi una forte resilienza in rapporto al resto dell'economia. (Dati European Outdoor Group)

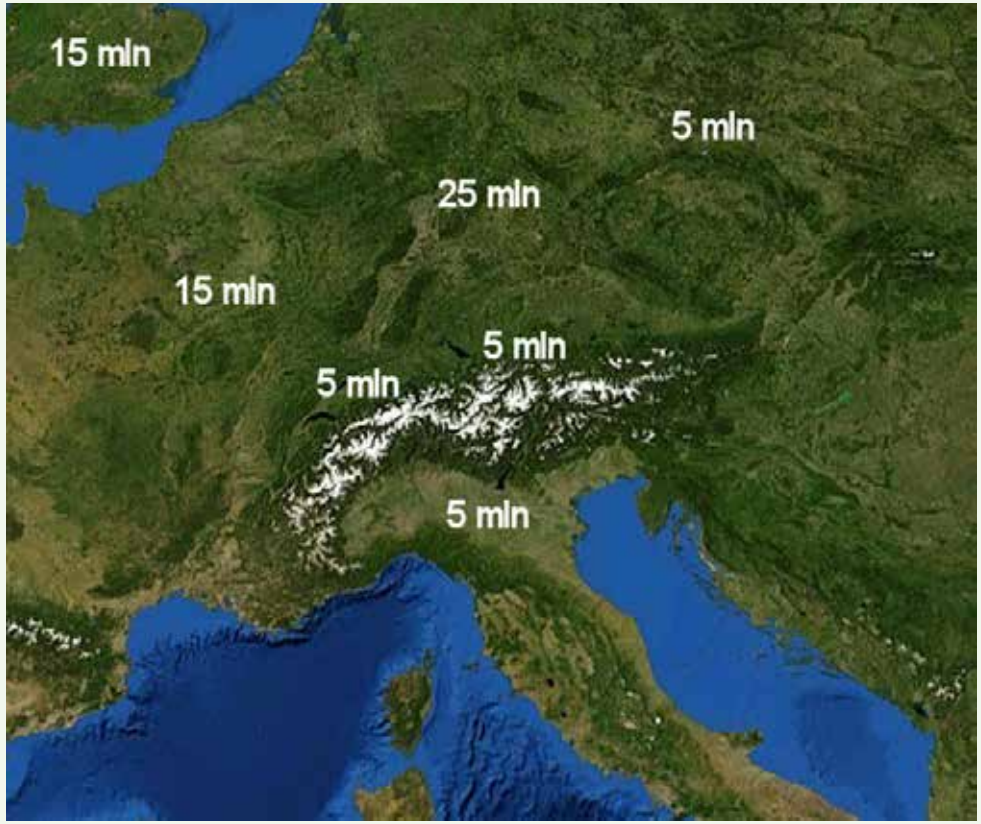
Mercato outdoor europeo 2011

TOTALE OLTRE 10 MILIARDI DI EURO - VENDITE WHOLESALE PER PAESE



Distribuzione del mercato europeo dell'attrezzatura ed abbigliamento per outdoor - dati 2011 EOG - European Outdoor Group

Recentemente sono state pubblicate indagini quantitative relative al numero dei praticanti da European Network for Outdoor Sports / Camera Commercio Savoia / Koln HochSport Hoch Schule che, messe in relazione con i dati del giro d'affari, ci possono dare una idea del numero di praticanti in Europa, stimato a circa 100 mln.



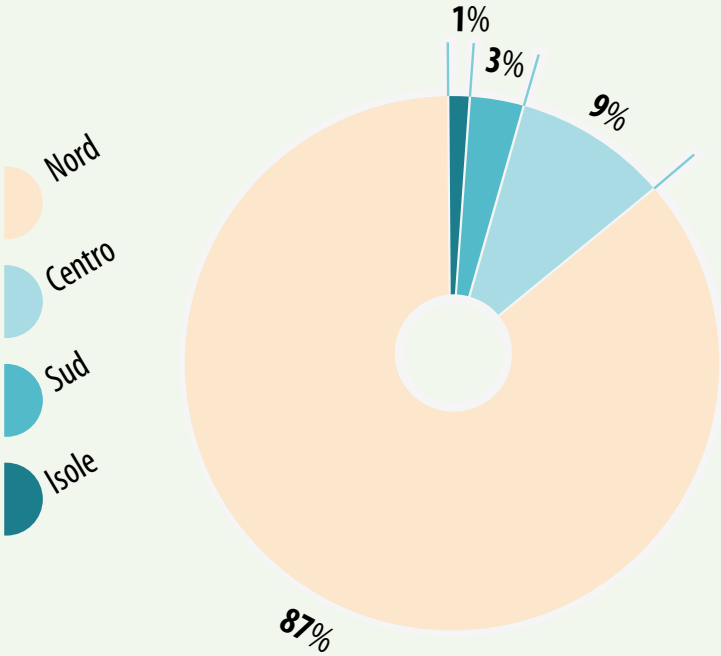
Distribuzione praticanti outdoor in Europa

L'80% dei praticanti dichiara di scegliere la propria destinazione di vacanza in funzione della possibilità di praticare lo sport outdoor.

Abbiamo così in Europa un potenziale di oltre 80 mln di turisti dell'outdoor.

Nel nostro paese la stima è di circa 5 mln di appassionati, una idea della distribuzione può fornirla la ripartizione regionale degli associati al Club Alpino Italiano.

Distribuzione soci Club Alpino Italiano



Un ultimo elemento che conferma il grande interesse economico che il mercato dell'outdoor suscita a livello mondiale: il Governo della Repubblica Popolare di Cina ha lanciato un piano di investimenti per fare uscire dalla povertà 12 mln di persone entro il 2020 attraverso il turismo montano e dello sport outdoor. Il piano è stato presentato nel mese di settembre 2016 alla 2nd International Mountain Tourism & Outdoor Sports Conference, che ha visto la nascita della Alleanza Internazionale per il Turismo Montano.

2nd International Mountain Tourism & Outdoor Sports Conference

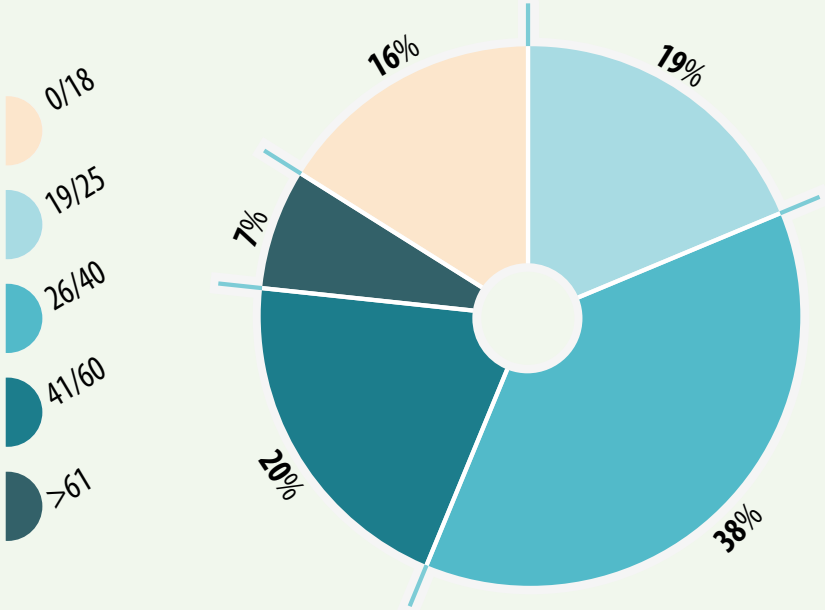
Tutti i precedenti dati testimoniano come negli ultimi quindici anni si sia venuto a creare un mercato numericamente interessante, ma che presenta caratteristiche peculiari che debbono orientare i piani di sviluppo e gli investimenti delle destinazioni turistiche determinate ad investirci.

PROFILO DEL TURISTA OUTDOOR

Negli ultimi quindici anni gli sport outdoor sono passati da sport di nicchia, a volte considerati estremi, ad attività sportivo/ricreative che coinvolgono milioni di persone. Non è stato solo un incremento numerico ma anche un cambiamento socio-economico del profilo del praticante.

Interessante analizzare sotto questo aspetto la distribuzione per età dei soci del Deutscher Alpenverein - Club Alpino Tedesco - che con oltre 1 mln di associati è forse la maggior associazione di riferimento a livello europeo.

Distribuzione per età soci Deutscher Alpenverein
(CLUB ALPINO TEDESCO)



Da notare un generale buon equilibrio tra le fasce di età, ma con una predominanza di soci di età superiore ai **40 anni** (**55%**), persone con una capacità di spesa certamente superiore ai più giovani.

Inoltre possiamo vedere come ambedue le fasce estreme - giovanissimi ed anziani - si posizionino attorno al 20%, restituendo l'immagine di una comunità che si rinnova ma allo stesso tempo con un grande numero di persone che raggiunta l'età della pensione approfittano del tempo libero in modo attivo.

Il Deutscher Alpenverein è una fotografia attendibile della comunità outdoor della Germania, e riportando le stesse percentuali a livello generale possiamo stimare che circa 4 mln di persone, raggiunta la fine della carriera lavorativa, hanno tempo e disponibilità economiche e voglia di dedicarsi allo sport nella natura: un mercato di grande interesse soprattutto in funzione della destagionalizzazione.

In tutte le fasce di età negli ultimi anni il trend è sempre stato di crescita +5%, a testimonianza che di come lo sport outdoor continui a suscitare grande interesse.

Pur nella grande eterogeneità è possibile riconoscere nell'appassionato tratti tipici. Il turista attivo non si sente parte della sport community tradizionale: vive l'appartenenza alle associazioni di riferimento in due modi diametralmente opposti, che sono in realtà ambedue elementi dello stesso sentimento "alternativo". E' fortemente coinvolto nelle associazioni dedicate (Club Alpino, Associazioni Escursionistiche) a cui partecipa a volte con forme di lavoro volontario, o diversamente rifugge qualsiasi forma organizzativa.

Il turista attivo tipo non utilizza gli impianti sportivi standard - preferendo se possibile l'attività all'aria aperta, vive un forte coinvolgimento nelle attività praticate, che spesso trasforma in una filosofia di vita salutista e naturale a cui difficilmente rinuncia, anche in caso di limitazioni economiche. Cerca un rapporto diretto e schietto con la realtà locale con cui ama entrare in sintonia ed è pronto ad accettare una più elevata esposizione al rischio durante la pratica dello sport perché ritiene la sensazione di avventura è una componente essenziale nella pratica.

Questa particolare tipologia di turisti non ricerca lusso o formalità ma richiede una grande attenzione alle esigenze del proprio sport.

Emergono da qui gli elementi che fanno di una destinazione turistica un riferimento per il turismo outdoor:

- ambiente naturale
- varietà e ricchezza delle proposte sportive
- possibilità di vivere esperienze autentiche, non troppo artificiali
- presenza di strutture e servizi dedicati
- strutture ricettive dedicate ed accoglienti, non troppo grandi ne formali, anche se di qualità
- ristorazione di qualità e locale
- accoglienza e comprensione se non condivisione del proprio sport da parte della popolazione
- possibilità di una esperienza outdoor a 360°, H 24
- spazi e momenti di incontro dedicati.

E' così evidente come nella competizione globale non sia più sufficiente proporre e decantare le bellezze e le opportunità del territorio, ma servano piani mirati di infrastrutturazione per costruire un prodotto outdoor appetibile.

Parallelamente diventa necessario pianificare e realizzare di un sistema di strutture, servizi e regole volte a contenere e ridurre l'impatto che un importante incremento dei flussi antropici in aree spesso sensibili e delicate inevitabilmente comporta.

CASE STUDIES

Garda Trentino

La città di Arco è forse uno dei casi di successo più studiati a livello europeo, in grado di suscitare attenzione perfino a livello mondiale.

La cittadina del Trentino meridionale, a pochi chilometri dalla sponda nord del Lago di Garda, ha una lunga tradizione come destinazione turistica. Grazie al suo clima mite nei primi anni del secolo scorso era il ritiro invernale della aristocrazia asburgica, che ne ha modellato anche ambiente, con parchi e giardini, e l'architettura, con ville e residenze.

Ovviamente tutto questo finisce bruscamente con il crollo dell'Impero. Dopo la seconda guerra mondiale per qualche decennio l'economia, a fianco dell'agricoltura e dei primi insediamenti industriali, è animata dal turismo sanitario: l'aria salubre ne fa stazione di cura e soggiorno per i malati di tbc, con la nascita di sanatori e case di cura.

Un modello economico che entra in profonda crisi negli anni 70 con la drastica diminuzione di ammalati e la chiusura di molti sanatori, a cui si affiancano le crisi industriali degli anni 70 ed 80.

Arco deve quindi misurarsi con una situazione di profonda crisi e la necessità di reinventare un modello economico.

A cinque chilometri da Arco le due cittadine di Torbole e Riva del Garda, forti della loro collocazione sulle sponde del Garda in quegli anni diventano un riferimento per il turismo balneare d'oltralpe.

Agli inizi degli anni 80 la sponda nord del Lago di Garda diventa poi una delle più conosciute destinazioni per gli appassionati del windsurf e le due cittadine rivierasche di Torbole e Riva del Garda vivono un vero e proprio boom turistico spinto dagli sport della vela.

Arco, pur a soli pochi chilometri all'interno, rimane estranea a questo movimento turistico.

Ma alla metà degli anni 80 nasce e prende piede l'arrampicata sportiva, che lasciate le pareti alpine, sceglie come terreno di gioco le falesie di fondovalle ed i climbers prendono a frequentare ed attrezzare le pareti attorno ad Arco.

E' un primo flusso turistico che non sembra in grado di generare ricadute sul territorio sia per il numero limitato, pur in continua crescita, sia per la tipologia dei praticanti, giovani che spesso prediligono tenda e sacco a pelo o la notte in furgone, ma l'esempio del fenomeno windsurf, iniziato nell'identico modo e poi diventato una importante risorsa turistica, offriva interessanti spunti a chi avesse avuto la capacità di interpretarli ed osare.

Un gruppo di amministratori locali seppe interpretare, con anticipo di tre lustri, quel movimento e crederci, decidendo di investire risorse in quello sport emergente.

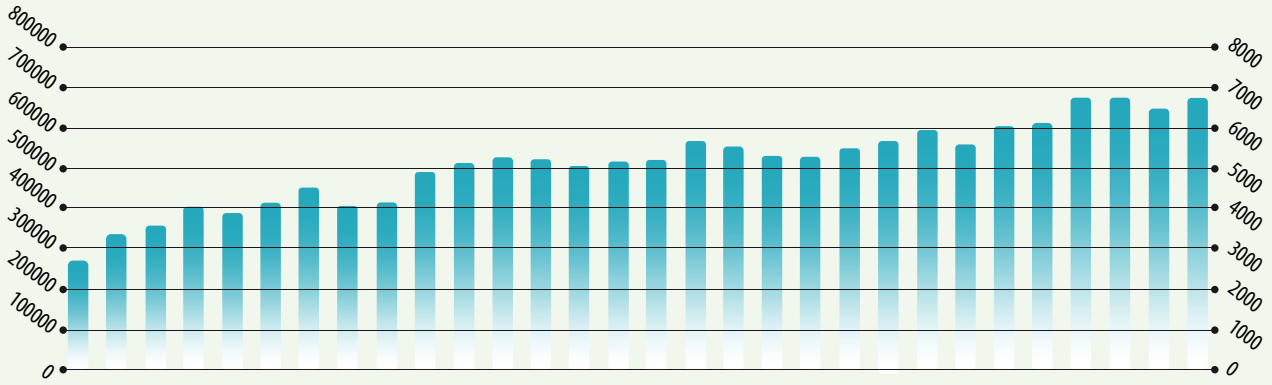
Un progetto che fin dall'inizio integrò costruzione del prodotto con la promozione, infrastrutturazione del territorio per la pratica dell'arrampicata e organizzazione di grandi eventi sportivi - da trent'anni il Rock Master di Arco è la più famosa competizione di climbing mondiale - in grado di fare diventare la città un riferimento mondiale nel settore.

Qualche anno dopo, all'inizio degli anni 90, lo stesso schema fu replicato con il nuovo fenomeno della Mountain Bike, ed il Garda Trentino divenne la sede del più grande festival europeo di questo sport.

A distanza di trent'anni Arco ed il Garda Trentino possono dire di avere vinto la scommessa e una parte consistente della economia turistica è direttamente legata al turismo outdoor.

Dalla metà degli anni 80 le presenze turistiche ad Arco segnano un continuo trend di crescita.

Trend presenze turistiche ad Arco dal 1985/2015

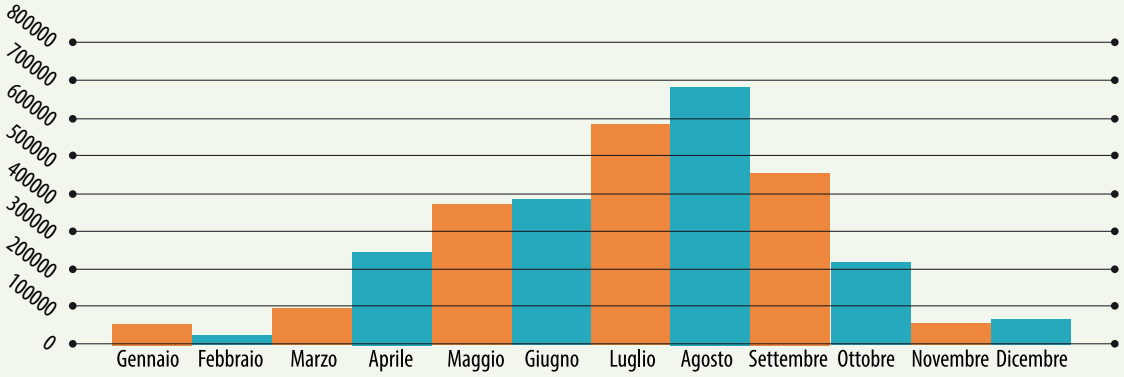


Negli ultimi quattro anni il Garda Trentino ha registrato oltre 3 mln di presenze turistiche di cui il 60% legato al turismo outdoor. Da una recente indagine dell'Osservatorio sul Turismo della Provincia Autonoma di Trento la spesa media giornaliera del turista sportivo si attesta attorno agli €80,00, generando così ricadute economiche sul territorio di oltre 150 mln di Euro.

Dallo stesso report conosciamo la distribuzione delle diverse tipologie di praticanti con i biker a farla da padroni con il 54%, seguiti da climbers 18% e trekkers 17%.

Un elemento di grande interesse è la forte spinta alla destagionalizzazione che lo sviluppo del turismo outdoor ha determinato. Nel Garda Trentino la stagione turistica inizia in modo importante già ad aprile e termina a fine ottobre, nelle due stagioni estreme la percentuale di turisti sportivi è assolutamente preponderante.

Presenze turistiche nel Garda Trentino anno 2015



Qual è stata la tipologia di investimenti nel settore dell'outdoor?

Nei primi quindici anni si è trattato quasi esclusivamente di investimenti pubblici (Provincia Autonoma di Trento ed Amministrazioni Comunali).

Dobbiamo tuttavia considerare che se ora esiste un mercato strutturato per lo sport nella natura, negli anni 90 questo era solo una visione profetica. L'Ente Pubblico ha saputo interpretare i trend e preparare il terreno.

Attualmente l'investimento pubblico annuale è stimabile in € 500.000,00 per opere di infrastrutturazione (sentieri, falesie attrezzate, segnaletica, manutenzione) ed € 500.000,00 per eventi promozionali di grande respiro.

Alla metà degli anni 90 iniziano i primi investimenti privati, aprono negozi dedicati all'arrampicata, le prime agenzie di guide alpine e di shuttle service.

Oggi Arco, con una popolazione di appena 18.000 abitanti, vede la presenza di ben 20 negozi specializzati in materiale ed abbigliamento da montagna ed arrampicata, 6 negozi specializzati in Moutain Bike, con servizi di noleggio e shuttle e 5 agenzie di guide alpine ed accompagnatori che impiegano oltre 30 professionisti full time.

Negli anni 2000 il turismo outdoor è stato ormai assunto come l'elemento portante dell'economia locale e la sinergia, pur con le normali difficoltà, tra pubblico e privato è un fatto acquisito.

Nel 2009 si compie un passo estremamente importante con il lancio del progetto Outdoor Park Garda Trentino, un vero e proprio piano di sviluppo che ha visto la creazione di tavolo di lavoro permanente in cui sono presenti le sette amministrazioni comunali dell'ambito turistico, la Provincia di Trento con il Servizio Sostegno Occupazionale e Valorizzazione Ambientale, le Associazioni di riferimento delle diverse attività, rappresentati dei diversi operatori economici, sotto la regia della Azienda di Promozione Turistica.

Questo ha permesso di rispondere in modo coordinato alla domanda turistica, lavorando ad un territorio omogeneo per livello di qualità delle strutture e servizi, ed allo stesso tempo sviluppando importanti sinergie tra tutti i soggetti interessati su una scala più ampia dei singoli comuni.

Certamente il Sistema Turistico della Valle del Noce presenta grandi analogie con il Garda Trentino.

A balzare immediatamente all'occhio è la struttura territoriale, qui il mare là il lago, la Valle del Noce e la Valle del Sarca, il Monte Sirino ed Il Monte Baldo, ma anche una tradizione turistica pre esistente improntata sulla classica offerta balneare e la necessità di cambiare passo.

Il Sistema Turistico della Valle del Noce può fare tesoro di queste esperienze tenendo evidentemente in conto le specificità sia in termini positivi - stagione potenzialmente più lunga, mediterraneo come forte elemento di appeal - che le criticità - lontananza dai tradizionali grandi bacini di utenza, necessità di costruire il prodotto ed una reputazione.

LIGURIA

LE DUE RIVIERE

L'offerta turistica della Liguria si concentra, in termini quantitativi, sulla costa: il sistema costiero concentra infatti oltre l'80% dei pernottamenti e dei posti letto. Il sistema di offerta si distingue in due ambiti con caratteristiche distinte:

- **il Ponente (province di Imperia, Savona, parte di Genova):** rappresenta oltre il 60% delle presenze regionali e quasi il 60% dei posti letto. È stato oggetto del primo storico sviluppo turistico in Liguria: il balneare rappresenta quindi il principale modello di turismo, anche se si assiste ad un progressivo (ma non radicale) processo di ampliamento e diversificazione dell'offerta soprattutto in direzione del turismo outdoor. Sempre come risultato del modello tradizionale di sviluppo, la ricettività è principalmente di tipo alberghiero (circa la metà dei posti letto, soprattutto nella provincia di Savona).
- **il Levante (provincia di La Spezia, parte di Genova):** rappresenta il 23% delle presenze e il 26% dei posti letto regionali. Data la morfologia territoriale e la presenza di alcune destinazioni iconiche note a livello internazionale come Portofino o le Cinque Terre, affianca al prodotto balneare anche prodotti più di nicchia (culturale, naturalistico) e con maggiore capacità di spesa. Ha una quota crescente di mercati stranieri, che hanno raggiunto e in alcuni casi superato il 50% delle presenze. Si sta progressivamente imponendo il sistema ricettivo extralberghiero che è divenuto connotante di quest'area e dell'esperienza di vacanza.

Fino al 2013 vi è una sostanziale differenza tra le due riviere:

- nel Ponente diminuiscono arrivi e presenze e si contrae l'offerta ricettiva, tranne che in alcuni casi isolati spinti dallo sviluppo di prodotti turistici alternativi (esempio Finale con turismo outdoor)
- nel Levante aumentano arrivo e presenze, con sensibile incremento degli stranieri ed una progressiva differenziazione dell'offerta ricettiva.

Dal 2013/2014 si assiste ad una progressiva ripresa di arrivi e presenze, in sintonia con l'andamento nazionale, ma è comunque sempre il Levante a marcare i trend più positivi. Questa differenza è in gran parte riconducibile al fenomeno di stagnazione (per non dire crisi) del modello classico di turismo balneare, predominante nella riviera di ponente, evidente anche nella crescita del peso percentuale della alta stagione (tipicamente balneare) sulla bassa.

L'entroterra

L'entroterra ligure è un ambito numericamente ancora poco consistente – fa infatti registrare solo il 4% delle presenze ed il 9% dei posti letto regionali - ma destinato ad assumere un ruolo progressivamente più importante nel sistema di offerta regionale. Al momento si tratta di un segmento poco sviluppato sia livello di ricettività che di organizzazione e proposte turistiche, anche se si sta assistendo ad un graduale sviluppo di entrambi questi aspetti a livello:

- ricettivo la crescita di offerta, principalmente legata a forme di piccola ricettività e/o ricettività rurale (b&b, affittacamere, agriturismi, alberghi diffusi);
- di prodotto lo sviluppo di un turismo culturale di scoperta volto alla rivalorizzazione di borghi antichi (come Dolceacqua, Apricale o Triora), alla pratica di sport outdoor (trekking, mountain bike, rafting) ed all'enogastronomia tipica.

La componente straniera, trattandosi di un target meno legato al modello classico balneare è particolarmente rilevante in quest'area (circa il 40%) a conferma che si tratta di un segmento che esprime richieste e ricerca soluzioni alternative e più in linea con le nuove tendenze di diversificazione ed autenticità dell'offerta.

I prodotti turistici della Liguria

Come anticipato, il prodotto turistico di punta per la destinazione Liguria è rappresentato dal **turismo balneare**: il mare, infatti è la destinazione di oltre l'80% delle vacanze. Il balneare è inoltre il prodotto di riferimento per il 77,5% delle imprese della filiera (con punte del 93,1% per quelle della provincia di Imperia e del 91,3% per quelle di La Spezia).

Si tratta di un prodotto maturo che, nonostante goda ancora della fiducia degli operatori turistici, non è più sufficiente da solo a decretare il successo del modello turistico in Liguria ed a garantire un stabilità, se non una crescita, dei flussi turistici in tutte le aree della Regione.

Il **turismo culturale** è un prodotto con un relativo tasso di sviluppo e che da tempo si è parzialmente affiancato al turismo balneare come suo completamento. Nel turismo culturale sono specializzate il 37,7% delle imprese a livello regionale ma, a differenza del mare, la percentuale delle imprese che lo considerano strategico è molto variabile: si va da un minimo del 9% circa nella provincia di Savona, al 28%-30% in quelle di Imperia e La Spezia, fino ad un massimo del 70% nella provincia di Genova.

Il **turismo naturalistico** è un prodotto che, pur disponendo di un grosso potenziale grazie alle caratteristiche ambientali della Liguria (tra cui l'abbinamento montagna-mare dovuto alla particolare conformazione geografica) non rappresenta ancora un "cavallo di battaglia" dell'offerta turistica regionale (con alcune parziali eccezioni tra cui la Riviera Outdoor di Finale e il Parco delle Cinque Terre), soprattutto a livello di organizzazione, servizi e comunicazione.

Il **turismo outdoor e sportivo**, nonostante l'elevata percentuale di turisti che dedica la vacanza in Liguria allo sport (63,8%), è considerato un prodotto di riferimento da appena il 23,8% degli operatori (18,5% per gli sport di terra e 17,9% per gli sport di mare). Fanno eccezione le imprese della provincia di Imperia, dove il 51,7% degli operatori considera come prodotto di riferimento il turismo sportivo legato alle attività di terra ed il 44,8% a quelle di mare. Il turismo sportivo è attualmente un prodotto in via di sviluppo per circa il 9% degli operatori liguri che lo considerano "di riferimento" per la propria attività, mentre per il 6% circa delle imprese è un prodotto di successo.

Il turismo outdoor

La Liguria presenta caratteristiche ambientali simili alla costa tirrenica della Basilicata, con una catena montuosa che si spinge fino ad oltre 2000 metri, un terreno di gioco ideale per gli appassionati degli sport nella natura sia estivi che invernali. Da oltre tre decenni è diventata un riferimento per numerosi appassionati delle più disparate discipline outdoor.

Arrampicata

La Liguria è con il Trentino e la Sardegna una delle aree d'Italia più frequentate dal turismo arrampicata. Tutta la regione vede la presenza di falesie attrezzate dagli appassionati, conosciute a livello internazionale e meta di decine di migliaia di appassionati ogni anno, ma certamente è il Finalese la più frequentata con oltre 3000 itinerari attrezzati, pressoché totalmente per iniziativa degli appassionati. Come nel Garda Trentino, anche se non con lo stesso impatto, l'arrampicata è percepita come un'importante risorsa economica tanto da fare nascere attività imprenditoriali direttamente collegate con questo sport. E' importante la componente turistica proveniente da Germania e Svizzera.

Escursionismo

La Liguria vanta una lunga tradizione quale destinazione per gli amanti del trekking. Alcuni itinerari hanno assunto rinomanza mondiale, dai sentieri delle cinque terre e Portofino, all'Alta Via dei monti liguri, tanto da avere portato alla approvazione della legge regionale 24 del 16/06/09 volta a tutelare e valorizzare la rete escursionistica della Liguria

Mountain Bike

La mountain bike ha conosciuto in Liguria una larga diffusione, sia grazie alla conformazione del territorio con rilievi che partono spesso direttamente dalla costa, sia grazie al clima che consente la pratica di questa disciplina anche nei mesi invernali quando altrove le condizioni meteorologiche e le temperature non lo permettono. Anche in questo caso è l'area del Finalese la più nota e quella con un'offerta relativamente più organizzata, con decine di tracciati segnalati, di negozi e centri attrezzati, di bike hotel che offrono servizi dedicati, servizi di shuttle. Ogni anno qui si svolge la ormai celebre 24h di Finale, una gara-maratona che vanta ormai una buona notorietà anche internazionale ed un seguito crescente che ha portato il brand Finale a rafforzarsi progressivamente nell'ambito della mountain bike.

Altre aree limitrofe si sono recentemente sviluppate sul modello di Finale.

Canyoning

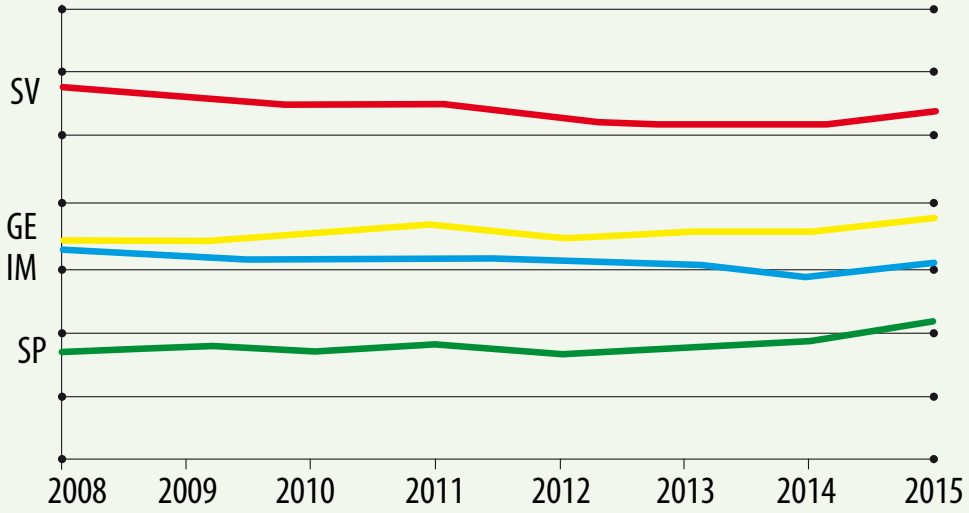
Anche la pratica di scendere lungo le forre scavate dall'acqua lungo i versanti montuosi è diventata lungo la Riviera Ligure un'opportunità di sviluppo turistico. Le aree di maggior interesse sotto questo aspetto sono localizzate nell'entroterra tra Ventimiglia ed Imperia (Valli Nervia, Argentina ed Arroscia), nell'entroterra di Genova e nel Parco dell'Aveto, ma la zona a maggior concentrazione è certamente il Parco del Beigua con oltre una dozzina di percorsi attrezzati. Sono attive diverse associazioni e società di guide che propongono escursioni accompagnate

ANDAMENTO DELLE PRESENZE TURISTICHE NELLE DUE RIVIERE

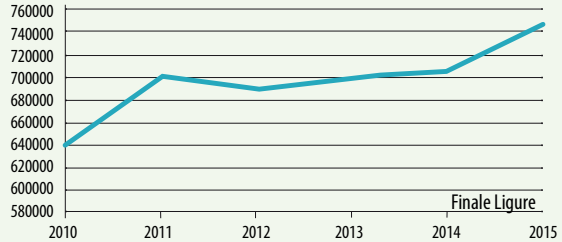
I dati delle presenze turistiche dal 2007 mostrano come la Riviera di Levante e Genova, che propongono prodotti turistici non completamente focalizzati sul balneare mantengano o accrescano le presenze, a differenza delle province del Ponente (Savona ed Imperia) che vedono fino al 2014 un trend continuamente negativo.

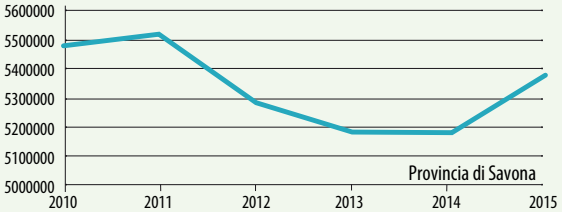
Rappresenta un'eccezione nel ponente Finale Ligure che mostra a partire dal 2010 un trend di crescita nelle presenze turistiche, in totale controtendenza con le dinamiche turistiche della provincia di Savona e di tutto il ponente ligure, chiara dimostrazione di come la differenziazione del prodotto turistico rispetto al balneare, nel caso specifico l'outdoor, possa determinare un deciso cambio di rotta nelle prospettive di crescita per le realtà che hanno risorse ambientali da valorizzare e volontà di investirci.

Andamento delle presenze nelle strutture ricettive nelle quattro province liguri - 2008/2015



Presenze turistiche 2010/2015





Tuttavia il Finalese pur avendone avuto le opportunità è stato per molti anni al palo e non ha avuto la stessa dinamica positiva di Arco e del Garda Trentino e solo ultimamente ha imboccato con decisione questa strada.

L'elemento debole dell'offerta è stato per lungo tempo la limitata integrazione nel prodotto-destinazione, il turismo outdoor solo recentemente ed in modo non lineare e non omogeneo ha preso ad essere considerato un'opportunità di sviluppo dalle amministrazioni pubbliche, tanto che tutte queste iniziative imprenditoriali pur generando interessanti cadute sul territorio avevano spesso più i caratteri della spontaneità che del prodotto turistico organizzato, limitando il peso che potrebbero aver avuto se inserite in una strategia di sviluppo generale. Negli ultimi anni si è assistito ad un cambio di rotta sia da parte delle amministrazioni pubbliche che dell'imprenditoria privata con la messa in campo di forme di coordinamento che iniziano a dare risultati.

Oetzal (Austria) – Outdoor Park Area 47

L'Outdoor Park Area 47 è localizzato nel Tirolo Austriaco, 50 km ad ovest di Innsbruck lungo la Valle del fiume Inn, all'imbocco della Oetztal.

Si estende su un'area di 66.000 mq ed offre una serie di attrazioni e servizi per gli appassionati di outdoor.

Area 47 è al tempo stesso una destinazione in grado di attrarre visitatori autonomamente ed un centro servizi per l'outdoor inserito nel sistema turistico dell'Oetztal.

Le attrazioni interne al parco, pur posizionate in un contesto di esperienza attiva ed emozionale, sono tarate sulla dimensione ludica dell'esperienza e non agonistica con attività accessibili a tutti e che non richiedono particolare preparazione tecnica o fisica.

All'interno di Area 47 si trovano:

- pareti di arrampicata artificiali e parco avventura allestiti sfruttando come supporto i piloni del viadotto stradale,
- attività in adrenaliniche in acqua realizzate sul lago artificiale (deep water solo su parete artificiale, diving tower per tuffi a grande altezza, hydrospeed artificiale lungo uno scivolo di 35m, pista per salto e free style con gli sci ed atterraggio in acqua,scivoli da quelli adatti ai più piccoli fino a free fall in grado di lanciare il tuffatore a 80 km/h verso lo specchio d'acqua)
- aree attrezzate per beach volley e beach soccer
- campo di motocross riservato a moto elettriche realizzato in collaborazione con Ktm, con una proposta innovativa

sia per l'esperienza che per la riduzione di impatto in termini sia sonori che di emissioni.

- un area indoor destinata ad eventi e concerti
- aree ristorazione
- una area ricettiva con sistemazioni in tepee in legno stile campeggio o bungalow per un totale di 350 posti letto, venduti solo in associazione con le attività del villaggio.
- L'elemento caratterizzante di Area 47 rispetto ad altri parchi divertimento, non sta solo nella tipologia di attrazioni orientate verso un target più attivo ma soprattutto nel suo perfetto inserimento nel sistema turistico locale.

Area 47 si è strutturato come un vero e proprio centro servizi per lo sport oudoor offrendo attività accompagnate che includono il nolo di tutta l'attrezzatura:

- Arrampicata sulle falesie e le vie ferrate della valle
- Canyoning lungo le forre
- Rafting di diversi livelli lungo i corsi dell'Inn e dell'Oetzal
- Escursioni in mtb e downhill nella Valle di Solden.

Tutte queste attività sono vendute in pacchetti che includono pernottamento, guide, nolo materiale e transfer verso le aree di pratica con partenza dall'Area 47.

Il 40% delle presenze è generato dalle attività outdoor il che ne attesta il valore come punto di riferimento per tutto il sistema turistico locale.

TARGET E MERCATI DI RIFERIMENTO

I visitatori del parco coprono un spettro di età estremamente ampio, dai 5 ai 60 anni.

Per il 50% individuano nel parco la motivazione principale mentre il restante 50% nelle attività outdoor proposte. Per il 70% soggiornano presso le strutture ricettive del parco.

I principali mercati sono Germania, Austria, Nord Italia, Olanda.

PERFORMANCE

Area 47 è operativa dal 2010 e nei primi tre anni ha fatto registrare valori di crescita estremamente importanti, con un +600% nel corso del 2012 in cui è arrivata a registrare

300.000 presenze. La stagione per ragioni climatiche è limitata al periodo estivo, da maggio a settembre. Le risorse umane impegnate variano da 110 a 140, di cui una gran parte presso i servizi di ristorazione.

L'esperienza di Area 47 dimostra come si possa costruire:

- un prodotto competitivo in una stretta valle, sotto uno svincolo autostradale, un 'area che a prima vista non sembra proporre eccellenze, declinando ed integrando la propria offerta in sintonia con il territorio circostante
- il proprio successo diventando un punto di riferimento ed aggregazione.

FOCUS TURISMO RELIGIOSO

Autori: Diego Albanese

Dal pellegrinaggio al turismo religioso

Per analizzare meglio il fenomeno del turismo religioso ed orientare le scelte progettuali è necessario formalizzare la sua definizione. La pluralità di motivazioni che spinge alla visita di luoghi caratterizzati dalla spiritualità e dalla sacralità, la loro diversa intensità e le personali modalità con cui si vanno a combinare spiegano la difficoltà di tracciare linee di confine precise.

Possiamo tuttavia evidenziare una netta distinzione tra il pellegrinaggio e il turismo religioso.

Il pellegrinaggio si caratterizza per non essere un semplice viaggio, ma un'esperienza di fede profonda in cui il santuario non è una meta turistica ma memoria dell'opera di Dio, e l'atto di andare verso il luogo sacro presuppone un'adeguata preparazione che si svilupperà nelle tappe del cammino che conduce al santuario.

Il turismo religioso si differenzia, in quanto utilizza lo schema di viaggio che è alla base del turismo tradizionale come esperienza di soggiorno totalizzante, su cui innesta l'esperienza religiosa. Una forma di turismo che si caratterizza per essere un fenomeno in continua evoluzione, complesso e frammentario nelle dinamiche attuative, dominato dal bisogno di spiritualità ma anche di cultura delle radici e di socializzazione.

Dal punto di vista soggettivo, il pellegrino è, dunque, un cristiano che compie un atto di culto, mentre il turista, anche quello che visita luoghi religiosi, non intende compiere solo un'esperienza spirituale ma soddisfare la propria curiosità (anche culturale), di scoprire luoghi nuovi, riposarsi o distrarsi.

Il turismo religioso per queste sue caratteristiche si intreccia in maniera complessa con il turismo sociale e, soprattutto, con il grande contenitore del turismo culturale. Rispetto a quest'ultima forma di turismo che si muove verso i luoghi del sacro per ragioni estetiche, di scoperta delle radici culturali della sua civiltà, sono evidenti i punti di contatto, ma anche le diversità delle motivazioni di base, con le evidenti ricadute in termini di richiesta di prodotti e servizi. Può, pertanto, essere opportuno parlare di turismo religioso–culturale non assimilabile al pellegrinaggio anche se ad esso contiguo e che si basa sulla motivazione prevalente, o rilevante, di scoprire o riscoprire il significato religioso di beni culturali o anche di eventi etnici appartenenti ad una religione, attraverso la fruizione di beni e servizi professionalmente organizzati e intellettualizzati.

Il turismo religioso oggi può essere, quindi, considerato quale macrosistema in cui far rientrare sia il turista in senso stretto che il pellegrino.

Una sintesi che ci fa comprendere come il turismo e il pellegrinaggio possono essere accomunati la fornisce Nocifora, sociologo del turismo, che definisce "turismo religioso quella pratica turistica che ha come meta luoghi che hanno una forte connotazione religiosa, ma la cui motivazione è eminentemente culturale e/o spirituale, quando non direttamente etnica, o naturalistica, o a carattere etico/sociale, ma non religiosa in senso stretto".

Casi in cui è possibile confermare tale giustificazione sono le mete più famose di turismo religioso quali Pompei, Città del Vaticano, Santiago de Compostela, ecc. Il "Camino de Santiago" è un esempio di come turismo religioso e pellegrinaggio convivono a stretto contatto fra loro. Al momento di ricevere la "compostela" si compila un breve questionario in cui si cerca di indagare la motivazione del pellegrino, da cui emerge che il turista si dà una meta che ha una connotazione religiosa, un santuario, un convento, ecc. ma non è la sua confessione a guidare la pratica di viaggio quanto piuttosto il movimento turistico connotato in senso moderno. Così facendo si crea un legame fra il passato e presente, dove le mete del pellegrinaggio tradizionale sono trasformate in mete di un movimento turistico caratterizzato la maggior parte delle volte in senso culturale, o etico/sociale, o naturalistico/salutista.

La legittimazione del turismo verso le mete di culto o a forte spiritualità si è avuta nel 1987, quando il Consiglio d'Europa ha riconosciuto l'importanza dei percorsi religiosi quali veicoli culturali e spirituali di primaria importanza. Anche analizzando i dati forniti dalla WTO, successivamente esposti, si può costatare il peso che oggi il turismo religioso riveste nell'economia mondiale.

Il connubio fra turismo religioso e culturale determina, da parte di destinazioni e operatori, di una vasta e differenziata proposta che, partendo dall'identificazione di nuove attese nella domanda e nell'offerta, disegna nuove nicchie di mercato, verso cui si rivolgono nuovi soggetti imprenditoriali con la presentazione di nuovi prodotti/circuiti turistici.

Alla base della fruizione dei luoghi sacri troviamo un mix motivazionale diversificato che spinge alla visita turistica del sito e segmenta la domanda in diverse nicchie di mercato; si va dal sacro al secolare passando per numerosi altri target, in cui la capacità di attrarre è determinata dalla notorietà e valenza (spirituale e non) delle risorse, ma anche e soprattutto dalla loro organizzazione turistica.

Forme di fruizione di luoghi sacri rispetto al mix motivazionale

Fonte: Umbria e Turismo religioso, CST

La fruizione sacra pone al centro il culto ed è vincente tanto più è riconosciuta la valenza religiosa del luogo, allo stesso tempo quella secolare si basa sulla notorietà e fruibilità dei luoghi in ottica leisure.

L'organizzazione turistica dell'offerta, proposta dalla destinazione, dovrà essere elaborata in relazione al segmento di mercato obiettivo.

La sola focalizzazione sull'aspetto culturale, ad esempio, rischia di mettere in secondo piano l'attualità di un atto di culto ancora vissuto come espressione di identità e appartenenza di fede. Questo può determinare problemi nella gestione dei beni culturali di interesse religioso (chiese, santuari, itinerari religiosi, ecc.) che per il turista rappresentano una memoria storica (fatto culturale) da fruire secondo modalità e con la disponibilità di servizi che non sono quelli del pellegrino, che vive il bene culturale come oggetto di un atto di culto.

La motivazione Religiosa nel Turismo Internazionale

Sebbene non siano disponibili studi a livello mondiale sul turismo religioso, alcuni dati possono aiutare a comprendere le dimensioni di questo fenomeno.

Questo a partire dalle stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo[1] secondo cui sono circa seicento milioni l'anno i viaggi religiosi e spirituali (nazionali e internazionali) nel Mondo, di cui il 40% in Europa e circa la metà in Asia.

Un' indagine sul turismo interno condotta dal Ministero del Turismo Indiano nel 2002 stimava in più di 100 milioni i turisti che viaggiavano per "motivi religiosi e pellegrinaggi", e otto delle prime dieci destinazioni dei turisti indiani erano siti di pellegrinaggio.

Per l'Ufficio governativo del turismo americano[2] tra gli oltre 27 milioni di statunitensi che nel 2011 hanno viaggiato all'estero, il 2% (540 mila) ha indicato come motivazione principale "religione/pellegrinaggio", mentre un altro 3% l'ha indicata tra le altre motivazioni (811 mila). E questo tipo di turismo risulta in crescita già a partire dai primi anni 2000.

Grazie a uno studio del 2007 condotto da Menlo Consulting Group, si può delineare un profilo del viaggiatore americano tipo interessato alla motivazione religiosa: anziano/a, sposato (70%), con un reddito familiare superiore a 75.000 dollari (più del 50% degli intervistati), viaggia con il coniuge e gli amici.

Il 63% si rivolge per l'organizzazione ad un agente di viaggio e, sebbene cerchi un equilibrio tra le attività religiose e non religiose, nella maggioranza dei casi (75%) è interessato ad esperienze mirate a condividere la propria fede con altri viaggiatori che hanno gli stessi interessi. Il viaggiatore religioso ha aspettative molto specifiche circa la distribuzione, la programmazione, l'organizzazione, la qualità di questo tipo di turismo. E bisogna fare attenzione perché sono viaggiatori "fedeli" in tutti i sensi; 4 su 5 sarebbero disposti a ripetere l'esperienza del viaggio religioso.

Passando all'Europa, le Autorità francesi[3] stimano che il 37% degli arrivi di turisti stranieri in Francia (33 milioni su 90 totali) è legato al turismo culturale, nell'ambito del quale gli aspetti religiosi e spirituali hanno una parte importante: ne rappresentano, infatti, il 44% (circa 15 milioni di turisti stranieri).

1 - Religious Tourism in Asia and the Pacific", Unwto 2011

2 - Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations: 2011 Outbound", U.S. Department of Commerce International Trade Administration

3 - Atout France

Destinazioni ed eventi

Tra le destinazioni del turismo religioso internazionale spiccano per notorietà e intensità del culto l'Italia (come si vedrà anche dopo), la Francia (con Lourdes in preminenza), ma anche il Portogallo con Fatima e la Spagna con Santiago de Compostela, per rimanere in Europa. O il Santuario della Madonna di Guadalupe in Messico.

I luoghi del turismo religioso cristiano nel Mondo: i santuari

Santuari	
Madonna di Medjugorje	Bosnia
Madonna di Lourdes	Francia
Madonna de La Salette	Francia
Santa Teresa di Lisieux	Francia
Santuario del Santo Curato d'Ars	Francia
Paray – Santa Margherita Maria Alacoque	Francia
Madonna di Nagasaki	Giappone
Santuario di Knock	Irlanda
Madonna di Guadalupe	Messico
Madre di Tutti i Popoli di Amsterdam	Olanda
Santuario Madonna Nera di Częstochowa	Polonia
Madonna di Fatima	Portogallo
Santiago de Compostela	Spagna

Fonte: viaggi spirituali.it

Come risaputo, avere dati precisi sul fenomeno legato a queste destinazioni è assai difficile.

Ad esempio a Medjugore si stima circa 1 milione di visitatori l'anno, ma si hanno statistiche più precise in merito ai riti religiosi: nel mese di aprile 2015 sono state distribuite 139.000 Sante Comunioni e si sono contati 2.695 Sacerdoti concelebranti (in media 89 al giorno).

Un fenomeno a sé è quello dei pellegrinaggi: secondo l'Ufficio del Turismo di Lourdes sono stati 6 milioni i visitatori arrivati a Lourdes, di cui il 57% stranieri. Tra i più rappresentati ovviamente i paesi a forte tradizione cattolica: gli italiani rappresentano il 23% dei visitatori, seguiti dagli spagnoli (7%).

Secondo le statistiche prodotte dai "Cammini verso Compostela", nel 2013 sono stati 215.880 i pellegrini arrivati a Santiago di Compostela, contro 192.488 nel 2012.

Se la grande maggioranza dei pellegrini decidono di effettuare questo percorso a piedi (87%), altri mezzi di trasporto sono comunque disponibili: biciclette (circa il 12% dei pellegrini), cavallo (1%).

Il 44% dei pellegrini effettua questa esperienza solo per motivi religiosi, mentre gli altri sono attratti sia per ragioni culturali che per scoprire la bellezza dei paesaggi locali.

Individuazione del mercato competitivo di riferimento

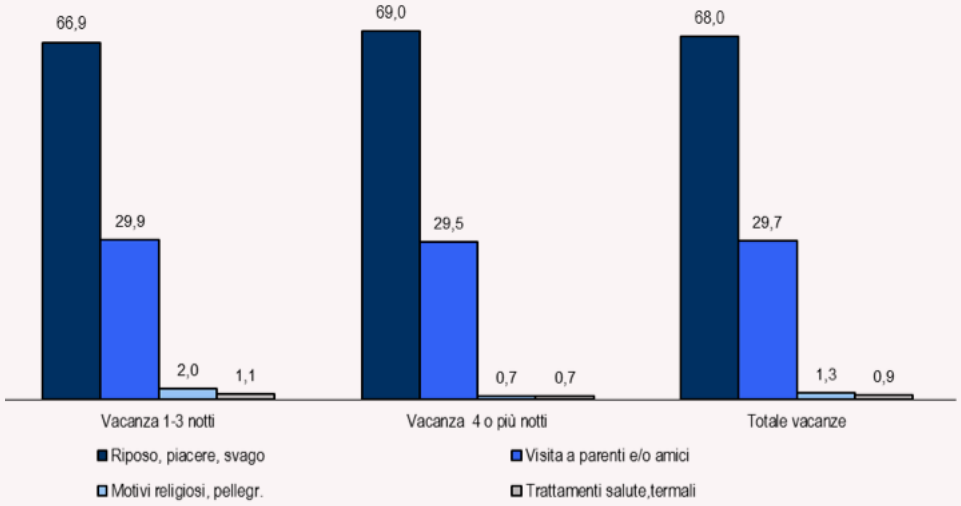
Secondo i dati 2015 elaborati dall'Agenzia di Promozione Territoriale della Regione Basilicata l'andamento turistico del 2015 su base regionale indica una rilevante crescita sia in termini di arrivi + 16,5%, che di presenze +9,8%. In numeri assoluti si registrano 93.350 arrivi in più rispetto al 2014 e un incremento di 204.856 presenze. Nel complesso sono 674.461 i clienti delle strutture ricettive per circa 2 milioni e 305 presenze. La crescita dei dati su base regionale è dovuta senz'altro all'influenza positiva fatta registrare da Matera "Capitale Europea della Cultura 2019" insieme ad una maggiore attrattività delle coste e il buon andamento delle aree interne.

Un segnale particolarmente positivo è il rafforzamento della capacità attrattiva delle due coste e del turismo balneare, il 13% in più quella Jonica e l'8% in più quella Tirrenica. Incrementi rilevanti che si tramutano nel 2014 in 50mila presenze in più sulla costa Jonica ed in 14.500 presenze in più a Maratea. Risultati derivanti da una rafforzata reputazione della Basilicata turistica, dalla capacità commerciale degli operatori del metapontino e di Maratea e da un efficace strategia di promozione operata a livello regionale.

La motivazione religiosa nei viaggi e vacanze degli italiani

La motivazione religiosa pesa nel 2015 per circa l'1,3% sul totale dei viaggi degli italiani. Una percentuale complessiva in leggero calo rispetto agli ultimi anni, pari comunque al 2% considerando le sole vacanze brevi da 1 a 3 notti.

I viaggi di vacanza degli italiani per motivo prevalente (anno 2015)



Fonte: elaborazioni su dati Istat, 2015

Dalle indagini realizzate dall'Osservatorio Unioncamere[4] il segmento del turismo religioso fa registrare 5,6 milioni di presenze turistiche ogni anno in Italia (pesa circa l'1,5% sul totale dei flussi turistici).

In generale si tratta di un turista non giovanissimo, non ad alto profilo di spesa, ma che contribuisce a destagionalizzare i flussi (viaggia principalmente in bassa stagione). Tra i turisti che scelgono il nostro Paese per motivi religiosi prevalgono gli stranieri (60%), il 45% arriva dall'Europa e il 15% dai Paesi extraeuropei.

Si tratta di un pubblico adulto ma non anziano (il 41,4% ha tra i 30 e i 50 anni) che utilizza il circuito dell'intermediazione, tour operator e agenzie di viaggio, per l'organizzazione del soggiorno (il 59% dei turisti si affida alle agenzie di viaggi, in particolare il 54,2% dall'Europa e il 73,7% dai Paesi extraeuropei). La motivazione religiosa, che rappresenta la principale ragione di scelta del soggiorno, per la stragrande maggioranza (71,9%) è unita al desiderio di partecipare ad eventi di natura spirituale (37%).

Il richiamo delle testimonianze culturali, spesso connesse agli interessi religiosi, emerge anche come attrattiva e motivazione di scelta: infatti, il 42,4% dei turisti sceglie le località italiane anche per la ricchezza del patrimonio artistico e monumentale, esprimendo il desiderio di conoscere nuovi luoghi (26,3%) oltre che gli usi e costumi della popolazione locale (21,1%).

Se il turismo religioso non rappresenta una motivazione di vacanza per la maggioranza dei turisti è tuttavia evidente come i luoghi della fede rappresentino una attrazione tutt'altro che trascurabile per chi è in vacanza.

Le località visitate dai turisti durante la vacanza in Italia (% sul totale dei turisti, anno 2012)

	Italiani				
		europei	extraeuropei	totale	
Parchi e natura	38,4	39,5	35,9	39,2	38,7
Cattedrali e luoghi dello spirito	23	28,7	29,7	28,8	25,7
Castelli	16	18,5	19,5	18,6	17,2
Musei e pinacoteche	11,3	16	20,2	16,4	13,7
Artigianato tipico	12,4	13,8	15,3	14	13,1
Siti archeologici	8	13,5	14,2	13,5	10,6
Cantine e strade del vino	8	9,8	9,9	9,8	8,8
Eventi e rievocazioni storiche	5,5	6,3	6,4	6,3	5,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo, dati Unioncamere, 2013

4 - Osservatorio Nazione del Turismo, Isnart-Unioncamere, anni vari

Sempre secondo Unioncamere infatti un quarto dei turisti in vacanza in Italia nel 2012 (ultimo dato disponibile) ha visitato un luogo religioso, secondo solo ai parchi. E rispetto agli italiani i turisti stranieri sembrano maggiormente attratti da questo tipo di risorse.

Secondo Banca d'Italia, che misura i flussi turistici alle frontiere, nel 2015 sono stati 153 mila (pari allo 0,2% dei viaggiatori) i turisti stranieri che hanno scelto l'Italia per motivi religiosi (dato in calo rispetto al 2014).

In media hanno trascorso nel nostro Paese cinque notti (e la durata del soggiorno è maggiore rispetto alla media dei vacanzieri, pari a 4 notti), spendendo circa 85 euro a notte.

Il turismo internazionale in Italia: viaggiatori e spesa per motivo del viaggio

Numero di viaggiatori (in migliaia)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Motivi personali	61.958	61.770	62.577	64.058	67.746
Vacanze	39.640	39.814	40.530	41.510	44.531
Studio, corsi	1.189	1.175	1.026	921	729
Motivi religiosi	191	115	171	216	153
Cure, terme	397	288	340	350	378
Viaggi di nozze	115	188	162	127	148
Altri motivi personali	20.426	20.191	20.349	20.933	21.808
Motivi di lavoro/affari	14.421	14.963	14.598	14.106	13.889
Totale	**76.378**	**76.734**	**77.175**	**78.164**	**81.635**

Fonte: Banca d'Italia, 2016

Pernottamenti (in migliaia)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Motivi personali	272.293	275.752	273.788	278.932	289.703
Vacanze	184.484	183.562	186.105	192.885	204.433
Studio, corsi	32.017	33.376	32.830	30.605	23.560
Motivi religiosi	1.244	956	942	1.113	798
Cure, terme	1.102	997	1.070	798	1.463
Viaggi di nozze	942	1.637	1.445	1.103	1.245
Altri motivi personali	52.503	55.224	51.396	52.428	58.205
Motivi di lavoro/affari	55.011	52.091	47.937	47.480	44.712
Totale	**327.304**	**327.843**	**321.726**	**326.412**	**334.414**

Fonte: Banca d'Italia, 2016

Spesa (in milioni di euro)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Motivi personali	24.570	25.905	27.243	28.422	29.652
Vacanze	18.672	19.402	20.732	21.827	23.096
Studio, corsi	1.302	1.432	1.333	1.275	981
Motivi religiosi	99	68	82	127	67
Cure, terme	126	118	144	121	180
Viaggi di nozze	158	252	253	151	237
Altri motivi personali	4.212	4.634	4.699	4.921	5.091
Motivi di lavoro/affari	6.321	6.150	5.820	5.819	5.904
Totale	**30.891**	**32.056**	**33.064**	**34.240**	**35.556**

Fonte: Banca d'Italia, 2016

L'escursionismo religioso (viaggi in giornata)

Un aspetto interessante, da due anni tra le rilevazioni Istat, riguarda l'escursionismo[5], ovvero il viaggio senza pernottamento. Le escursioni degli italiani hanno delle caratteristiche molto precise: sono dirette nella quasi totalità dei casi verso località italiane.

Nel 2015 gli italiani hanno effettuato 67 milioni di escursioni, di cui il 60,1% per svago o relax e un quinto per visite a parenti e/o amici (19,9%).

Sono **oltre 2 milioni** (il 3,1% del totale), in crescita rispetto al 2014, le escursioni con partecipazione a ricorrenze religiose o comprendenti visite a santuari/siti religiosi.

Le grandi destinazioni e i bacini di domanda

I luoghi di culto, anche quelli italiani, attirano flussi di pellegrini alquanto peculiari e con caratteri differenti tra loro, anche in relazione ad una "geografia dello specifico culto".

In particolare in Italia spiccano:

- *la Città del Vaticano e le Basiliche romane (geografia di domanda mondiale, intreccio con l'attrattività della città d'arte);*
- *Assisi e S. Francesco (geografia soprattutto nazionale, intreccio con il complesso monumentale);*
- *Padova e S. Antonio (geografia centro-settentrionale);*
- *La Madonna di Pompei (geografia centro-meridionale, intreccio con il sito archeologico);*
- *Torino e la Sacra Sindone (geografia centro-settentrionale, intreccio con la città d'arte e d'affari);*
- *S. Giovanni Rotondo e Pietralcina (geografia centro-meridionale, intreccio con cura e sanità).*

Un altro aspetto riguarda poi il legame tra il "contenitore" religioso e il contenuto (vero attrattore) come nel caso dei siti gestiti dallo Stato, dall'Ultima Cena di Leonardo a Milano o gli affreschi di Piero della Francesca ad Arezzo.

5- Escursione: visita senza pernottamento effettuata fuori dal Comune dove la famiglia vive abitualmente, con una durata di almeno tre ore nel luogo di destinazione, esclusi gli spostamenti di andata e ritorno. Sono escluse le eventuali escursioni che si effettuano durante i soggiorni di vacanza/di lavoro e gli spostamenti che hanno carattere di periodicità/regolarità nell'arco del mese di riferimento (per seguire un corso di studi, frequentare una palestra, fare la spesa). Le escursioni possono essere effettuate sia per motivi personali che per motivi di lavoro.

I visitatori nei luoghi "religiosi" a pagamento (gestione statale)

Denominazione istituto	Comune	Paganti	Non paganti	Totale	Introiti lordi
Cenacolo Vinciano	Milano	335.627	70.815	406.442	2.141.399,00
Basilica di Sant' Apollinare in Classe	Ravenna	57.458	109.270	166.728	272.601,50
Museo di San Marco	Firenze	101.526	57.047	158.573	352.589,50
Museo di San Martino	Napoli	51.636	68.014	119.650	259.531,58
Certosa di San Lorenzo	Padula	29.579	56.218	85.797	112.090,46
Basilica di S. Francesco	Arezzo	50.076	32.833	82.909	286.835,00
Abbazia di Pomposa	Codigoro	31.232	33.895	65.127	138.934,50
Camera di San Paolo	Parma	13.445	13.988	27.433	25.336,00
Museo d'Arte Sacra della Marsica	Celano	12.856	8.972	21.828	24.805,00
Certosa di San Giacomo	Capri	10.117	7.766	17.883	37.973,50
Santuario Italico	Pietrab-bondante	6.443	4.845	11.288	12.572,50

Fonte: elaborazioni su dati Istat-Mibact, 2015

Sempre in riferimento ai luoghi religiosi vengono pubblicati i dati anche di quelli non a pagamento.

Al di là della "veridicità" di questi dati, che comunque sono quelli ufficiali di Istat e Ministero dei Beni Culturali e del Turismo, è evidente la difficoltà di stabilire una relazione diretta tra i visitatori dei siti religiosi e il turismo.

Solo per fare un esempio legato l'Abbazia di Casamari, che risulta di gran lunga il primo sito religioso gratuito in gestione statale, nel comune sono disponibili appena 400 posti letto in totale.

L'organizzazione del turismo religioso

Per ciò che concerne le caratteristiche della domanda turistica è prassi corrente che l'intero flusso del turismo religioso venga gestito quasi in toto dalle Autorità Ecclesiastiche, mediante circuiti e meccanismi molto peculiari e difficilmente tracciabili quali:

- *organizzazione del viaggio direttamente tramite le Parrocchie, senza ricorso ad agenzie di viaggio e tour operator;*
- *noleggio diretto di mezzi di trasporto, prevalentemente tramite bus;*
- *viaggi anche molto lunghi, il più delle volte senza pernottamento, e, quindi, con una fruizione escursionistica dei luoghi;*
- *accesso gratuito ai luoghi di culto e, pertanto, non quantificabilità dei biglietti staccati;*
- *eventualmente, pernottamento in Istituti religiosi, esentati dall'obbligo di registrare arrivi e presenze.*

Più in generale, il comparto religioso non ha un vero e proprio monopolista, in quanto: il Vaticano opera nel settore turistico mediante alcuni suoi T.O. (Opera Romana Pellegrinaggi, Peregrinatio ad Petri Sedem, ecc.), anche con un rapporto preferenziale con il vettore Mistral Air, di proprietà di Poste Italiane[6]; di recente l'O.R.P. ha iniziato a stipulare accordi bilaterali con linee aeree diverse (come AirBerlin per Germania ed Austria); diversi altri T.O., incoming ed outgoing – di diritto italiano ed a proprietà "laica"- sono specializzati nel comparto; come già accennato, vige una auto-organizzazione pressoché totale da parte di Parrocchie e Diocesi.

Queste indicazioni sono indispensabili per capire la complessità di questo settore e rappresentano i riferimenti principali per i soggetti privati e pubblici, affinché possano presentare un'offerta interessante e degna di attenzione.

Soffermandoci su gli "specializzati" della vendita del turismo religioso in Italia (ricettivisti, dettaglianti, operatori, ecc.) l'Annuario dell'Agenzia di Viaggio conta 76 operatori che si occupano di turismo religioso e 39 che organizzano pellegrinaggi.

La Basilicata non annovera nessun operatore specializzato in questo segmento di mercato.

Gli operatori del turismo religioso in Italia

Pernottamenti (in migliaia)	Turismo religioso	Pellegrinaggi	Totale
Lazio	15	7	22
Lombardia	14	8	22
Campania	7	6	13
Sicilia	10	2	12
Veneto	5	2	7
Emilia Romagna	4	2	6
Calabria	3	3	6
Sardegna	3	2	5
Liguria	3	1	4
Puglia	3	1	4
Piemonte	1	2	3
Toscana	1	2	3
Umbria	2	-	2
Abruzzo	2	-	2
Trentino	1	-	1
Friuli Venezia Giulia	1	-	1
Marche	-	1	1
Molise	1	-	1
Totale	**76**	**39**	**115**

Fonte: elaborazioni su dati Annuario di L'Agenzia di Viaggi, 2015

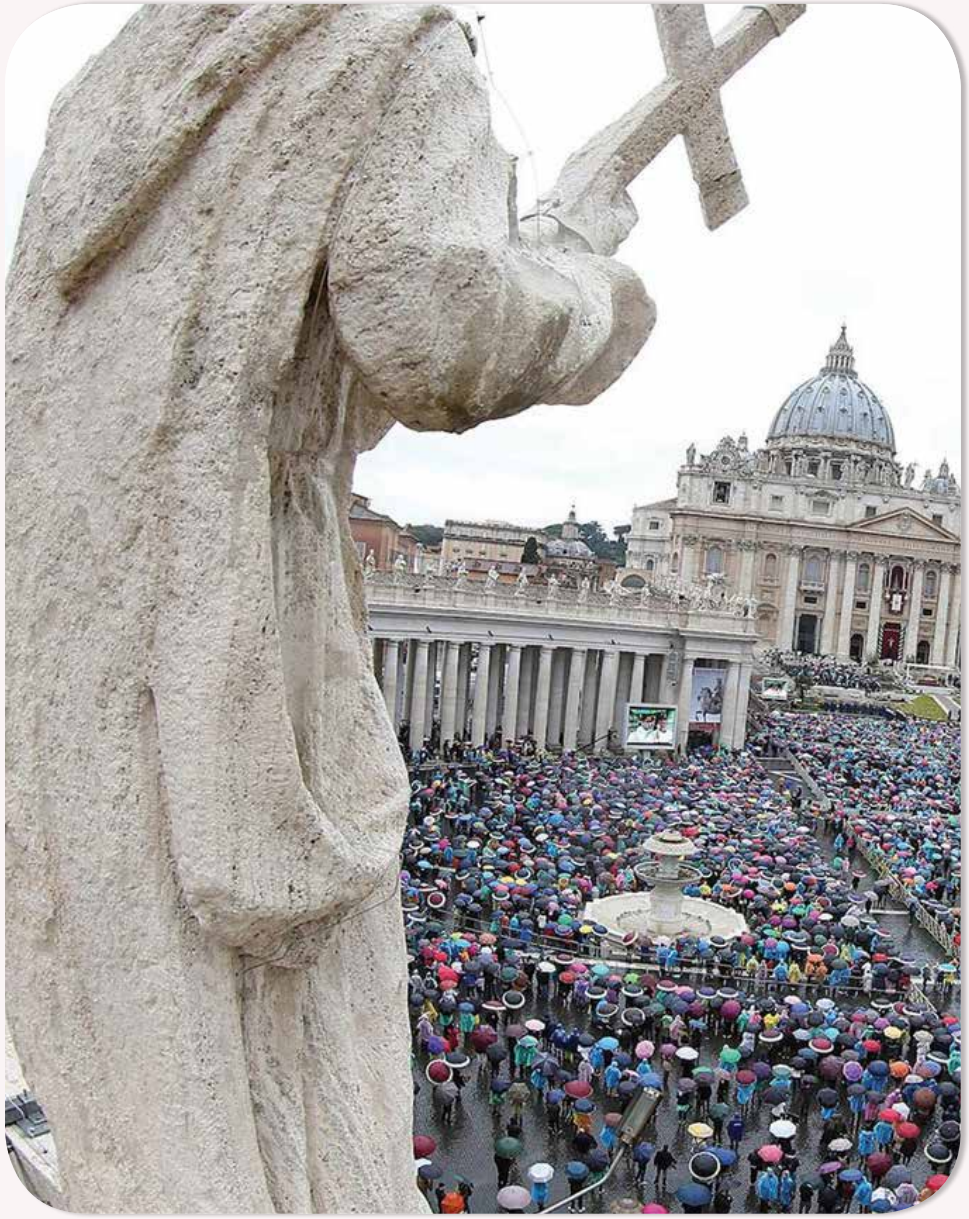
6 - Gli aeromobili della Mistral Air operano per ORP coprendo le tratte dagli aeroporti italiani di Roma, Verona, Bari, Brindisi, Lamezia Terme, Palermo, Catania e Ancona verso le principali mete di pellegrinaggio come Lourdes, Fatima, Santiago de Compostela, la Terra Santa, ecc.

Destinazioni ed eventi nazionali

Di recente si sono verificati in Italia alcuni importantissimi eventi che hanno evidenziato la rilevanza del fenomeno turistico religioso:

- *il Grande Giubileo del 2000 ed, in particolare, per numero di partecipanti, il "Giubileo dei Lavoratori" (Primo maggio) e "La Giornata Mondiale della Gioventù (19 e 20 agosto);*
- *la beatificazione e, quindi, la canonizzazione di Padre Pio (2002);*
- *la beatificazione di Giovanni Paolo II (Primo maggio 2011);*
- *la canonizzazione di Giovanni XXIII e Giovanni Paolo II (27 aprile 2014);*
- *il Giubileo Straordinario indetto da Francesco (8 dicembre 2015/20 novembre 2016)*

Nonostante le previsioni formulate relative ai fenomeni Giubilari che avrebbero interessato tutto il Paese con viaggi itineranti di pellegrini sulle principali direttrici geografiche (Via Francigena, Via Romea, ecc.), il Giubileo del 2000 ha fatto registrare risultati alquanto diversi ed ha avuto come unico centro la città di Roma, con afflussi di gran lunga inferiori in altre regioni e località. Lo stesso sembrano indicare i primi dati, ancora non definitivi, del Giubileo Straordinario in corso in questo 2016 che prevede 25 milioni di pellegrini in Vaticano.



6

la destinazione turistica sul web

L'attività di **e-reputation analysis** è il primo passo per definire le strategie di comunicazione online della destinazione. Nell'era digitale il viaggio comincia da casa attraverso i contenuti e gli strumenti che il web mette a disposizione. I turisti usano il web e i social network per fare scelte, pianificare il viaggio e compiere decisioni d'acquisto.

I dati relativi alla digitalizzazione a livello mondiale raccolti da wearesocial.com nel 2016 dimostrano che in Italia il 63% della popolazione rientra tra gli active users accedendo ad internet attraverso dispositivi fissi e mobile e trascorrendo per il 79% dei casi una media di 4h al giorno, se la fruizione avviene tramite desktop, e di 2h se l'accesso a internet avviene tramite mobile phone.

Il 2016 ha fatto registrare un +6% rispetto all'utilizzo di internet nell'anno precedente e un +9% relativamente all'utilizzo dei social network tramite dispositivo mobile. I social media users, indipendentemente dal mezzo, attivi in Italia risultano essere il 47% e il Top player dei social network si conferma anche nel 2016 Facebook con il 33%, seguito da whatsapp con il 30% e dal canale di messaggistica istantanea Messenger Facebook con il 23%. Twitter e Instagram fanno registrare entrambe il 12% preceduti da google+ con il 14%. I 28 milioni di utenti che possiedono un profilo su facebook sono uomini nel 54% dei casi e appartengono alla fascia di età compresa tra i 20 e i 29 anni nel 26%.

La **web presence** di una destinazione turistica è costituita dagli spazi on-line occupati intenzionalmente e non. La strategia di web presence, infatti, deve tener conto della qualità e della quantità dei contenuti on line classificati sulla base del livello di controllo che la destinazione può esercitare, o meno, attraverso gli UGC (User Generated Content). L'obiettivo dell'attività è individuare gli spazi necessari, utili e rilevanti per la mission della strategia di posizionamento della destinazione on line, valutandoli sulla base di un'analisi specifica.

I **Big Data** e le **Sentiment Analysis** permettono di capire e monitorare in maniera analitica l'enorme quantità di dati e di "sentimenti" prodotta dalla rete rappresentando uno strumento fondamentale per il brand e la web reputation.

Le informazioni derivanti da cosa gli internauti dicono in tempo reale di un prodotto o di un servizio, i loro gusti, le loro opinioni, i loro "sentimenti", rappresentano, infatti, l'elemento centrale da cui partire per posizionare la destinazione sul mercato turistico on line.

L'analisi della reputazione on line è stata condotta con una metodologia integrata basata su:

- **Sentiment analysis**: analisi della percezione attuale delle località e delle strutture ricettive ricadenti nella nascente destinazione
- **Analisi statistica**, applicazione di filtri e segmenti volti all'analisi dei mercati turistici di riferimento considerando molteplici canali separatamente (siti, Social Network, testate di informazione on line, etc.)
- **Analisi SEO**: studio della qualità e della quantità dei risultati forniti dai principali motori di ricerca

Lo studio dei dati web permette di avere un ampio spettro di indagine in grado di fornire informazioni essenziali per la definizione di linee strategiche coordinate e condivise con tutti i soggetti che partecipano al processo di erogazione di servizi turistici. Se una recensione sul web corrisponde ad un soggiorno, dall'analisi dei dati rilevati, attraverso i numerosi tools di indagine di contenuti web, si attesta che mediamente in **3 mesi** in Italia si contano **293.200 soggiorni** distribuiti in 5.500 strutture ricettive italiane.

Secondo l'Infografica **"Un'estate italiana"** (2015- Travel Appeal) per l'acquisto dei servizi turistici, gli utenti prediligono **Booking.com** che posiziona come Top Player della distribuzione alberghiera in Italia.

Booking.com ha acquisito una variegata gamma di dati degli ospiti che hanno prenotato almeno una volta tramite la piattaforma ed è in grado di catalizzare l'attenzione degli utenti anche dopo che questi hanno concluso il loro soggiorno per capitalizzare l'esperienza di viaggio attraverso la "recensione degli ospiti".

Dai dati rilevati con Index di Travel Appeal, infatti, ben il **70%** delle recensioni proviene da **Booking.com**; il **27%** da **Tripadvisor**; il 2% da **Expedia**; l'**1%** da **HolidayCheck**.

I dati raccolti nel web durante il periodo estivo permettono di definire un quadro molto esaustivo **dei desideri e delle aspettative della domanda turistica attuale** e dei turisti che scelgono di trascorrere le proprie vacanze in Italia.

Gli argomenti che più ricorrono nelle recensioni relative all'esperienza di viaggio e che superano per quantità in valore assoluto le valutazioni relative alle camere, alla ristorazione (in cui si rileva un interesse particolare per il momento della colazione) e sull'estetica complessiva della struttura ricettiva, sono:

Professionalità e cortesia del personale

L'elemento essenziale nella valutazione delle strutture alberghiere è legato al fattore umano e alla competenze professionali del personale alberghiero. I riferimenti e i giudizi al personale delle strutture sono stati infatti i più frequenti, confermando la centralità delle risorse umane nella qualità dell'esperienza di soggiorno.

Posizione delle strutture ricettive

La posizione delle strutture è il secondo argomento più discusso all'interno delle recensioni analizzate, con riferimento alla raggiungibilità e all'accessibilità del luogo, alla distanza dai punti di maggior interesse, ai collegamenti e agli elementi circostanti (servizi, attività, etc.).

Dalla **Sentiment analysis**, d'altra parte si rileva che seppure crescono i numeri relativi ai soggiorni, **la qualità dei servizi turistici italiani rimane invariata**.

L'esame dei livelli di Sentiment di Travel Appeal, che ha indagato sulla percezione qualitativa dei servizi tramite l'analisi semantica di oltre un milione di recensioni per aree geografiche nella stagione estiva, restituisce un Sud in netto vantaggio rispetto ai competitor nazionali. L'**81% delle recensioni relative al Sud Italia contengono un sentiment positivo generale**, seguito dal Centro Italia (79,43%) e dal Nord Italia (78,11%).

Allo stesso tempo, il Sud è l'area geografica che registra la flessione più consistente di sentimenti positivi e di interesse nei mesi precedenti al periodo estivo mostrando uno scenario non ancora in grado di operare una destagionalizzazione dei flussi mantenendo alti i livelli qualitativi nell'erogazione dei servizi.

Analisi web presence dell'area

L'analisi dell'immagine digitale di un intero territorio comprende numerosi elementi di differenziazione, siano essi relativi alle strutture ricettive, alle attrattività culturali come musei o aree archeologiche, alle risorse del patrimonio intangibile o ai servizi disponibili in una specifica area con l'obiettivo di indagarne la percezione che emerge dalle conversazioni, dai contenuti online e dai canali digitali ad essa collegati.

L'Appeal della destinazione è il risultato della misurazione di molteplici variabili che allo stato attuale sono state classificate in tre macro dimensioni per valutare gli aspetti maggiormente interessanti, influenti e utili alla formulazione dell'indice di misurazione scalare.

L'analisi della presenza on line della destinazione è stata condotta con l'obiettivo finale di raccogliere informazioni relative a:

- reputazione online, ovvero quello che le persone dicono sulle località e sulle strutture ricettive del territorio sui siti di recensione, sulle OTA e canali di vendita, sui social network e in Rete.
- siti web e canali social gestiti direttamente dai soggetti che operano sul territorio, valutati sotto il profilo tecnico, di ottimizzazione, di gestione dei canali, della qualità dei contenuti e delle performance.
- Altri siti, Social Network, testate di informazione on line, etc., per la valutazione dell'attrattività territoriale generale on line

La presenza on line delle 6 località della destinazione

L'analisi della presenza generica delle 6 località della Valle del Noce all'interno della rete è stata effettuata attraverso la valutazione dei risultati derivanti dal motore di ricerca Google.

L'indagine ha permesso di rilevare che l'**area non gode di nessuna notorietà e di rilevanza turistica di insieme** e che le uniche fonti che si riferiscono al territorio specifico attraverso l'appellativo "Valle del Noce" sono per lo più testate giornalistiche locali. Tuttavia il nome dell'area è utilizzato da strutture ricettive locali che ben si posizionano tra i risultati di ricerca.

Il resto dell'analisi è stato condotto, dunque, indagando i dati disponibili per ciascuna località coinvolta utilizzando una batteria di indicatori volti ad ottenere informazioni attraverso l'indagine dei risultati rilevanti provenienti da fonti credibili e affidabili presenti nei primi **20 risultati** (eliminando gli annunci a pagamento e le fonti non accreditate) nelle prime nove pagine restituite dal motore di ricerca.

La valutazione del contenuto ha tenuto conto di vari elementi, vale a dire:

- Priorità rispetto agli altri contenuti valutato in base alla posizione tra i risultati di ricerca
- Tono: positivo/negativo
- Credibilità e affidabilità della fonte
- Argomento del contenuto web (Eventi, Economia & Finanza, Politica, Attività istituzionale, Gastronomia, Turismo, Cultura, Sport, Cronaca, Trasporti, Natura)
- Rilevanza rispetto al posizionamento turistico oggetto di analisi (scala da 5 assolutamente rilevante a 1 di nessuno interesse).

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	P	Wikipedia	Pagina dedicata all'area	Cultura	1
2	P	Portale privato	Villaggio Valle del Noce	Turismo	3
3	P	Portale privato	Villaggio Valle del Noce Listino prezzi	Turismo	3
4	P	TripAdvisor	Recensione Resort Trecchina	Turismo	3
5	P	Natura 2000	La rete in Basilicata	Natura	5
6	N	Trm.tv	Incidente stradale Lagonegro	Cronaca	1
7	P	Mister Imprese	Ristorante Valle del Noce	Gastronomia, Turismo	5
8	P	Pagine Bianche	Ristorante Valle del Noce	Gastronomia, Turismo	5
9	P	UnionCamere	SS585 viabilità e info	Turismo	5
10	P	Sito del l'associazione	Raduni Valle del Noce	Turismo, Natura Sport	5
11	P	Basilicata Dati	Il Lagonegrese e la Valle del Noce	Economia & Finanza	3
12	N	PotenzaNews	Incidente sulla Fondo Valle del Noce	Cronaca	1
13	P	3BMeteo	Meteo Lagonegrese	Trasporti, Cultura, Natura	1
14	P	Pagine gialle	Ristorante Valle del noce	Gastronomia Turismo	3
15	P	Facebook	Ristorante Valle del Noce	Gastronomia Turismo	3
16	P	Sito privato	Ginnastica Acrobatica	Sport	1
17	P	Sito privato	Pallavolo	Sport	1
18	P	Sito privato	ASD Acrobatica	Attività Istituzionale	2
19	P	Mondomaratea.it	Valle del noce carta turistica	Economia & Finanza Politica	2
20	P	Info opinione.it	Informazione locale	Economia & Finanza Politica Cultura	2

Keyword: Valle del Noce

Dai risultati derivanti dalla ricerca della SERP **Valle del Noce** risulta chiaro che l'appellativo territoriale viene utilizzato solo a livello locale o istituzionale, dove spesso si accompagna alla parola **"Lagonegrese".**

La presenza sul territorio di una struttura ricettiva che porta il nome dell'area ha inciso sulla percentuale dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine. S**eppure di interesse tematico, tuttavia, il risultato non appare soddisfare il bisogno di indagare il posizionamento turistico della "Valle del Noce" intesa come destinazione territoriale.**

SERP **Valle del Noce**
345.000 risultati in **0,42** secondi
Il numero dei risultati utili **20**
90% Tono Positivo
25% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	P	Portale istituzionale	Comune di Lagonegro	Attività istituzionale	4
2	P	Wikipedia	Pagina dedicata al comune	Cultura	1
3	P	Tuttitalia.it	Informazioni relative al comune	Attività istituzionale	1
4	P	Repubblica.it	La Lucania che non t'aspetti	Cultura, Gastronomia, Turismo	5
5	P	APT Basilicata	Pagina dedicata	Natura	5
6	P	comuni-italiani.it	Informazioni relative al comune	Cronaca	1
7	P	Via Michelin	Mappa della località	Gastronomia, Turismo	5
8	P	TripAdvisor	I migliori 10 ristoranti	Gastronomia, Turismo	5
9	P	Portale istituzionale	Parco Nazionale Appennino Lucano	Cultura, Gastronomia, Turismo, Natura	5
10	P	Sito tribunale	Tribunale di Lagonegro	Attività Istituzionale	1
11	P	Facebook	Cosa fare a Lagonegro	Cultura, Gastronomia, Turismo	5
12	P	Sito ufficiale	Lagonegrocinema	Cultura	2
13	P	Lestradeferrate.it	Stazione di Lagonegro	Trasporti, Cultura, Natura	5
14	P	My movies	Programmazione nelle sale	Cultura	2
15	P	Sito diretto dell'associazione	Associazione Amici della Musica del Lagonegrese	Cultura	3
16	P	Basilicata Notizie	Opera a Lagonegro	Cultura	3
17	P	TripAdvisor	Best of Lagonegro Tourism	Turismo	5
18	P	regione.basilicata.it	Pittella su Ospedale Regionale	Attività Istituzionale	2
19	N	La Siritide	Comune di Lagonegro: è dissesto finanziario	Economia & Finanza Politica	2
20	N	La Nuova del Sud	Lagonegro dichiara il dissesto	Economia & Finanza Politica	2

Keyword: Lagonegro

Nella prima pagina dei risultati di Google si evidenza la presenza dell'articolo che **Repubblica.it** ha dedicato a **"Lagonegro Valley"** e alle sue bellezze.

I **sentimenti negativi** riguardano per la maggiore la mala sanità e le notizie relative al dissesto finanziario del comune. 8 dei 20 risultati trattano argomenti strettamente correlati all'offerta turistica locale. **Rilevante è sicuramente la quantità di contenuti culturali, di approfondimento gastronomico e relativi ai trasporti che rappresentano indicatori indiretti della qualità ricettiva e di sviluppo culturale dell'area.**

SERP **Lagonegro**
3.180.000 risultati in **0,54** secondi
Il numero dei risultati utili: **20**
90% Tono Positivo
40% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	N	Ansa	Sanità: furbetti a Lauria, 127 controlli	Cronaca	1
2	P	Apt	Pagina dedicata alla località	Turismo	5
3	P	Basilicata Notizie	Notizia sanità	Cronaca	4
4	P	maggiore.it	Autonoleggio Lauria	Trasporti	4
5	P	lauriatartufi.it	Enogastronomia Lauria	Gastronomia	5
6	N	decorourbano.org	Informazioni relative al comune	Cronaca	5
7	P	amicoblu.it	Lauria: decoro urbano	Trasporti	3
8	N	quotidianodelsud.it	Furbetti del cartellino a Lauria, blitz dei carabinieri in direzione sanitaria	Cronaca	1
9	P	rotaryclublauria.it	Rotary Club	Cultura	2
10	P	TRM tv	Arrestato a Lauria in Basilicata l'autore di furti seriali che aveva preso di mira i pensionati	Cronaca	1
11	P	Understanding italy	Town of Lauria, Basilicata	Turismo	5
12	N	ondanews.it	Viabilità autostrada A3. Da domani limitazioni al traffico a Lagonegro e Lauria	Trasporti	5
13	P	Youtube	Tarantella di Lauria	Cultura	3
14	P	basilicatanotizie.net	La carovana emozionale verso Matera 2019 parte da Lauria	Cultura	3
15	P	scuoleinnovative.it	Area - Comune di Lauria	Cultura	1
16	P	agriturismo-on-line.com	Agriturismo Lauria	Turismo, Eno-gastronomia	3
17	N	liberoquotidiano.it	Viabilita': A3, deviazione su percor-so alternativo tra Galdo e Lauria	Trasporti, Cronaca	1
18	P	parcopollino.gov.it	Lauria	Attività istituzionale	4
19	P	paesionline.it	Guida turistica di Lauria	Turismo	5
20	P	unionelucanalagonegrese.it	Comune di Lauria - CUC	Attività istituzionale	1

Keyword: Lauria

Le informazioni disponibili on line riguardano essenzialmente la gastronomia e le opportunità di noleggio di autoveicoli presenti nella zona. L'elemento rilevante dall'analisi dei contenuti è il sentimento negativo derivante dalla vicinanza di Lauria alla Regione Calabria.

Il dato geografico appare penalizzante per il piccolo centro lucano.

SERP **Lauria**

4.990.000 risultati in **0,35** secondi

Il numero dei risultati utili: **20**

95% Tono Positivo

30% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	N	trmtv.it (TRM Network)	Frana a Maratea	Cronaca	4
2	N	meteoweb.eu	Maltempo Vasta Frana	Cronaca	4
3	N	oltrefreepress.com (Oltre Free Press)	Frana a Maratea	Cronaca, Politica	3
4	P	Portale istituzionale	Comune di Maratea	Attività istituzionale	5
5	P	Wikipedia	Pagina dedicata al comune	Cultura	2
6	P	Maratea.info	Informazioni turistiche	Turismo	5
7	P	Maratea.info	Spiagge e lidi Maratea	Turismo	5
8	P	TripAdvisor	Ricettività Maratea	Turismo	5
9	P	TripAdvisor	Viaggi Maratea 2016	Turismo	5
10	P	Italia.it	Idee di Viaggio Mare: Maratea	Turismo	5
11	P	Repubblica.it	Legambiente, la spiaggia d'I Vranne a Maratea è la più bella del 2016	Turismo	5
12	P	Portale struttura ricettiva	Portale del villaggio camping maratea	Turismo	5
13	P	Portale istituzionale	Istituto comprensivo	Cultura	1
14	P	costadimaratea.com	Costa di Maratea	Turismo	5
15	P	Portale struttura ricettiva	La tana hotel Maratea	Turismo	5
16	P	tuttitalia.it	Informazioni relative al comune	Turismo	2
17	P	Maratea proloco	Promozione del territorio	Turismo, cultura, gastronomia, Natura	5
18	P	Costadimaratea.com	Costa di Maratea	Turismo	5
19	P	mondomaratea.it	Maratea-Mare Natura Turismo	Turismo	5
20	P	TripAdvisor	I 20 migliori hotel a Maratea	Turismo	5

Keyword: Maratea

Maratea è la località che ottiene una quantità di contenuti turistici presenti nel web maggiore rispetto agli altri paesi dell'area. La sua notorietà è legata alla sua posizione panoramica, su uno dei tratti più suggestivi del golfo di Policastro.

La rete considera Maratea la vera destinazione turistica della regione Basilicata, è una meta ambita da chi desidera una vacanza all'insegna del mare, del relax, della cultura e dei sapori italiani.

SERP **Maratea**

2.030.000 risultati in **0,56** secondi

Il numero dei risultati utili: **20**

85% Tono Positivo

55% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	P	Portale istituzionale	Comune di Nemoli	Cronaca	1
2	P	Wikipedia	Pagina dedicata al comune	Turismo	5
3	P	Tuttitalia.it	Informazioni relative al comune	Turismo	5
4	P	comuni-italiani.it	Nemoli- I paesi della Basilicata	Trasporti	4
5	P	Apt Basilicata	Pagina dedicata alla località	Gastronomia	5
6	P	Italia in dettaglio	La signora del Lago	Cronaca	5
7	P	TripAdvisor	Immagini e notizie su Nemoli	Trasporti	3
8	P	Portale istituzionale	Parco Appennino Lucano	Cronaca	1
9	P	lasignoradel lago. com	Pagina dedicata all'evento	Cultura	2
10	P	You tube	Lago Sirino - Nemoli (PZ)	Cronaca	1
11	P	Via Michelin	Mappa di Nemoli	Turismo	5
12	P	casa.it	Case indipendenti in vendita	Trasporti	5
13	P	Facebook	Facebook Places	Cultura	3
14	P	In vacanza nei parchi	Pagina dedicata alla località	Cultura	3
15	P	Eco di Basilicata	Nemoli contagiata dall'entusiasmo dei piccoli campioni della 'JSS', la nuova scuola calcio legata all'Arsenal	Cultura	1
16	P	regione.basilicata.it	"LA SIGNORA DEL LAGO" A NEMOLI, DOMANI LA PRESENTAZIONE	Turismo, Eno-gastronomia	3
17	P	Il quotidiano italiano (bat.ilquotidianoital-iano.com)	Musical "La signora del Lago" in scena a Nemoli: nel cast la coreografa Silvia Calorio di S. Ferdinando	Trasporti, Cronaca	1
18	P	Cittadella del Sapere	Gallery	Attività istituzionale	4
19	P	Quotidiano del Sud	A Nemoli l'ultimo weekend con "La signora del lago", fiaba musicale di Gianpiero Francese	Turismo	5
20	P	Paesi On line	Informazioni relative al comune	Attività istituzionale	1

Keyword: Nemoli

Il posizionamento di Nemoli sul motore di ricerca Google è legato alla presenza di diversi agriturismo presenti in zona. Rilevante appare anche la a presenza di un evento considerato a tutti gli effetti un grande attrattore anche dal web: "**La Signora del Lago**". **La prima notizia negativa si trova all'interno della testata giornalistica "il quotidiano" e riguarda i tagli alla PA del 2011. Si trova nella pagina 6 dei risultati di ricerca su Google ed appare irrilevante ai fini dell'indagine.**

SERP **Nemoli**

227.000 risultati in **0,39** secondi

Il numero dei risultati utili: **20**

100% Tono Positivo

65% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	P	Portale Istituzionale	Comune di Rivello	Attività Istituzionale	5
2	P	Wikipedia	Pagina dedicata al comune	Cultura	2
3	P	Apt Basilicata	Pagina dedicata al comune	Turismo	5
4	P	paesionline.it	Cosa vedere a Rivello	Turismo	5
5	P	tuttitalia.it	Informazioni relative al comune	Turismo	5
6	P	comuni-italiani.it	Informazioni relative al comune	Turismo	5
7	P	Tripadvisor	I migliori Ristoranti a Rivello	Turismo, gastronomia	5
8	P	Tripadvisor	Foto di Rivello	Turismo, Natura	5
9	P	Portale istituzionale	Parco dell'Appennino Lucano	Cultura, Gastronomia, Turismo, Natura	5
10	P	ansa.it	A Rivello due giorni per la transumanza	Turismo, Cultura, Natura	5
11	P	Facebook	Cose da fare a Rivello	Turismo	5
12	P	italguide.com	Travel Guide	Turismo	5
13	P	italythisway.com	Pagina dedicata alla località	Turismo	5
14	P	baiaweb.it	Rivello: il fascino del MedioEvo	Turismo, Cultura	5
15	P	youtube.com	La mia Basilicata: Rivello	Turismo	5
16	P	culturaeculture.it	Un pomeriggio a contatto con la Natura	Turismo, Natura	5
17	P	repubblica.it	"Rivello alla procura generale"	Cronaca	1
18	P	camperlife.it	Passeggiata in camper nei borghi	Turismo, Natura	5
19	P	alparcolucano.it	Parco Avventura Rivello	Turismo, Natura	5
20	P	youreporter.it	Ciclismo	Sport	1

Keyword: Rivello

Rivello appare poco conosciuto sul web. I primi risultati relativi alle notizie legate al patrimonio territoriale della località appaiono a partire dalla seconda e trattano per lo più l'origine medievale del borgo e il parco divertimento natura presente sul territorio, attualmente chiuso.

La poca quantità dei contenuti disponibili tuttavia non è penalizzante per l'immagine complessiva che restituisce il 100% dei risultati di tono positivo.

SERP **Rivello**

620.000 risultati in **0,72** secondi

Il numero dei risultati utili: **20**

100% Tono Positivo

75% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Posizione	Tono	Fonte	Contenuto	Argomento	Rilevanza turistica
1	P	Portale istituzionale	Comune di Trecchina	Attività istituzionale	5
2	P	Wikipedia	Pagina dedicata al comune	Cultura	2
3	P	eventiesagre.it	Eventi vari e sagre a Trecchina	Cultura, Natura, Gastronomia, Turismo, Eventi	5
4	P	trecchina.info	Pagina dedicata al comune	Cultura, Natura, Gastronomia, Turismo, Eventi	3
5	P	amicidellacastagna.it	Amici della castagna	Gastronomia, cultura, natura, Turismo, Eventi	5
6	P	Tripadvisor	Ristorante Lanterna Verde	Gastronomia, Turismo	5
7	P	Apt Basilicata	Pagina dedicata al comune	Turismo	5
8	P	Facebook	Trecchina Info	Turismo	5
9	P	paesionline.it	informazioni turistiche	Turismo	5
10	P	Youtube	Happy for Trecchina	Spettacolo	1
11	N	lagazzettadelmezzogiorno.it	"Rubano Ostie Consacrate"	Cronaca	1
12	P	turismo.it	Sagra di Trecchina	Gastronomia, cultura, natura, Turismo, Eventi	5
13	P	culturaeculture.it	Il fascino Medievale di Trecchina	Turismo, Cultura	5
14	P	old.consiglio.basilicata.it	Trecchina	Attività istituzionale, Cultura	4
15	P	turismo.it	Sagra di Trecchina	Gastronomia, cultura, natura, Turismo, Eventi	5
16	P	asscorteducavitale.net	Alla corte del Duca Vitale	Cultura, Turismo, Eventi	3
17	P	books.google.it	Storiografia dell'arte pittorica	Cultura	5
18	P	regione.basilicata.it	5° Edizione di Orieenting e castagne	Attività istituzionale, Eventi	5
19	P	Google Libri	Il Mangiarozzo 2011	Gastronomia, Turismo	5
20		ecodibasilicata.it	Equiraduno a Trecchina	Cronaca, eventi	3

Keyword: Trecchina

La ricerca della parola chiave "Trecchina" lega la località al turismo attraverso l'approfondimento di contenuti relativi a agriturismo, cibo e sagre.

Oltre all'importanza della caratterizzazione medievale del borgo si rileva molta attenzione alle attività di valorizzazione della "Castagna".

SERP **Trecchina**

254.000 risultati in **0,79** secondi

Il numero dei risultati utili: **20**

95% Tono Positivo

60% dei risultati rilevanti per l'ambito di indagine

Notorietà delle località sul web

L'analisi delle località coinvolte nell'indagine sul web mostra una forte incidenza delle località più grandi rispetto ai piccoli borghi medievali. Maratea pare posizionarsi subito dopo i grandi centri dell'area grazie alla notorietà riconosciuta a livello nazionale alla bellezza delle coste e delle altre attrattive marittime

COMUNE - KEYWORK	Numero di risultati generali delle località	incidenza % area
Lagonegro	3.180.000	28%
Lauria	4.990.000	44%
Maratea	2.030.000	18%
Nemoli	227.000	2%
Rivello	620.000	5%
Trecchina	254.000	3%

Social mention

La social media analysis è diventata un'attività fondamentale per inserirsi nel flusso della conversazione online. Il monitoraggio dei canali social, infatti, permette di restare aggiornate e competitive nel mercato di riferimento. I social media rappresentano un luogo di cruciale importanza per monitorare la brand reputation, interagendo ogni giorno con gli utenti e magari trasformare una cattiva opinione in un turista soddisfatto. L'indagine delle conversazioni sui social network risulta, inoltre, rappresenta un elemento strategico in vista del posizionamento on line della destinazione turistica. L'analisi è stata condotta verificando la quantità e la qualità di contenuti relativi alle località della destinazione secondo una metrica costruita per l'indagine dei principali social media e che ha tenuto conto di:

Visibilità *Le menzioni complessive in tempo reale nei diversi canali Interazione*

Interazione *La reazione generata dai post dei canali istituzionali (mi piace, commenti, condivisione di contenuti)*

Diffusione *La dimensione effettiva dell'impatto delle comunicazioni istituzionali e turistiche attraverso la viralizzazione (diffusione di file, retweet...)*

Dimensione della community *L'audience stimata in ciascun canale (numero di fan, follower)*

Attività *Lo sforzo di comunicazione da parte delle istituzione attraverso i vari account dei social network*

Lagonegro

Sui canali social si rileva la presenza di un importante competitor per **"Lagonegro"** intesa come destinazione turistica. L'attrattore Brasiliano pare monopolizzare la presenza sui social network in tema turistico.

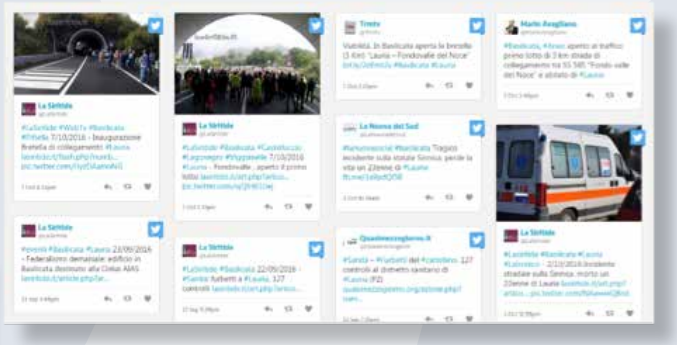
Nello specifico le conversazioni su *facebook* che riguardano il centro lucano sono legate per lo più ad **attività sportive** che si svolgono sul territorio e che non sono legate all'ambito di indagine.

Su *twitter* invece Lagonegro è presente grazie ai **canali di informazione giornalistica locale**. In entrambi i canali social non si riscontrano canali ufficiali e/o settoriali che abbiano l'obiettivo di produrre contenuti volti alla promozione turistica.

Lauria

Sui canali social si rileva la presenza di diversi contenuti web che presentano **le bellezze dei territori limitrofi** contrassegnati dal tag Lauria. Anche in questo caso i canali twitter sono ampiamente caratterizzati da **contenuti generati dai canali informativi locali**.

La tematica turistica è completamente assente attraverso canali ufficiali e istituzionali, ma **i post dei profili privati** sono spesso accompagnati da immagini evocative che hanno sicuramente forte appeal in termini di bellezza del paesaggio.



Nemoli

La presenza del **Tag Nemoli su facebook è pressoché assente** se si esclude l'aggregazione svolta dai canali istituzionali incaricati di promuovere le potenzialità del **Lago Sirino**, attrattore naturale presente nell'area.

Come nel caso degli altri centri della Valle del Noce, la presenza di Nemoli nei contenuti diffusi tramite web è legata alla presenza di testate di informazione locale. L'ultimo tweet disponibile su twitter con il tag Nemoli, inoltre, contiene informazioni relative al "**La Signora del Lago**", il grande evento estivo che continua a registrare un grande successo di presenze.

Maratea

Maratea è sicuramente la località dell'area che gode di maggiore interesse sui social network. L'analisi delle conversazioni permette di rilevare il grande interesse turistico di cui la Costa gode. Interessante è il contributo dei canali istituzionali nazionali incaricati di promuovere le bellezze italiane all'estero.

L'**Ente Nazionale Italiano per il Turismo** - sede di Buenos Aires ha dedicato ad Ottobre 2016 una serie di contenuti alla Basilicata, descrivendo Maratea come una delle meraviglie indescrivibili del territorio.

Anche **Fai Basilicata** dedica diversi contenuti alla promozione e valorizzazione del patrimonio turistico e territoriale di Maratea e della Basilicata in generale.

L'ultimo post su **facebook promuove gli itinerari religiosi, culturali e storici di cui sarà possibile fruire nelle domeniche FAI**.

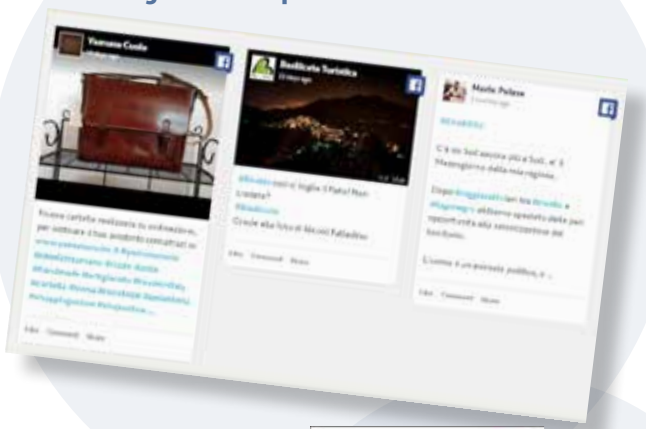
I post delle pagine di facebook e degli account di twitter che hanno come tema "Maratea" sono per lo più accompagnati da immagini con l'obiettivo di diffondere le bellezze mozzafiato dei panorami della costa.

Contrariamente alle altre località, su Twitter il Tag Maratea restituisce risultati relativi a post condivisi da strutture ricettive che contribuiscono a mantenere alto il tasso di conversioni e di attenzione sulla località non solo durante il periodo estivo.

Rivello

In linea con la presenza dei contenuti nel web, anche i risultati derivanti dalla ricerca del tag Rivello sui principali social network **sono poco numerosi e non completamente rilevanti ai fini dell'indagine**. Si rileva, tuttavia, la presenza di contenuti istituzionali dedicati al borgo lucano e alle sue bellezze panoramiche. Anche la ricerca di contenuti dedicati a Rivello su twitter rivela la poca attenzione alla località specifica.

Il tag, infatti, **è sempre usato aggregato ad altri numerosi Tag e non sempre conduce a contenuti dedicati al borgo medievale generando spesso ulteriore confusione**.



Trecchina

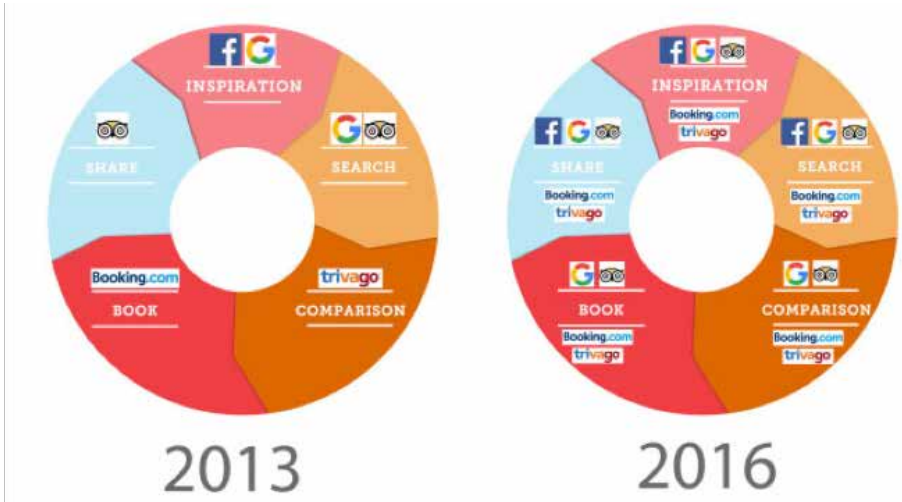
La presenza di Trecchina nelle conversazioni su Facebook **è legata ai post di profili privati** che hanno l'obiettivo di promuovere le attività e gli eventi del territorio.

Su twitter invece **si segnala una buona comunicazione istituzionale** che, seppure in numero molto ristretto, **diffonde informazioni relative agli eventi turistico culturali presenti in programma sul territorio con una certa continuità**.

Focus: l'attuale posizionamento delle strutture ricettive dell'area nel mercato turistico on line

L'obiettivo delle piattaforme on line che si dividono il mercato turistico attuale è quello di controllare e monitorare tutto il ciclo di vita dei loro clienti, con particolare attenzione per la parte più interessante, vale a dire le prenotazioni.

Nel tempo i grandi nomi dell'industria alberghiera si sono concentrati su segmenti specifici del processo di scelta e acquisto di una destinazione, non puntando all'integrazione degli strumenti informativi e di prenotazione vera e propria. Il grande successo ottenuto da **Booking.com** ha aperto a nuove riflessioni relative alle motivazioni che spingono il turista ad effettuare una scelta concreta a partire da informazioni indifferenziate raccolte sul web. Lo sviluppo dei social network e la comparsa di nuove piattaforme in grado di soddisfare pienamente il fabbisogno informativo e di instant booking ha sostanzialmente modificato i comportamenti del "potenziale turista" in rete.



"come cambia il mercato delle prenotazioni on line" – hotelcinquestelle.it 2016

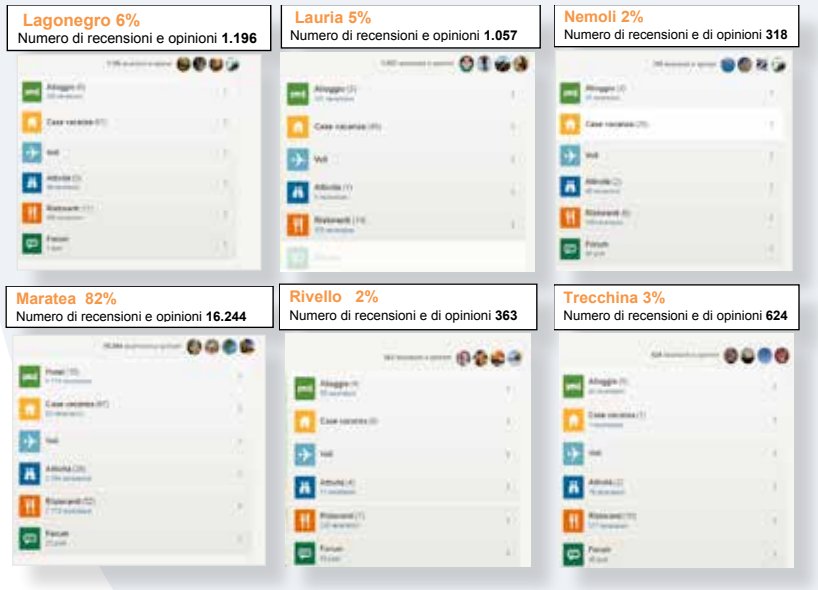
Attualmente **Booking.com** e **TripAdvisor** sono i portali più diffusi tra gli utenti in grado di sintetizzare su un'unica piattaforma on line tutte le informazioni necessarie per compiere scelte d'acquisto in tema turistico. Entrambi i portali, infatti, offrono la possibilità di ricerca, confronto, feedback e di instant booking.

L'analisi di posizionamento delle località oggetto di studio all'interno delle due principali piattaforme di booking on line ha permesso di rilevare una forte incidenza della presenza di Maratea e del turismo balneare sui dati e sulle recensioni relative all'area.

Il livello di notorietà delle strutture ricettive locali e l'immagine ricettiva dell'area on line

L'analisi del livello di notorietà delle località in base al posizionamento delle strutture ricettive sul web ha tenuto conto del numero di recensioni e opinioni lasciate sui due portali principali e ha permesso di rilevare l'incidenza percentuale di ciascun comune nella definizione della reputazione web d'area.

Trip advisor



L'analisi dei dati relativi alle recensioni e alle opinioni spontanee lasciate all'interno del portale mostrano un'evidente interesse degli utenti per Maratea e legano le presenze al flusso turistico balneare della costa.

Dall'analisi dei **post e dei commenti lasciati** all'interno della community di **TripAdvisor** dagli utenti si rileva, inoltre, un elevato interesse per la costa marateota soprattutto nel periodo estivo nonostante isolati casi di richieste relative al periodo natalizio e autunnale, legate soprattutto alle festività e alla presenza di sagre ed eventi attrattivi nella zona in quel periodo.

La **sentiment analisys** d'altra parte evidenza come il forum venga utilizzato dagli users per ricercare informazioni relative ai mezzi di trasporto e agli altri servizi ricettivi disponibili nell'area.

23 argomenti per la nostra community

Apri un nuovo argomento

1-20 di 23 topic « 1 2 »

Forum	Argomento	Risposte	Ultimo post
Marina di Maratea	Come mai a mare c'è tanta schiuma da niky013	15	09 agosto 2016 da niky013
Marina di Maratea	castrocucco da roberto m	13	26 maggio 2016 da angi526
Maratea	dalla Stazione al Cristo Redentore senza auto propria da Erny M	2	20 aprile 2016 da wolfblitz116
Marina di Maratea	vacanze da giuseppe b	0	14 aprile 2016 da giuseppe b
Maratea	Maratea a dicembre da paolaSutri	1	16 ottobre 2015 da sangiopanza
Maratea	Lauria - Maratea da Beddy79	12	28 agosto 2015 da Beddy79
Maratea	Maratea e dintorni:dove mangiare???? da Riccardo N	3	23 agosto 2015 da armir21001
Maratea	Spiagge più belle a Maratea da NanaJ91	2	09 agosto 2015 da sangiopanza
Maratea	Maratea ad agosto: soggiornare in centro o sul mare? da ariannag612	1	08 agosto 2015 da LucaP_82
Maratea	noleggio scooter da moma4	1	08 agosto 2015 da Maratea1

dalla Stazione al Cristo Redentore senza auto propria

Salva argomento

08 aprile 2016, 11:32

Possibile che dal centro di Maratea o Fs al Cristo Redentore ci sia solo il taxi ed NCC ? Non esiste un servizio autobus locale d'estate ? Nel caso ci fosse sapreste dirmi il sito e/o eventuale nome della compagnia bus ? Da dove partono a Maratea ? Grazie

Maratea a dicembre

Salva argomento

16 ottobre 2015, 08:14

Vorrei visitare Maratea ma ho disponibili solo alcuni giorni a dicembre. Qualcuno esperto di quei luoghi può dirmi se vi sono oltre naturalmente i luoghi da visitare, manifestazioni di tipo natalizio? Vi ringrazio

Booking.com

Booking.com è una piattaforma nata per rendere più favorevoli per il cliente l'esperienza di scelta e prenotazione del soggiorno. L'affidabilità delle opinioni lasciate sul portale è legata all'assenza di anonimato delle recensioni. Su booking.com ciascuna recensione corrisponde ad un soggiorno concreto presso una delle strutture dell'area.

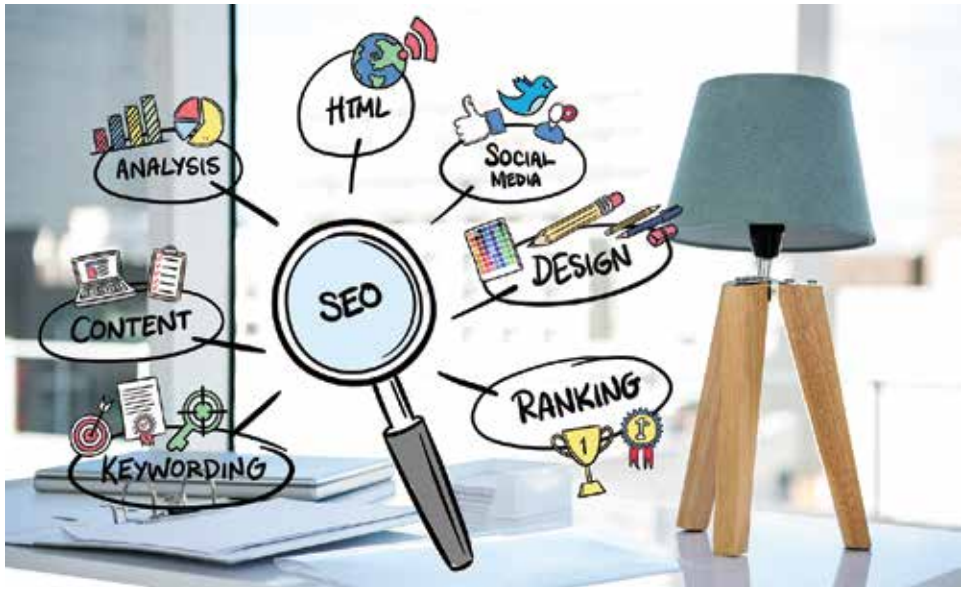
Il portale di instant booking più diffuso al mondo, infatti, offre l'opportunità di rilasciare commenti esclusivamente a chi ha pernottato effettivamente nella struttura. Ne deriva che le recensioni di Booking.com, seppur meno numerose, siano più attendibili di quelle di TripAdvisor, perché più difficilmente manipolabili.

Le recensioni di Booking.com, inoltre, permettono di indagare sulla qualità delle strutture e di rilevare il **livello di professionalità** raggiunta dal personale che opera all'interno delle strutture ricettive. Lo schema di giudizio che propone, infatti, offre all'utente la possibilità di fornire il proprio parere su una serie di aspetti collegati all'esperienza di soggiorno secondo una scala numerica da 1 a 9, in cui 1 corrisponde a Pessimo e 10 corrisponde ad Eccezionale.

L'analisi del posizionamento delle strutture ricettive della Valle del Noce presenti su booking.com ha pertanto fornito le seguenti informazioni.

Dall'analisi dei dati si evince che anche in questo caso la notorietà dell'area sul portale di prenotazione alberghiera **booking.com** è strettamente legata alla notorietà di Maratea, che si posiziona anche come la località in cui le strutture ricettive hanno raggiunto un livello di professionalità e competenza superiore rispetto alle strutture delle altre località. Anche in questo caso la **sentiment analysis** rivela che la motivazione del viaggio che ha portato i turisti a scegliere la Valle del Noce è strettamente legata al turismo balneare.

Località	Numero di Recensioni	Incidenza % sul giudizio di area	Punteggio giudizio max raggiunto dalle strutture
Lagonegro	286	6%	8.3
Lauria	161	3%	7.8
Nemoli	-	-	-
Maratea	4.197	87%	9.7
Rivello	130	3%	7.8
Trecchina	37	1%	8.7



ANALISI SEO

Abbiamo valutato i dati analizzati sulla base degli standard odierni considerando come posizionati in maniera **ottimale** soltanto i primi 3 risultati all'interno della SERP per la chiave specifica analizzata, dalla posizione 4 alla 7 consideriamo il posizionamento come **discreto**, dalla posizione 8 alla 10 come **buono**, dalla posizione 11 alla posizione 15 possiamo considerare il posizionamento per quella chiave come **sufficiente** (ricordiamo che la posizione 11 è la prima posizione della seconda pagina dei risultati). Dalla posizione 16 alla 20 viene considerato come **quasi sufficiente**. Dalla posizione 21 fino alla posizione 70 i risultati vengono valutati come **meno che sufficienti** e **mediocri**, mentre dalla posizione 71 alla 90 come **insufficienti** e dalla 91 in poi come **totalmente insufficienti**.

(PORTALI ISTITUZIONALI CONNESSI – TIPO APT, REGIONE BASILICATA, ETC)

Vacanza

chiavi di ricerca	basilicataturistica.it	aptbasilicata.it	tripadvisor.it	booking.com	invacanzaneiparchi.it	visititaly.it	trivago.it	expedia.it	viamichelin.it	parcoappenninolucano.it	regione.basilicata.it
Vacanza Maratea	47	N/A	1	18	N/A	N/A	N/A	N/A	51	N/A	N/A
Vacanza Lauria	38	N/A	N/A	N/A	12	37	37	10	55	N/A	N/A
Vacanza Nemoli	20	55	4	N/A	8	N/A	N/A	N/A	25	51	64
Vacanza Trecchina	32	N/A	5	53	N/A	N/A	N/A	15	47	N/A	N/A
Vacanza Rivello	23	N/A	1	37	9	N/A	N/A	22	42	N/A	N/A
Vacanza Lagonegro	34	N/A	1	64	17	N/A	N/A	N/A	50	40	N/A
Vacanza Valle Del Noce	N/A	N/A	2	34	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

LEGENDA: **Pg** = Pagina **Pos** = Posizione all'interno della pagina **Abs Pos** = Posizione assoluta nelle SERP **N/A** Not available

da 1 a 3	da 4 a 7	da 8 a 10	da 11 a 15	da 16 a 20	da 21 a 30	da 31 a 70	da 71 a 90	da 91 a N/A

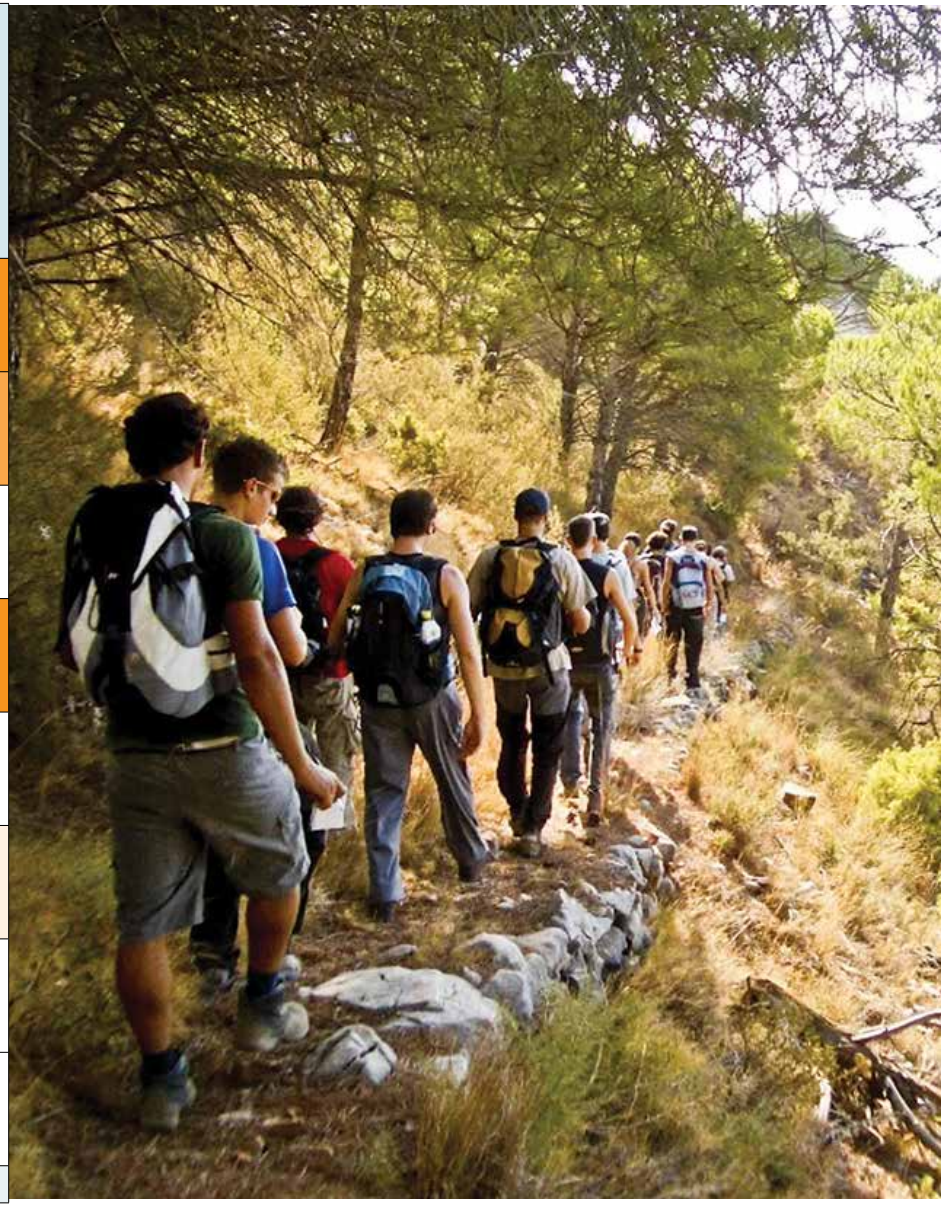
Da un'analisi delle chiavi di ricerca di interesse turistico riguardo a portali istituzionali, piattaforme di informazione e di blogging si evince, tranne che in rarissimi casi, i due portali istituzionali di riferimento (**apt basilicata** e **basilicataturistica.it**) si posizionano oltre la seconda pagina, mentre TripAdvisor si posiziona quasi sempre nella prima pagina di risultati.

Trekking

chiavi di ricerca	basilicataturistica.it	aptbasilicata.it	tripadvisor.it	booking.com	invacanzaneiparchi.it	visititaly.it	trivago.it	expedia.it	viamichelin.it	parcoappenninolucano.it	regione.basilicata.it	visitmaratea.it
Trekking Maratea	43	oltre 300	23	oltre 300	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	68	1
Trekking Lauria	8	N/A	60	300	N/A	N/A	N/A	N/A	194	N/A	212	5
Trekking Nemoli	55	oltre 300	6	oltre 300	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Trekking Trecchina	78	65	73	oltre 300	N/A	N/A	N/A	N/A	73	N/A	115	1
Trekking Rivello	79	oltre 300	58	oltre 300	24	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	oltre 300	N/A
Trekking Lagonegro	7	46	88	oltre 300	16	N/A	N/A	N/A	127	4	50	43
Trekking Valle Del Noce	61	oltre 300	42	oltre 300	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	84	N/A	N/A
TrekaKking Sirino	23	oltre 300	oltre 300	oltre 300	104	N/A	N/A	N/A	N/A	40	151	N/A

LEGENDA: **Pg** = Pagina **Pos** = Posizione all'interno della pagina **Abs Pos** = Posizione assoluta nelle SERP **N/A** Not available

da 1 a 3	da 4 a 7	da 8 a 10	da 11 a 15	da 16 a 20	da 21 a 30	da 31 a 70	da 71 a 90	da 91 a N/A



Mountain bike

chiavi di ricerca	basilicatataturistica.it	aptbasilicata.it	tripadvisor.it	booking.com	invacanzaneiparchi.it	visititaly.it	trivago.it	expedia.it	viamichelin.it	parcoappenninolu-cano.it	regione.basilicata.it	visitmaratea.it
Mountain bike Maratea	16	oltre 300	oltre 300	83	N/A	N/A	N/A	N/A	NA	N/A	86	1
Mountain bike Lauria	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	194	N/A	229	142
Mountain bike Nemoli	13	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	40	61	N/A
Mountain bike Trecchina	49	N/A	54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	115	3
Mountain bike Rivello	69	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	21	59
Mountain bike Lagonegro	171	N/A	N/A	119	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	143
Mountain bike Valle Del Noce	42	N/A	N/A	90	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	107	N/A
Mountain bike Sirino	37	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	66

LEGENDA: **Pg** = Pagina **Pos** = Posizione all'interno della pagina **Abs Pos** = Posizione assoluta nelle SERP **N/A** Not available

da 1 a 3	da 4 a 7	da 8 a 10	da 11 a 15	da 16 a 20	da 21 a 30	da 31 a 70	da 71 a 90	da 91 a N/A

Escursioni

chiavi di ricerca	basilicatataturistica.it	aptbasilicata.it	tripadvisor.it	booking.com	invacanzaneiparchi.it	visitiitaly.it	trivago.it	expedia.it	viamichelin.it	parcoappenninolu-cano.it	regione.basilicata.it	visitmaratea.it
Escursioni Maratea	139	75	2	N/A	158	N/A	N/A	N/A	211	N/A	86	4
Escursioni Lauria	N/A	87	59	72	70	N/A	N/A	51	103	N/A	N/A	37
Escursioni Nemoli	4	N/A	1	N/A	5	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	71	4
Escursioni Trecchina	16	19	33	37	N/A	N/A	N/A	N/A	74	N/A	31	4
Escursioni Rivello	6	N/A	35	32	16	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Escursioni Lagonegro	5	N/A	57	N/A	8	N/A	N/A	N/A	115	3	N/A	73
Escursioni Valle Del Noce	64	N/A	17	N/A	37	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	205	N/A
Escursioni Sirino	N/A	N/A	3	N/A	23	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	79

LEGENDA: Pg = Pagina **Pos** = Posizione all'interno della pagina **Abs Pos** = Posizione assoluta nelle SERP **N/A** Not available

da 1 a 3	da 4 a 7	da 8 a 10	da 11 a 15	da 16 a 20	da 21 a 30	da 31 a 70	da 71 a 90	da 91 a N/A

Da un'analisi delle chiavi di ricerca di interesse turistico riguardo a portali istituzionali, piattaforme di informazione e di blogging si evince, tranne che in rarissimi casi, che i due portali istituzionali di riferimento (apt basilicata e basilicataturistica.it) si posizionano oltre la seconda pagina, anche per le chiavi di ricerca **"escursioni" "mountain bike"** e **"trekking"**.

Per quanto riguarda queste ultime tre chiavi di ricerca emerge l'importanza del portale **"visitmaratea.it"** che si posiziona bene su molte delle stringhe di ricerca contenenti le chiavi succitate, **sarà quindi necessario avviare una collaborazione con i gestori del portale per migliorare il posizionamento del sistema turistico sperimentale.**

Per quanto riguarda il miglioramento del posizionamento, è stata individuata una strategia per migliorare il posizionamento:

- ***Va effettuata un'integrazione di tutte le strutture ricettive*** *sul sistema turistico sperimentale ed effettuare un'integrazione tra le pagine delle singole strutture su tripAdvisor e fare puntare tutti i link al loro interno alle pagine interne del nostro sistema turistico.*
- *Sul sistema turistico sperimentale* ***va effettuato un collegamento tra la pagina di dettaglio delle singole strutture ed il loro sito web****, nel caso in cui la struttura non dovesse avere un sito web è necessario predisporre un dominio per la struttura, che, eventualmente, potrà puntare direttamente (tramite puntamento DNS) alla pagina di dettaglio della struttura sul portale.*
- ***Le chiavi di ricerca analizzate andranno promosse, contemporaneamente, per mezzo di campagne a pagamento mirate*** *(sia in lingua italiana che in lingua inglese, vanno quindi effettuate le traduzioni SEMANTICHE delle chiavi di ricerca in lingua inglese)* ***sui social networks e su GoogleAdWords***
- ***È necessario utilizzare una strategia comune su tutte le pagine dei siti istituzionali di maggior interesse*** *(aptbasilicata, parcoappenninolucano, basilicataturistica e regione.basilicata.it) e impostare il puntamento di tutti i link alle strutture, degli articoli già posizionati, per queste specifiche chiavi di ricerca, alle pagine di dettaglio delle strutture.*
- ***Va effettuata l'ottimizzazione dei testi delle pagine di dettaglio delle strutture sul portale per le stesse chiavi di ricerca*** *che verranno promosse con le promozioni a pagamento.*
- ***Va effettuato il guest-posting su portali di informazione e piattaforme*** *di blogging con articoli posizionati per le stesse chiavi di ricerca*
- *Sarà utile dotare le pagine di dettaglio delle strutture, sul portale turistico, di un proprio personale menu, co relativo puntamento a varie sezioni/pagine, per posizionare per varie chiavi di ricerca utili le varie sezioni delle "pagine di dettaglio struttura".*

Conclusione
l'immagine attuale sul web

La grande diffusione di internet e la svolta che il web ha portato nella sfera quotidiana, ha modificato profondamente il comportamento dei turisti, e allo stesso tempo ha costretto operatori turistici ed enti di promozione turistica ad innovarsi ed essere presenti sul web, lavorando sulla propria reputazione online.

I tanti studi sulla domanda turistica mostrano che il turista o il visitatore di un territorio, di una destinazione turistica conosciuta o meno, si reca presso la meta alla ricerca di un'evasione dalla routine attratto dall'immagine della destinazione costruita sul web e fruibile già in fase di scelta della destinazione.

I vantaggi di una strategia integrata di destinazione per il settore turistico sono numerosi, a partire proprio da una maggiore facilità nella definizione e comunicazione dell'immagine unica e del posizionamento della destinazione sul mercato turistico.

Attualmente, come rilevato dall'analisi della *web presence* condotta, LA VALLE DEL NOCE NON È IDENTIFICATA COME AREA TURISTICA UNICA ed in termini turistici appare trainata da Maratea unicamente per l'*appeal* che la località gode in termini di turismo balneare.

Le informazioni disponibili on line in tema di mobilità e servizi disponibili nell'area, inoltre, risultano essere scarse, come si è rilevato dalle numerose richieste di info degli utenti sui principali social network.

7

Complementarietà con gli strumenti della programmazione 2014-2020

Autori: Gennaro Fiume, Michele De Sio

La progettazione del Sistema Turistico in linea con gli obiettivi di programmazione comunitaria

La proposta progettuale del "**Sistema Turistico Valle del Noce**" rappresenta lo sforzo di realizzazione di una piattaforma per la crescita del territorio, che vuole determinare un cambio di rotta rispetto alla gestione e la messa in rete dello sviluppo locale.

Infatti, l'idea di mettere insieme 6 Municipalità in forma di "sistema turistico" e partire da questa progettualità, fa emergere la consapevolezza da parte della Regione Basilicata della vocazione dell'area e delle straordinarie potenzialità che possono diventare concreti elementi di sviluppo socio economico ad elevato valore aggiunto, solo se coniugate in rete.

Pertanto, il Sistema Turistico può rappresentare per l'area della "**Valle del Noce**" la definizione del primo tassello di un'articolata strategia che punta sul turismo, per determinare un'opzione di sviluppo sostenibile del territorio di riferimento.

Dalla fase di analisi "desk" e "on-field" realizzate sono emerse una serie di indicazioni puntuali da parte degli stakeholders pubblici e privati.

Proprio in questa fase si è palesata la necessità di coniugare le indicazioni raccolte nell'ambito del Quadro Strategico Comunitario (QSC) 2014/2020 che anche grazie ad una favorevole congiuntura temporale sta cominciando a muovere i primi passi in questi mesi.

In quest'ottica, oltre alla perfetta integrazione con gli obiettivi di sviluppo della Regione Basilicata, la progettazione del Sistema Turistico è in linea con molteplici obiettivi generali del Quadro Strategico Comunitario declinato attraverso i Fondi SIE ed i Programmi Nazionali e Comunitari.

Inoltre è stata verificata la coerenza delle opzioni di sviluppo del Sistema Turistico con gli obiettivi specifici dalle Strategie di Sviluppo Locale in via di attivazione nel territorio attraverso l'approccio CLLD.

Infatti, lo sforzo che il Sistema Turistico "Valle del Noce" intende compiere è quello di andare oltre alla sua mission originaria, ovvero di diventare un soggetto capace di accompagnare il territorio di riferimento nell'individuazione di azioni finalizzate a raggiungere gli obiettivi di sviluppo che la comunità locale ha individuato.

In questo quadro sono dal leggere le "complementarità" di seguito indicate, che devono essere intese come vettori per la realizzazione di quella "economica circolare" a cui di fatto la strategia del progetto tende e di cui vuole essere da stimolo ed innesco.

Con l'obiettivo di individuare una parte delle opportunità di sviluppo previste dal **Quadro Strategico Comunitario 2014/2020** è utile tenere in considerazione prioritariamente i seguenti strumenti, rivolti sia ai soggetti pubblici che agli operatori privati:

1. **Programma Operativo Fondo Europeo di Sviluppo Regionale** (PO FESR Basilicata 2014/2020) attraverso:
   - L'Asse3 "**Competitività"** punta ad accrescere la competitività delle PMI sostenendo la creazione e l'ampliamento di capacità avanzate per lo sviluppo di prodotti e servizi;
   - L'asse 5 **"Tutela dell'ambiente ed uso efficiente delle risorse"** punta a preservare e tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse conservando, proteggendo, promuovendo e sviluppando il patrimonio naturale e culturale – concorrendo agli obiettivi specifici: "**Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale**", "**Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale, nelle aree di attrazione", "Riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche**";

- L'Asse 6 "S**istemi di trasporto ed infrastrutture di rete**" punta a promuovere sistemi di trasporto sostenibili ed eliminare le strozzature nelle principali infrastrutture di rete sviluppando e migliorando sistemi di trasporto sostenibili dal punto di vista dell'ambiente e a bassa emissione di carbonio, inclusi vie navigabili interne e trasporti marittimi, porti, collegamenti multimodali e infrastrutture aeroportuali, al fine di favorire la mobilità regionale e locale sostenibile.

2 **Programma Operativo Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale** (PO FEASR) – Piano di Sviluppo Rurale (PSR Basilicata 2014/2020) attraverso:

- Misura 4 **Investimenti in immobilizzazioni materiali**;
- Misura 6 **Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese**;
- Misura 7 **Servizi di base e rinnovamento dei villaggi nelle zone rurali**;
- Misura 16 "**Cooperazione**" finalizzata all' innovazione di prodotto e processo.

3 **Programma Operativo Fondo Sociale Europeo** (PO FSE Basilicata 2014/2020), si colloca all'interno di una cornice programmatica definita dalla Strategia Europa 2020 con l'obiettivo di rilanciare l'Europa attraverso **le tre priorità Crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva**.
È evidente la stretta correlazione del ST Valle del Noce con gli obiettivi del Fondo Sociale Europeo relativi all'investimento nelle competenze, nell'istruzione e nell'apprendimento permanente e con gli elementi emersi nella fase di analisi. Pertanto si rimanda al PO FSE ed alla lettura incrociata con il Programma operativo Nazionale (PON) "**Per la Scuola**" per il tentativo di soddisfare tutti quei fabbisogni formativi emersi nella fase di analisi del progetto ed a cui non si potrà dare immediata ed efficace risposta attraverso le azioni previste nel progetto del Sistema Turistico.

4 **Programma Operativo Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca** (PO FEAMP Basilicata 2014/2020), tale strumento risulta importante per l'i**ntegrazione complessiva del Sistema Turistico Valle del Noce con la risorsa mare**, in una visione matura del territorio, non più basata sui comparti ma sulle interazioni e sui processi socio-economici integrati. Il riferimento è al Regolamento 508/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio 508 del 15 maggio 2014, dove sono stabiliti gli obiettivi e i contenuti della nuova politica comunitaria della pesca e i principi informatori per la formulazione dei programmi d'intervento da attuare in materia di pesca e acquacoltura nel periodo 2014/2020.

5 **Patto per lo Sviluppo della Regione Basilicata** - Asse di intervento turismo e cultura, declinato attraverso il progetto strategico "**Programma Basilicata 2019 per infrastrutture ed interventi complementari e connessi al programma Matera 2019"**, finalizzato ad "Interventi di potenziamento degli attrattori turistici".

6 Accordo di Partenariato - **Strategia Nazionale Aree Interne** (SNAI), con l'obiettivo della "**valorizzazione delle risorse naturali, culturali e del turismo sostenibile**". Seppure altamente condivisibili strategie ed obiettivi inerenti la SNAI, per la classificazione del territorio operata, l'area del Sistema Turistico "**Valle del Noce**" non trova corrispondenza in essa. Si precisa comunque che, la fase di progettazione strategica del Sistema Turistico rende adeguata evidenza di quanto alcuni dei settori "chiave" individuati dalla Strategia Nazionale Aree Interne siano stati analizzati, valutati ed il

progetto trova adeguata corrispondenza e complementarità con essa.

7 **Programma Operativo Nazionale** (PON) "Cultura e sviluppo" di cui è soggetto attuatore il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, attraverso:

- L'Asse I "**Rafforzamento delle dotazioni culturali**" - obiettivo tematico 6 - preservare e tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse e - priorità d'investimento 6c - **conservare, proteggere, promuovere e sviluppare il patrimonio naturale e culturale** – tipologia di azione 6c.1.a - interventi per la tutela, la **valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree** di attrazione di rilevanza strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo;

- L'Asse II "**Attivazione dei potenziali territoriali di sviluppo legati alla cultura**" - obiettivo tematico 3 - promuovere la competitività delle piccole e medie imprese, priorità di investimento: 3b.1 - c**onsolidamento, modernizzazione e diversificazione dei sistemi produttivi territoriali**; 3.b.1a - s**upporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio**, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici.

8 **Programma Operativo Nazionale** (PON) "**Per la Scuola**" di cui è soggetto attuatore il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, attraverso l'Asse I - priorità di investimento 3 - "**Migliorare l'aderenza al mercato del lavoro dei sistemi di formazione .... adeguamento dei curriculum e l'introduzione e lo sviluppo di programmi di apprendimento basati sul lavoro, inclusi i sistemi di apprendimento duale ed apprendistato**".

9 **Programma Europeo per l'ambiente e l'azione per il clima** (LIFE 2014/2020) con l'obiettivo di "**contribuire al passaggio verso un'economia efficiente in termini di risorse**, con minori emissioni di carbonio e resiliente ai cambiamenti climatici, contribuire alla protezione e al miglioramento dell'ambiente ed all'inversione del processo di perdita di biodiversità, compresi il sostegno alla rete Natura 2000 e il contrasto al degrado degli ecosistemi".

10 **Programma Europeo per la competitività delle imprese e le piccole e le medie imprese** (COSME 2014/2020), che punta allo sviluppo delle PMI in ambito turistico. Le azioni previste puntano a migliorare le condizioni quadro per la competitività e la sostenibilità delle imprese dell'Unione, in particolare grazie al Piano d'azione per il turismo finalizzato alla definizione di una serie di azioni tra cui:

- **lo sviluppo e/o la promozione di prodotti di nicchia che sfruttano le sinergie fra il turismo e le industrie creative a livello europeo** (ad es. l'Itinerario europeo dei prodotti di eccellenza);
- **lo sviluppo e/o la promozione di prodotti turistici tematici transnazionali sostenibili** (in relazione, ad esempio, a itinerari europei dedicati ad aspetti specifici del nostro patrimonio culturale, percorsi ciclabili, ecoturismo, zone marittime e di immersione subacquea, etc.).

Analisi swot

8

Autori: Gennaro Fiume, Michele De Sio, Silvio Labanca

Analisi swot

IN TERMINI PIÙ PUNTUALI LA SITUAZIONE DI CONTESTO È SCHEMATIZZATA NELLA SEGUENTE **ANALISI SWOT**, CHE RAPPRESENTA **I PUNTI DI FORZA, I PUNTI DI DEBOLEZZA**, LE OPPORTUNITÀ E LE MINACCE DEL TERRITORIO DELLA **VALLE DEL NOCE**.

Punti di forza

› Ambiente, paesaggio e patrimonio rurale di alto valore ed impatto emozionale

› Risorse naturalistiche e storico-culturali di pregio e predisposizione dell'area per forme nuove di turismo ed ospitalità

› Varietà e ricchezza di specie animali e vegetali

› Condizioni generali di vita ancora buone grazie ad una scarsa diffusione della criminalità, qualità ambientale e assenza di fenomeni gravi di congestionamento

› Dotazione di servizi e di strutture ricettive nell'area costiera e montana

› Territorio potenzialmente predisposto per lo sviluppo integrato del turismo, che coinvolga anche le aree interne

› Differenziazione dell'offerta ricettiva e quadro evolutivo dell'offerta turistica regionale risulta in crescita

› Limitata pressione antropica diffusa su tutto il territorio

› Consolidati ed estesi percorsi di interesse per l'escursionismo, la sentieristica e l'ecoturismo particolarmente fruiti da parte di un'utenza straniera e giovanile

› Ampiezza e valore delle dotazioni naturali e ambientali presenti nel territorio, con particolare riferimento alla presenza di paesaggi che spiccano per la loro peculiarità

› Vicinanza dell'area a ben tre Parchi Nazionali e altre aree di interesse ambientale e turistico, alle vie storiche etc.

› Clima mite, favorevole allo sviluppo di attività all'aria aperta in molti mesi dell'anno

› Nascita di grandi attrattori che rinforzano l'offerta turistica esistente.

Punti di debolezza

- Stretta stagionalità delle presenze turistiche
- Assenza del trasporto pubblico
- Difficile accessibilità al territorio
- Insufficiente presenza di attività innovative e ad alto contenuto tecnologico
- Squilibrio tra area costiera ed area più interna e montuosa
- Bassa qualità dei servizi reali alle imprese
- Carenza dei servizi turistici e di attività per il tempo libero
- Problemi organizzativi e di qualificazione professionale del comparto turistico
- Scarsa capacità di coordinamento territoriale di progetti complessi a valenza intercomunale
- Assenza di un'immagine unitaria e ben definita dell'intero comprensorio
- Processi di spopolamento e depotenziamento dei sistemi economici locali
- Generale peggioramento dei livelli occupazionali
- Rapida crescita del tasso di disoccupazione giovanile
- Scarsa diffusione delle innovazioni nel tessuto produttivo
- Difficoltà dimensionali ed organizzative delle imprese turistiche
- Bassa attenzione ai processi di qualità
- Insufficiente valorizzazione dell'offerta turistica delle aree rurali al fine della promozione della destagionalizzazione dei flussi

- Carenza di servizi di consulenza aziendale e scarsa formazione dei consulenti
- Insufficienza delle iniziative di comunicazione e promozione delle risorse turistiche
- Scarsa divulgazione/informazione di pratiche innovative
- Carente integrazione tra percorsi scolastici/formativi e imprese
- Progressiva riduzione della presenza dell'artigianato tipico, anche a supporto del turismo e dell'economia rurale
- Non sempre adeguato livello di formazione imprenditoriale da parte degli operatori economici
- Presenza di estese aree a bassa accessibilità sia fisica sia telematica con contemporanea bassa alfabetizzazione informatica anche degli operatori economici.
- Inefficienza e/o insufficiente diffusione delle tecnologie informatiche/telematiche, per famiglie e imprese con particolari disagi nelle zone rurali e periferiche.
- Eccessiva frammentazione di eventi e manifestazioni sul territorio con scarso coordinamento ed efficacia tra i numerosi attori e soggetti preposti alla promozione, al marketing territoriale ed alla programmazione in generale.

Opportunità

- Condizioni climatiche ottimali per il turismo all'aria aperta
- Patrimonio storico-culturale ancora in buona parte da valorizzare e presenza di attrattori culturali importanti
- Domanda turistica potenziale rivolta al patrimonio di risorse ambientali e storicoculturali del territorio
- Esistenza di produzioni agro-alimentari di pregio, valorizzabili per nicchie di mercato qualificate nel turismo gastronomico ed in filiere agro-industriali di qualità
- Potenziale di risorse umane ancora inespresso
- Sperimentazione di pratiche di concertazione socio-istituzionale per la progettazione dello sviluppo dell'area
- Integrazione tra la costa e le aree più interne per realizzare un prodotto turistico integrato
- Capacità di assorbimento occupazionale del settore turistico
- Trend in crescita della domanda di servizi turistici da mercati extra-regionali
- Maggiore attenzione dei consumatori al prodotto locale e sistemi alternativi di vendita
- Integrazione del turismo rurale con l'offerta turistica tradizionale
- Diffusione di turismi specialistici
- Crescita dell'utilizzo delle ICT per la gestione della domanda/offerta di servizi turistici
- Esigenza di nuove figure professionali per la gestione delle attività turistiche
- Trend in crescita nei flussi turistici
- Patrimonio naturalistico come elemento di attrazione e di crescita della domanda di fruizione turistica ed escursionistica in ambiente rurale, che va ad aumentare la consapevolezza che è possibile allungare la stagione turistica anche senza la fruizione balneare della costa, che può assumere anche una funzione di connessione/chiusura dei percorsi escursionistici creando dei "circuiti terra-mare".
- Supportare l'introduzione di nuove opportunità che realizzano il collegamento tra la ruralità con le sue produzioni ed elementi caratterizzanti ed i fattori di innovazione nell'offerta turistica in evoluzione, quali: enogastronomia, interesse religioso, sportivo/escursionistico, paesaggistico e naturalistico
- Conservare gli elementi caratteristici dell'architettura rurale anche ai fini della loro valorizzazione e funzione di attrattore culturale
- Presenza di una molteplicità di contenitori vuoti da riempire di servizi e attrazioni
- Sviluppo di una serie di servizi per la popolazione residente (ritrovi, trasporti e mobilità interna, ecc.), da riutilizzare e coniugare in chiave turistica, valorizzandoli e allo stesso tempo promuovendo economie di scala
- Predisposizione di nuovi prodotti turistici fortemente attrattivi, legati in particolare al turismo outdoor
- Esistenza di una progettualità che aspira a realizzare una visione organica e integrata
- Vantaggi competitivi rispetto ad altre destinazioni balneari non ancora organizzate per la gestione integrata dell'offerta turistica

Minacce

- Possibile incremento dell'emigrazione di risorse umane qualificate, in assenza di opportunità di lavoro adeguate
- Processi di senilizzazione della popolazione e dinamiche demografiche preoccupanti
- Abbandono graduale di professioni legate alle specificità ed all'identità dell'area
- Tipologia di turismo a carattere speculativo e poco sostenibile
- Basso livello di ricambio generazionale
- Processi di degrado e svalutazione del patrimonio immobiliare turistico
- Rischio di declino del modello di turismo estivo
- Concentrazione delle prenotazioni turistiche attraverso le OTA
- Riduzione della fruibilità e disponibilità di infrastrutture turistico-ricreative e del tempo libero, specialmente nei centri rurali
- Ridimensionamento d'offerta dei servizi a seguito di politiche di razionalizzazione della spesa, che possono determinare ulteriori fenomeni di spopolamento specie per le fasce di età giovani con domande di servizi (scolastici, sanitari, etc.) più sensibili
- Permanenza dell'organizzazione di servizi turistici in forma non professionale e della scarsa propensione all'imprenditoria nel settore turistico
- Mancata realizzazione di interventi infrastrutturali che rendano fruibili i nuovi prodotti turistici
- Interruzione del processo di sviluppo condiviso avviato dalle amministrazioni coinvolte
- Strutture ricettive ancora inadeguate a più forti esigenze di sviluppo turistico quantitativo e qualitativo, soprattutto nella fascia alberghiera medio-alta.

PARTE II

1 Organizzazione dell'offerta Turistica

Premessa

Le peculiarità dell'intero territorio, la bellezza dei luoghi, il carattere ospitale della gente locale, il clima, i sapori e le tradizioni, la presenza di un forte attrattore come la costa di Maratea, rappresentano i presupposti che hanno convinto comunità ed amministratori a volere un progetto di sviluppo dell'offerta turistica integrata e hanno trovato pieno riscontro in tutto il lavoro di analisi realizzato. Questi elementi rappresentano condizioni necessarie affinché possa nascere un **"sistema turistico"** virtuoso, elemento fondamentale capace di far evolvere la Valle del Noce in vera destinazione turistica. L'approccio che lo sviluppo del progetto sta seguendo mira all'individuazione e valorizzazione dei fattori che se integrati tra di loro possono costituire e sostenere i due pilastri indispensabili: i **prodotti turistici** (intesi come aggregatori di esperienze di valore) e **l'organo di gestione.**

Il focus di questa sezione è la presentazione di due filoni molto particolari, che andranno a caratterizzare, integrandola, l'offerta turistica locale, attualmente legata quasi esclusivamente al turismo balneare: il turismo outdoor e quello religioso.

La rigorosa valutazione ha tenuto conto dell'offerta, della domanda e delle tendenze di mercato e ha consentito di confermare che il territorio della Valle del Noce possiede un reale potenziale di sviluppo turistico in questi due segmenti, tale da giustificare ulteriori nuovi investimenti nel settore.

L'analisi dell'offerta, in particolare, ha previsto una ricerca documentaria e una ricerca sul campo (consultazione delle persone, risorse, visite dei luoghi, etc.) che hanno consentito di tracciare nuove proposte turistiche in ambito outdoor e religioso, alcune immediatamente spendibili sui mercati turistici, altre potenzialmente molto valide ma che richiedono interventi strutturali per consentirne la fruibilità.

La strategia

L'affermazione della destinazione sui mercati nazionali ed internazionali richiede l'impostazione di una strategia competitiva, la cui base è rappresentata dal sistema di offerta turistica locale ed dal modello organizzativo individuato in grado di posizionare e sostenere il nuovo prodotto turistico integrato sul mercato.

Il piano strategico di sviluppo turistico prevede il coinvolgimento di tutti gli attori locali, siano essi soggetti pubblici o privati.
Il processo di aggregazione degli operatori locali attorno ad un progetto di sviluppo e di integrazione strategica di queste dimensioni costituisce sicuramente la fase più delicata e caratterizzata da varie criticità. Le attività di sensibilizzazione già adottate sul territorio e le altre che verranno realizzate, consentono di ridurre i contrasti e di accelerare il processo di convergenza strategica. Gestire strategicamente l'offerta turistica è infatti prioritario in vista del raggiungimento di accordi tra gli attori creando una visione condivisa, nell'ambito della quale ciascuno partecipi attivamente alla definizione ed alla promozione della nuova proposta turistica territoriale.

Gli attuali trend rilevati nel mercato turistico impongono di avviare un processo attraverso cui le risorse esistenti diventino fondamenta di un'offerta integrata concreta e adeguata alla domanda e attraverso lo sviluppo di prodotti turistici nei due filoni di riferimento: outdoor e religioso.

Il lavoro di analisi, di costruzione dei nuovi prodotti turistici, la valorizzazione delle esperienze da proporre ai turisti, l'individuazione del modello di gestione e la realizzazione di nuovi servizi per la promozione, l'informazione e la commercializzazione rappresentano i primi, fondamentali, passi ma il cambiamento, per essere virtuoso e duraturo, deve affermarsi e consolidarsi nella visione degli operatori del settore, dei rappresentanti delle Istituzioni e della collettività.

La Valle del Noce deve trasformarsi da territorio a destinazione turistica. Bisogna arrivare a creare una nuova offerta turistica "integrata" e non solo "aggregata". Anche nella realizzazione dei nuovi prodotti l'ispirazione è riconducibile a questi concetti.

La nuova offerta che la destinazione dovrà essere in grado di esprimere sarà:

esperienze + emozioni + qualità dei servizi + velocità ed efficienza delle informazioni (e delle prenotazioni)

Le risorse attrattive che, come visto nella prima parte del documento, sono ben presenti nel territorio, da sole non bastano, perché i turisti di oggi non si accontentano più di questo tipo di offerta, ma decidono e scelgono in base a motivazioni di viaggio soggettive. Di conseguenza, oggi il concetto di attrattività turistica deve essere ridefinito in base alla capacità di una destinazione di soddisfare queste nuove esigenze. L'attrattività è quindi quella che nasce dal mercato, e le destinazioni devono essere capaci di alimentarla, proponendo le giuste "esperienze".

L'esperienza turistica viene costruita in base alle richieste, alle motivazioni e alle aspettative del turista e varia in base alle capacità di una destinazione di strutturare la propria offerta turistica in linea con le sue necessità.

L'offerta turistica non sarà proposta come un freddo elenco di attività turistiche del territorio che si aggiungono alla spettacolare costa marateota, ma come un contenitore "fluido" e ben organizzato di attività, iniziative, servizi, attrazioni, sapori, tradizioni, percorsi, servizi e stile di vita in grado di rispondere al meglio alle aspettative dei visitatori attuali e potenziali.

Vi è infatti un cambiamento nella catena del valore e nella catena delle attività legate all'offerta turistica della destinazione. Sino a qualche tempo fa lo sforzo maggiore era concentrato essenzialmente nella definizione del prodotto da posizionare sul mercato, oggi nell'organizzare l'offerta turistica bisogna razionalizzare efficacemente i diversi elementi presenti sul territorio in una logica integrata che permetta di soddisfare i fabbisogni espressi dalla domanda sia in termini di servizi sia di sensazioni legate alla sfera emotiva che hanno il merito di elevare il potenziale esperienziale di un luogo.

Il lavoro svolto ha consentito di individuare opportuni binomi prodotto/mercato e valutare la sostenibilità dell'offerta turistica, della coerenza e dell'integrazione con la vocazione turistica e produttiva del territorio.

Gli strumenti individuati rappresentano vere opportunità per innescare il processo di gestione turistica del territorio in chiave strategica, i cui obiettivi principali sono:

- lo sviluppo di strategie territoriali attraverso la valorizzazione delle **risorse locali**
- lo sviluppo e la diffusione della **cultura dell'accoglienza** attraverso la promozione di azioni di formazione sul territorio, sia per il miglioramento dell'offerta turistica complessiva che per una maggiore omogeneità nello standard di servizio
- la crescita qualitativa generale della proposta turistica, in grado di essere differenziarsi dalle altre per il suo **valore**
- l'intercettazione di nuovi flussi turistici, attratti dalla nuova strutturazione dell'offerta, orientata alla **destagionalizzazione**
- lo sviluppo di **piani di marketing integrat**i mirati a favorire il coordinamento degli sforzi degli attori locali e a creare sinergie in grado di stimolare azioni complessive che trascendono il potenziale dei singoli
- la costruzione di un'adeguata **immagine della destinazione**, che sia realmente espressione della qualità e della diversificazione dell'offerta locale, sia a livello di singoli servizi che dei fattori di attrattiva e dei prodotti turistici complessivamente ideati e definiti
- la generazione di processi positivi di **fidelizzazione** di flussi specifici
- l'avvio di un processo di sviluppo duraturo, attraverso azioni finalizzate a favorire uno sviluppo turistico di un territorio nell'ottica della **sostenibilità**

L'ideazione e la strutturazione dei nuovi prodotti ed itinerari soddisfano i requisiti di:

- **attrattività** – è il focus dell'esperienza turistica offerta, in quanto è la componente principale su cui si struttura l'esperienza e rappresenta la motivazione centrale per cui gli ospiti si recano in una determinato territorio. Nessun elemento strutturale è attrattivo in sé: esso diventa tale in seguito a trasformazioni culturali e a cambiamenti nell'immaginario e nel pensare collettivo dovuti all'evoluzione dell'immagine dei luoghi nella mente dei fruitori
- **accessibilità** - facilità con cui gli ospiti possono raggiungere ed effettuare le esperienze proposte. Ha diverse connotazioni, a partire dall'accessibilità fisica ed economica sino all'accessibilità informativa
- **accoglienza** – attiene alla coerenza fra il livello di strutturazione del contesto territoriale e le attività previste. Così definita, l'accoglienza, indica la coerente presenza di tutti quei beni e servizi di supporto o di facilitazione che rendono fisicamente realizzabile l'esperienza turistica in una determinata destinazione
- **ambientazione** - esprime la capacità del territorio di "immergere" gli ospiti nell'esperienza da rappresentare. In quanto tale, essa è sicuramente determinata dal paesaggio e dall'ambiente (naturale o artificiale) generale del territorio ma è evidente anche l'importanza dei particolari che possono da soli sostenere la credibilità della destinazione
- **animazione** - esprime la vivacità culturale e sociale del territorio ed è fondamentalmente legata al fattore umano e al concetto di comunità
- **fattibilità** - indica la presenza degli opportuni requisiti tecnici, giuridici ed economici che rendono il prodotto turistico appetibile ed acquistabile

La destagionalizzazione dei flussi turistici e l'allungamento della capacità ricettiva ancora legata alla stagionalità del turismo balneare rappresentano un elemento chiave in vista del posizionamento della destinazione sul mercato e dell'individuazione di nuovi segmenti da penetrare attraverso la definizione di nuovi prodotti turistici.

Il turismo che caratterizza l'area, infatti, è fortemente stagionale e circoscritto al periodo estivo: il clima insieme alle abitudini dei turisti italiani che vanno in vacanza quasi tutti nello stesso periodo e che rappresentano la grande maggioranza dei turisti presenti sul territorio, in coincidenza con altri fattori esterni determinano perdite di gestione in periodi di bassa stagione pur rimanendo invariati i costi fissi.

Nella pianificazione e organizzazione dell'offerta turistica della Valle del Noce saranno combinate forme di turismo diverse con l'obiettivo strategico di diminuire l'incidenza di tale fenomeno creando per la destinazione diversi prodotti adatti a soddisfare le richieste provenienti dai differenti segmenti di mercato nei diversi periodi dell'anno, **destagionalizzando** i flussi per l'offerta complessiva della destinazione e non limitandosi ad offrire solo alternative a chi viene già in zona per trascorrere la sua vacanza d'estate.

È evidente che nello strutturare l'offerta turistica di una particolare area non si possa prescindere dalle valutazioni rispetto alle modalità di scelta ed organizzazione del viaggio da parte del turista. I flussi turistici si differenziano tendenzialmente in due modi distinti. Da una parte vi è il turismo spontaneo: si tratta per lo più di viaggiatori che, con varie motivazioni, si spostano da un luogo all'altro in modo individuale e autonomo, senza ricorrere all'ausilio di professionisti terzi. Questa tipologia è anche detta fai-da-te, con riferimento alla strategia con cui la persona/gruppo pianifica il proprio viaggio e la propria permanenza nella destinazione. Tutt'altro risulta il comportamento che caratterizza il turismo organizzato o intermediato: in cui sono i professionisti, per lo più Tour Operator (TO) e Agenzie di Viaggio (AdV), che assumono il compito di progettare la vacanza e di pianificarla nei suoi aspetti formali, lasciando al turista solamente la scelta della destinazione. Come evidenziato dall'analisi il 25% delle strutture ricettive dell'area fa ricorso a questo canale, che, tenuto conto che il sistema di l'intermediazione classica non coinvolge le strutture più piccole, non va quindi trascurato.

La DMO che governerà la nascente destinazione curerà entrambe le tipologie di turismo, adottando specifiche attività di marketing e di commercializzazione e cercando di rivolgersi al mercato utilizzando il maggior numero possibile di alternative, ma in maniera **selettiva,** attraverso un mix che faccia passare una parte dell'offerta attraverso i tour operator individuati (specialisti del prodotto), un'altra per i clienti individuali, un'altra a un ambito associativo, ecc.

La riformulazione dell'offerta turistica prevede inoltre una serie di azioni tese a migliorare il segmento fondamentale di tutta l'offerta: la dotazione quantitativa e qualitativa **di strutture ricettive**, attualmente molto sbilanciata in favore di Maratea.

Come visto nell'analisi specifica condotta sul campo, molti sono gli interventi necessari per favorire l'adeguamento qualitativo dell'offerta ricettiva attuale, soprattutto in tre ambiti:

- formazione del personale
- adeguamento strutture per utilizzo nuove tecnologie ed accessibilità
- strutturazione di strategie di marketing mirate e condivise.

Dal punto di vista quantitativo è emerso in particolare un forte orientamento, anche da parte degli amministratori locali, alla valorizzazione del patrimonio di seconde case presente in gran parte dei centri della Val Noce.

In merito a quest'ultimo aspetto, oltre a progetti di più lungo termine, che possono prevedere la realizzazione di forme di ospitalità diffusa in uno o più borghi dell'area (Rivello in primis), si è pensato ad un progetto strategico, ma realizzabile in tempi rapidi, che consenta la messa in rete e la possibilità di commercializzare le **case vacanza,** vera opportunità aggiuntiva e perfettamente coerente con le nuove tipologie di proposte turistiche del territorio. Il progetto punta innanzitutto a stimolare la regolarizzazione delle abitazioni che già vengono, in maniera spontanea, fittate ai turisti, facendo in modo che si trasformino in vere strutture ricettive extralberghiere.

Le attività che, trovate le risorse per finanziare il progetto, potrebbero essere realizzate sono, in sintesi:

- Creazione di un marchio di qualità distintivo delle case vacanza ufficiali della destinazione
- Realizzazione del disciplinare con i requisiti obbligatori per ottenere il marchio
- Realizzazione di un kit di benvenuto che i proprietari potranno consegnare ai loro ospiti (con materiale informativo, shopping card, un prodotto tipico, etc.)
- Inserimento nel portale web di destinazione, con possibilità di essere prenotate on line
- Realizzazione di piastrelle identificative da apporre all'esterno delle abitazioni
- Creazione e promozione di un vero network di case vacanze della destinazione

Il processo di rielaborazione dell'intera offerta turistica è uno degli elementi fondamentali dell'intera progettazione, e potrà ritenersi completo solo con lo sviluppo delle attività previste alle fasi successive, con le dovute integrazioni e con gli auspicabili interventi infrastrutturali che consentirebbero alla nuova DMO una fase di start-up più efficace perché in grado di spendere sul mercato i nuovi prodotti turistici creati ad hoc.

Modello di offerta

Il modello di sviluppo dell'offerta individuato si basa sul presupposto che un sistema turistico per essere percepito dal mercato globale necessita di almeno tre condizioni essenziali:

- una dimensione territoriale adeguata
- una riconoscibilità in termini di localizzazione e qualità
- un livello di specializzazione che ne semplifichi la differenziazione rispetto alle altre destinazioni

In quest'ottica si è messo a sistema tutto quanto in termini di offerta e servizi turistici insiste sul territorio di sei comuni, con Maratea che ne facilita il riconoscimento quale destinazione di qualità e investendo su temi definiti (outdoor e religioso) che ne vanno a inquadrare il posizionamento.

Quindi Maratea – storicamente uno dei riferimenti riconosciuti a tutti i livelli del turismo regionale (una delle famose 4 M su cui ha puntato l'ultimo piano turistico) - resta il fulcro e, vista la attuale dotazione di strutture ricettive, anche la base principale per il soggiorno. Le altre cinque località rappresentano importanti elementi che completano l'offerta territoriale e introducono nuove opportunità di vivere esperienze turistiche sull'intero territorio determinando la proposta distintiva della destinazione. L'attrattore non sarà più solo la costa di Maratea, ma le esperienze che Maratea e la Valle del Noce sono in grado di far vivere ai turisti.

Questo modello ha il vantaggio di creare un sistema di reciprocità tra il territorio e la località più conosciuta, sia in relazione alla distribuzione dei flussi turistici sia in relazione alla varietà e complementarietà dei prodotti. Inoltre, permette di proporre sul mercato l'intera offerta territoriale in collegamento con un brand già conosciuto, rendendola più interpretabile e maggiormente fruibile ai turisti.

Anche le proposte per migliorare l'intero comparto in termini di tecnologie, formazione, marchi, prodotti possono attecchire da subito in nel luogo storicamente abituato a "fare turismo", che può fare da traino ed attivare flussi virtuosi anche nelle località limitrofe, favorendo lo sviluppo di sinergie e collaborazioni.

Dal punto di vista strategico, questo modello permetterà di costruire nell'immaginario turistico il collegamento tra la località più conosciuta della destinazione e gli elementi distintivi individuati, ovvero le esperienze turistiche richieste dal mercato ma attualmente non collegate alla destinazione. Una volta creata questa relazione nella mente del turista, sarà possibile concretizzare l'immagine dell'intero territorio ad un secondo livello, più approfondito e completo, in grado di includere diverse motivazioni per la vacanza.

Questo modello ispira anche le scelte di posizionamento della destinazione, facilitando la definizione delle strategie di marketing e commercializzazione. Dal punto di vista organizzativo, invece, i vantaggi sono legati ad una maggiore capacità di realizzazione di tutte le attività necessarie alla gestione dei flussi turistici. E' ormai impensabile strutturare un sistema di offerta senza tenere conto delle tendenze della domanda turistica, che contribuisce in maniera determinante a creare il tipo di proposta. Da questo punto di vista è chiaro ormai che il turismo è diventato sempre più esperienziale, con richieste in aumento per destinazioni che propongano attività e servizi personalizzati e che offrano esperienze uniche.

Come si evince dall'immagine seguente, che riporta uno studio condotto da TripAdvisor per il monitoraggio dei trend turistici nel 2015, risulta evidente che i turisti non si accontentano più di visitare i luoghi. Il 55% ha dichiarato di voler partire per "cercare esperienze uniche e interessanti", il 44% per "arricchire le proprie conoscenze culturali", mentre il 36% vuole "calarsi nella cultura locale".

Fonte: www.vivereditiurismo.com su dati Tripadvisor

Il posizionamento della destinazione turistica "Valle del Noce" sarà perseguito quindi tenendo conto delle caratteristiche della domanda. Per andare incontro alle richieste della domanda è necessario impostare l'offerta turistica proprio in questo senso. Fare turismo esperienziale significa vendere un'esperienza, un viaggio inteso nel senso più profondo, individuando innanzitutto dei prodotti-destinazione adeguati. Anche i due filoni tematici individuati si sviluppano e saranno proposti come esperienze, diverse ma connesse.

Turismo outdoor: esperienza fisica, del corpo

Turismo religioso: esperienza spirituale, dell'anima

Il prodotto-destinazione principale però deve puntare ad un tema specifico chiaro, facilmente identificabile, noto e stimolante per il pubblico, come è sicuramente il turismo outdoor.

Maratea e Valle del Noce destinazione di eccellenza per il mare e il turismo outdoor: questo è il motivo principale che dovrà muovere i nuovi flussi turistici che si vogliono intercettare (la **reason why** nella scelta della destinazione). La destinazione deve mirare ad affermarsi come la meta ideale per chi ama il mare ma non si accontenta della vita da spiaggia e vuole essere più attivo che mai anche in vacanza. Al contempo deve catturare l'interesse di chi si sposta in vacanza – anche in stagioni diverse rispetto al turismo balneare - motivato dal desiderio di vivere esperienze outdoor e in questi luoghi troverà, oltre a montagne, boschi, piccoli borghi e cultura locale, la splendida costa di Maratea. Questo tema comprende una serie di elementi emozionali e unici che permettono di ottenere una lettura del territorio davvero speciale. Svolgere attività sportiva in un contesto naturalistico così particolare e variegato permetterà di apprezzarne gli aspetti più veri, rendendolo da subito "unico". Completando l'offerta con il tema del turismo religioso, che da solo non avrebbe un livello di attrattività sufficiente, ed integrandola con gli altri elementi attrattivi si può riuscire ad ottenere un posizionamento strategicamente e commercialmente forte.

La Valle del Noce deve identificarsi sul mercato nazionale quale prima destinazione con un'offerta mare e outdoor strutturata, completa ed organizzata. Il binomio mare-outdoor dovrà essere immediatamente percepito nella mente dei turisti, inserito in un contesto che prevede anche una serie di itinerari e luoghi legati alla spiritualità. Su questi concetti sarà sviluppata tutta la strategia di marketing e di commercializzazione, e su questi si dovrà sviluppare tutta la visione di sviluppo turistico del territorio, radicandosi quindi anche nella mente degli operatori turistici e dell'intera comunità

2 Il Sistema Turistico della Valle del Noce

Il Sistema turistico della Valle del Noce è da intendere come l'insieme di tutti i protagonisti dell'offerta turistica, tra loro interconnessi, con una finalità condivisa e che devono essere coordinati e organizzati in un'unica struttura, e non come il modello di governance della destinazione. Il **sistema turistico** rappresenta uno dei tre pilastri su cui si sta costruendo la destinazione, insieme ai **prodotti turistici** e **l'organo di gestione** della destinazione (DMO).

La DMO (Destination Management Company) è una forma organizzativa evoluta di coordinamento dei processi di marketing turistico e territoriale. Le principali attività assegnate alla DMO (Destination Management Organization) sono riconducibili a due macrogruppi di attività:

- al primo gruppo appartengono tutte le funzioni che rientrano nella più generica attività di marketing della destinazione
- nel secondo, invece, rientrano tutte quelle funzioni che vengono svolte direttamente sul territorio e che si possono, genericamente, definire di gestione della destinazione

Nell'ambito dell'attività di marketing della destinazione, sebbene la vendita dei prodotti e servizi turistici di una destinazione sia principalmente effettuata dalle singole imprese dell'ospitalità e dagli operatori dell'intermediazione, la DMO assume un ruolo sempre più importante nel gestire e promuovere la commercializzazione della destinazione, intesa come un unico e coordinato package.

In sostanza gli ambiti di operatività della Destination Management Organization pongono l'organo di governo in una posizione di centralità rispetto allo studio, al monitoraggio e al coordinamento di tutti gli elementi coinvolti nel contesto di riferimento e sono da questo punto di vista sicuramente di natura strategica, ma al contempo prevedono una serie di attività orientate alla crescita della capacità della destinazione di "vendersi" (a differenza di altri modelli di gestione, quali APT o STL).

La presenza di forme organizzative evolute di coordinamento dei processi di marketing turistico e territoriale, quali le DMO, come dimostrano numerosi casi di successo internazionale, rappresenta un fattore critico di successo nei processi di gestione, promozione e commercializzazione delle diverse tipologie di destinazioni turistiche. In Italia, ad esempio, la Trentino Spa può essere ritenuta a pieno titolo una DMO con funzioni di coordinamento, verso l'interno e verso l'esterno, dell'intero processo turistico.

La scelta della forma istituzionale e giuridica più adatta per i compiti che la DMO dovrà svolgere sarà impostata in una fase successiva del progetto e sarà condivisa con le amministrazioni, così come il suo percorso di mantenimento, crescita e sostenibilità economica.

Il **Destination Management System** nel suo insieme, inoltre, rappresenta lo strumento per organizzare in maniera efficace ed efficiente l'attività gestionale della destinazione, permettendo il raccordo dei diversi player territoriali e la canalizzazione delle loro offerte in un unico luogo d'approdo. Dal punto di vista operativo, per sostenere la commercializzazione dell'offerta turistica, la DMO si doterà di risorse umane e tecnologiche che creeranno dunque un vero e proprio DMS (Destination Management System) basato su due elementi principali:

- **Il portale web di destinazione**
- **l'info point 2.0**

Il portale web di destinazione

Una destinazione che oggi non sia presente e facilmente rintracciabile su Internet è come se non esistesse. Il portale web è dunque il centro intorno al quale gravita l'intera destinazione, la porta che apre l'accesso a tutti i possibili mercati. La progettazione e realizzazione del portale web della Valle del Noce verranno sviluppati nella fase successiva, ma è opportuno indicarne in questa sede gli aspetti maggiormente legati alle opportunità commerciali e alla capacità di veicolare la nuova offerta turistica integrata. All'interno dello stesso, infatti, saranno presenti tutte le informazioni, le proposte e le funzioni in grado di comunicare agli utenti in maniera efficiente coinvolgendoli e spingendoli all'acquisto. Esso sarà il punto di partenza e di arrivo delle strategie di marketing che svilupperà la DMO, e verrà progettato in funzione di queste. Avrà tutti i requisiti necessari per essere accessibile, rintracciabile ma soprattutto usabile sia per gli utenti che per i responsabili delle strutture ricettive, che in fase di analisi si sono dichiarati totalmente disponibili ad essere inseriti nel portale e ad adottare il nuovo strumento. Il portale di destinazione non si configura come una semplice vetrina degli operatori turistici del territorio, infatti, ma conterrà una considerevole quantità di informazioni ed offerte, diventando uno strumento di "packaging dinamico", che offre la possibilità all'utente di scegliere e comporre le varie componenti, ma anche la possibilità di completare la transazione economica online, rafforzando, grazie al rapporto di fiducia instaurato, la relazione creatasi con la destinazione.

Il portale web della destinazione Maratea Valle del Noce sarà dotato degli strumenti tecnologici necessari, per fare in modo che possa:

- Rendere prenotabili ed acquistabili non solo pernottamenti ma anche escursioni e altri servizi turistici.
- Restituire proposte accattivanti agli utenti che cercheranno cosa da vedere, ma soprattutto **cosa fare** durante la loro vacanza
- Poter essere consultato anche con ricerche "su mappa", con l'uso di filtri per selezionare il tipo di punti d'interesse che si vuole visualizzare, quali i ristoranti, o gli hotel, o le pareti attrezzati per l'arrampicata…
- Offrire la possibilità di pagare subito o garantire con carta di credito e pagare in loco.
- Far gestire le prenotazioni direttamente agli operatori turistici (hotel, campeggi, bed and breakfast noleggio bici, organizzatori eventi…) senza intermediazione della DMO: HOTEL>CLIENTE.
- Integrarsi tramite **channel manager** con le principali OTA, in modo che gli albergatori non debbano investire altro tempo per gestire tariffe e disponibilità. Come visto nell'analisi attualmente solo il 16% delle strutture ne utilizza uno, per cui il lavoro di aggiornamento tariffario e delle disponibilità sui vari canali di vendita on line viene gestito nella maggior parte manualmente. La disponibilità diffusa ed allargata a tutte le strutture presenti sul portale di questo strumento renderà notevolmente più agevoli i processi organizzativi e commerciali, con crescita di tutto il comparto dell'offerta turistica.

- Prevedere un'area riservata alle **agenzie viaggi** che potranno prenotare sul portale guadagnando quanto da loro riconosciuto direttamente dai fornitori locali (con gestione di provvigioni, fatture, prenotazioni, pagamenti). In questo caso la transazione quindi non sarà più diretta ma intermediata dalla stessa agenzia, secondo lo schema HOTEL (ed eventuali altri servizi turistici)>ADV>CLIENTE
- Prevedere la possibilità che un utente crei e prenoti un pacchetto turistico (ad es. pernottamento + escursione in barca) autonomamente. In questo caso il sistema imputerà la vendita al **tour operator** di destinazione, secondo lo schema HOTEL+SERVIZI TURISTICI >TO>CLIENTE
- Far inserire **promo code** che permettano di prenotare, in maniera riservata, a tariffe migliori. Ad esempio un fan della pagina facebook ufficiale del sistema turistico potrebbe ricevere un codice che permette di ottenere automaticamente uno sconto durante il processo di prenotazione di un hotel sul portale. Oppure chi acquista prodotti tipici del territorio potrebbe ottenere un codice tramite una raccolta punti, per le stesse finalità. O ancora si potranno siglare convenzioni ed accordi con CRAL e associazioni per rilasciare ai dipendenti delle aziende e agli associati codici per prenotare con lo sconto. O si potrebbe immaginare una campagna promozionale riservata chi viaggia in areo per raggiungere la destinazione (gli stranieri): potrebbe recuperare una parte del costo del volo grazie ad un codice particolare che gli consente di prendere l'hotel a tariffe speciali.
- Permettere di acquistare i biglietti per partecipare ad eventi a pagamento
- Consentire di ottenere tourist e **shopping card** per acquistare in loco servizi e prodotti a tariffe particolari
- Promuovere la vendita on line di pacchetti tematici esperienziali, raccolti in cofanetti virtuali, da veicolare tramite il tour operator di destinazione e altri canali distributivi (simili ai Boscolo Gift o **Smart box**)
- Integrarsi con portali e siti di comparazione risultando come opzione utilizzabile per prenotare la vacanza.
- Permettere di prenotare le stanze e i servizi in n. modalità, a seconda della tipologia di struttura e di configurazione del servizio e delle tariffe
- Essere scalabile, prevedendo altre funzioni da aggiungere nel tempo. Ad es. inserimento della vendita di **biglietteria di eventi** e/o grandi attrattori presenti e futuri.
- Essere utilizzato anche direttamente dalle singole strutture che potranno inserire sul loro sito web (tramite **widget**) la piattaforma di booking della destinazione, permettendo ai visitatori del loro sito di prenotare il soggiorno e/o altri servizi. Questo aspetto, dal punto di vista della strategia commerciale è fondamentale. Dal confronto con gli operatori turistici è emerso che solo il 22% offre la possibilità di prenotare on line sul proprio sito web attraverso un sistema di booking engine. Il 58% ha indicato di avvalersi delle OTA, ovvero i grandi tour operator on line che, oltre ad erodere importanti margini del fatturato tramite le alte commissioni dovute, fagocitano la visibilità on line delle strutture. Quindi, ad oggi, anche il turista che avesse già deciso di soggiornare nella destinazione e prenotare on line una determinata struttura nel 78% dei casi non potrebbe farlo direttamente sul sito della stessa, mentre in oltre la metà dei casi potrebbe farlo solo tramite un intermediario on line. Si intuiscono immediatamente i vantaggi offerti dal sistema in corso di realizzazione in termini di disintermediazione e crescita delle vendite.
- Favorire una strategia di marketing mobile. Si prevede che la tecnologia mobile supererà le prestazioni dei computer in termini di vendite nei prossimi anni, per cui il portale verrà realizzato secondo i più recenti standard di flessibilità, adatto ad essere utilizzato su ogni tipo di device. Inoltre, i dispositivi mobile forniscono l'enorme vantaggio di poter comunicare e interagire in tempo reale con il viaggiatore in qualsiasi momento, non solo fornendogli strumenti utili alla scelta del viaggio, ma anche e soprattutto, grazie ai Global Positioning System (GPS), offrendo la possibilità di proporre servizi on-the-go personalizzati e contestualizzati, proprio nel momento i cui gli ospiti della destinazione ne hanno più bisogno.

Il sistema di booking che sarà implementato sul portale deve essere interpretato in maniera più completa, considerandolo più un **marketing engine** che un booking engine in senso stretto.

E' scontato che non si può competere con Booking.com e le altre grandi OTA (On line Travel Agencies) in termini di visibilità e capacità di advertising e quindi numero di prenotazioni vendute, ma quello che si deve fare è dotare il portale di strumenti adeguati che accrescano il livello dell'informazione, dell'accoglienza e dell'assistenza ai turisti, della promozione,

della completezza dell'offerta e, di conseguenza anche il numero di prenotazioni. Il portale web deve essere un grosso scatolone da riempire con una serie di strumenti e processi che dovranno trasformare l'organizzazione della commercializzazione turistica dell'area. Inoltre una destinazione che appare sul web organizzata ed accogliente, in grado di proporre esperienze uniche, è sicuramente anche più semplice da promuovere e vendere. Tra gli aspetti che possono fare dello stesso processo di acquisto, se ben ideato e gestito un importante ulteriore strumento di marketing si possono citare:

- Gestione del tasso di abbandono, ovvero la percentuale di utenti che stanno prenotando e poi non completano il processo, rimandando l'acquisto, che però poi magari viene meno oppure viene effettuato sui siti delle OTA (con perdite di provvigioni e quindi fatturato per gli hotel). In questi casi appena l'utente esce dalla pagina senza completare la prenotazione, il sistema potrà proporgli subito, di lasciare i riferimenti per ottenere una proposta personalizzata (con uno sconto o un servizi aggiuntivo gratuiti), dopo aver chiesto prima i motivi della mancata prenotazione.
- Creazione di effetto moltiplicatore quando invece la prenotazione va a buon fine, sfruttando l'occasione per ottenere visibilità e/o nuove prenotazioni. Lo stimolo può avvenire invitando chi ha prenotato a condividere la prenotazione sui social, offrendo in cambio subito un voucher per usufruire gratis di servizi aggiuntivi (due aperitivi da utilizzare durante il soggiorno, ad es). La condivisione della prenotazione servirà a dare visibilità alla destinazione, ma anche ad incentivare nuovi arrivi: chi clicca sul post diventa fan della destination fan page e si porta a casa un coupon (promocode) che potrà utilizzare per prenotare a tariffe scontate sul portale.
- Proposte di attività, eventi e servizi aggiuntivi in tempo reale, vendendo così i prodotti destinazione e non solo il soggiorno nella singola struttura. Dopo aver selezionato le date e fatto la ricerca dell'hotel l'utente riceve subito le proposte migliori di "experiences" da poter aggiungere. Ovviamente in maniera rapida questi potrà cliccare su "no, grazie" e procedere al booking del solo soggiorno
- Contribuito alla realizzazione di un vero e proprio sistema di review management, incentivando chi dopo aver soggiornato prenotando sul portale lascia una recensione (ad es. con un codice sconto da regalare). Si può valutare l'opportunità di implementare sul portale un sistema proprietario di recensioni, che integri anche quelle dei maggiori portali di prenotazione e recensioni, facendo in modo che gli utenti non escano mai dal portale alla ricerca di altre informazioni necessarie sulla struttura da prenotare. Se sul portale si trovano tutte le informazioni che servono (recensioni sui Tripadvisor & C. comprese), perché cercare, e magare poi prenotare, altrove?
- Contributo alla raccolta e gestione tendenzialmente sempre più centralizzata dei dati dei dei visitatori, con una potenzialità enorme in termini di servizi di accoglienza, informazioni e proposte da veicolare prima, durante e dopo il loro soggiorno

Info point 2.0

Il secondo elemento che sostiene il Destination Management System è rappresentato da un **Sistema Innovativo di Informazione e Assistenza turistica,** che possiamo definire un Info Point 2.0.

Il ruolo dei sistemi informativi turistici, specialmente se integrati con le azioni di promozione e marketing, si configura come un servizio indispensabile per il sistema di commercializzazione, oltre che veicolo d'immagine della Destinazione.

La presenza sul territorio di una struttura in grado di coadiuvare le amministrazioni nell'erogazione dei servizi di accoglienza rappresenta l'elemento integrativo che permetterà di riorganizzare l'intero sistema informativo e qualitativo dei servizi turistici del territorio.

Il portale web realizzato e promosso rappresenterà lo strumento "virtuale" più importante della destinazione turistica per un'efficace gestione delle informazioni necessarie al turista per conoscere, vivere e condividere le peculiarità del territorio.

Allo strumento on line si affiancherà una struttura fisica "reale", dotata di attrezzature tecnologiche, in cui opereranno risorse umane formate che contribuiranno alla crescita e al consolidamento della DMO attraverso:

- la gestione e l'aggiornamento del portale web, garantendo assistenza (help desk) agli operatori locali
- l'attività di "Info Point Virtuale" che ispiri il turista prima del viaggio, creando in lui interesse verso la destinazione, che lo informi ed accolga durante il viaggio e lo segua – in maniera garbata e non invadente – anche dopo il viaggio
- l'assistenza telefonica e on line – anche con chat in tempo reale – erogazione di informazioni turistiche, assistenza ai turisti, attività di Costumer Care e Costumer Relationship Management. L'importanza di strutturare un sistema di CRM si è evidenziata anche dalla ricerca sul campo, che ha dimostrato come finora solo il 11,76% degli operatori ne fa un uso sistematico e professionale
- l'assistenza telefonica e in presenza, vale a dire erogazione di informazioni turistiche, assistenza ai turisti, etc.
- il servizio aggiornamento degli operatori del territorio attraverso l'invio telematico di informazioni utili che tutte le strutture potranno proporre ai loro ospiti (es. situazione meteo, condizioni del mare, aggiornamento su eventi, escursioni prenotabili, eventuali problemi di viabilità). Lo stesso servizio potrà essere utilizzato per attività di real time marketing
- la creazione ed animazione della Destination Community, contribuendo alla crescita del brand, alla costruzione di un'immagine sempre più positiva della destinazione e alla connessione costante con la domanda di mercato.
- L'implementazione di una strategia di DRM (Destination Reputation Management), identificando il TGC (Travel Generated Content), analizzandolo, stimolandolo e monitorandolo attraverso appositi strumenti (quali Google Alert o Blogmeter.it). Verrà elaborato dal team di lavoro "un indice di gradimento della destinazione", con aggiornamento trimestrale, riferito a diversi fattori individuati che permetterà di comprendere i servizi e le caratteristiche più apprezzati e quelli meno graditi dal mercato, inclusi gli stessi servizi erogati dall'Info Point Virtuale.
- La funzione di osservatorio turistico a disposizione delle amministrazioni locali, con la creazione di un modello di rilevazione statistica interna, che elaborerà i dati di tutte le informazioni e i servizi richiesti, insieme a quelli delle prenotazioni effettive e dei servizi realmente erogati. Le problematiche e i bisogni rilevati saranno dunque quelli realmente sentiti dagli ospiti della destinazione. Il sistema prevede dunque un flusso bidirezionale delle informazioni: darà informazioni ai turisti ma ne riceverà altrettante, e quelle ricevute consentiranno di migliorare i servizi e le relative nuove informazioni. Verrà adottata una campagna di sensibilizzazione per coinvolgere anche i singoli operatori nella condivisione dei dati per contribuire a questo processo virtuoso che permetterà di avere un quadro sempre più dettagliato e aggiornato della domanda turistica reale e potenziale, unica via per interventi correttivi tesi al miglioramento continuo dei servizi e strategie di marketing coerenti ed efficaci.
- La supervisione del processo di crescita e sviluppo della qualità dell'offerta turistica territoriale, con particolare riferimento agli standard e ai servizi offerti e dalle strutture ricettive.

Le attività sopra indicate inizieranno ad essere sviluppate nella fase di start-up della DMO e verranno realizzate in continuità con la strategia di marketing e comunicazione adottate per il posizionamento della Destinazione.

Nella sede saranno presenti figure professionali con competenze specifiche (o formate ad hoc) che si occuperanno dello svolgimento di tutte le attività previste per la corretta gestione dell'Info Point.

Saranno destinate alla sede operativa sul territorio, infatti, tutte

le attività legate al live support e al CRM in favore degli utenti/turisti all'assistenza continua agli operatori turistici per il corretto utilizzo del portale, alle attività di animazione territoriale, e ufficio stampa per permettere la più ampia diffusione delle informazioni veicolate attraverso le azioni di comunicazione interna, al DRM (**Destination Reputation Management**) e alle rilevazioni statistiche.

Si intende procedere ad una riorganizzazione del servizio di accoglienza, informazione ed assistenza al turista a livello territoriale. Una delle principali problematiche da affrontare, dunque, riguarda sicuramente l'accentuata frammentazione dei soggetti gestori delle attività che rientrano nel processo di erogazione turistica. Per poter utilizzare appieno il potenziale di sviluppo rappresentato dall'attrattività turistica dell'area, oltre a un incremento della ricettività turistica, della dotazione infrastrutturale a fini turistici, della realizzazione di iniziative di progettazione e commercializzazione di pacchetti e prodotti turistici e di informazione e promozione, un ruolo fondamentale infatti riveste il capitale umano, in particolare la presenza di operatori che dispongano delle conoscenze e delle competenze adeguate per fornire servizi di qualità ai turisti.

Solitamente la funzione di un ufficio territoriale di informazione turistica si concentra sulle indicazioni sulla destinazione del viaggio piuttosto che sulle passioni del turista. Il nuovo sistema innovativo di informazione e assistenza turistica della Valle del Noce sosterrà lo sviluppo della DMO offrendo al turista tutto ciò che egli desidera, in modo da consentirgli di costruire un viaggio che tenga conto in egual modo delle necessità di soggiorno e delle passioni che influenzano e caratterizzano il giudizio sull'esperienza.

L'informazione erogata sarà caratterizzata da un atteggiamento attivo, e non solo di attesa. Più che un centro d'informazione che attende i turisti cercando di rispondere alle loro richieste si realizzerà un **centro d'accoglienza turistica**: organo attivo della strategia complessiva del management della destinazione.

Offrire un'accoglienza gentile ed efficace è tra gli obiettivi fondamentali affinché il turista possa ritenersi soddisfatto e quindi indotto a spendere di più, magari prolungando la permanenza, ritornare e generare un passaparola positivo. In questa azione di accoglienza attiva è necessario coinvolgere la popolazione locale, con la quale il turista instaura contatti e relazioni umane che devono essere assolutamente positive.

L'info point 2.0 sarà dunque il vero braccio operativo della DMO e, come tale sarà impegnato ad assistere e seguire i turisti durante tutto il ciclo di vita della vacanza, comunicando con loro dalla fase dell'ispirazione, a quella della ricerca, della prenotazione, della vacanza vera e propria e della costruzione del ricordo positivo legato alla destinazione.

L'uso della Rete non si limita alla fase di pianificazione e organizzazione del viaggio, ma si estende in maniera importante durante la fruizione stessa dell'esperienza, anche grazie ai dispositivi mobili.

Durante la permanenza nella destinazione bisogna garantire la reperibilità delle informazioni per ottimizzare la fruizione dell'esperienza e contribuire alla creazione di un sentiment positivo nei confronti della destinazione stessa. I turisti, inoltre, tendono a conservare contatti e relazioni con il proprio ambiente di vita quotidiano durante la vacanza, condividendo in tempo reale l'esperienza. Anche dopo la vacanza, il turista utilizza Internet per rendere pubbliche storie ed emozioni vissute nella destinazione raccontando il proprio viaggio, con commenti, valutazioni e impressioni personali, dando vita a uno scambio con altri utenti che è la base della composizione di reti di relazioni, che vanno a comporre le community virtuali.

Attraverso la funzione di supporto agli operatori locali, inoltre, sarà possibile analizzare le trasformazioni in atto nel settore turistico dal punto di vista tecnologico relativamente al ruolo di internet, nei processi di acquisto di pacchetti vacanza, ricerca attività, etc.

Il turismo, in quanto attività ad alto contenuto informativo, infatti, è stato fortemente interessato da mutamenti dovuti alle tecnologie che lo hanno definitivamente trasformato. È necessario dunque sviluppare una presenza coordinata della destinazione sul web anche monitorando e coordinando l'azione delle singole impresa che rappresentano il territorio on line.

3 Turismo outdoor: proposta di sviluppo

Foto: Giampaolo Calzà

Autori: Angelo Seneci, Fabio Limongi, Pompeo Limongi

Premessa

Due elementi sono essenziali nella fase di pianificazione di un territorio per lo sviluppo del turismo outdoor:

- l'individuazione degli elementi che lo caratterizzano e lo fanno riconoscere come un unicum dagli appassionati,
- la definizione di un punto focale, un punto di aggregazione, dove concentrare i servizi per l'outdoor e attorno a cui si possano sviluppare le attività imprenditoriali dedicate, un punto dove i praticanti possano ritrovarsi prima e dopo le attività, scambiarsi informazioni ed emozioni, un punto che diventa anche lo spazio di interfaccia tra praticanti locali ed esterni. Punto da non intendere in termini geograficamente limitati ma come un elemento chiaramente identificabile: un intero centro abitato come anche un centro servizi dedicato, all'estremo una struttura ricettiva.

Tutte le destinazioni di successo sono cresciute attorno ad un punto di aggregazione, che la community dell'outdoor ha riconosciuto e fatto proprio, spesso con un vero e proprio coinvolgimento emotivo: il centro storico di Arco con i suoi bar e negozi specializzati è diventato un meeting point del climbing mondiale, il centro storico di Torbole sul Garda il punto di incontro dei surfer, FinalBorgo nel ponente ligure per climbers e mountain bikers, Area 47 è un riferimento per tutto il Tirolo occidentale.

Destinazioni "diluite" sul territorio senza un preciso focus non riscuotono identico successo.

Le tre macro aree del sistema turistico valle del noce

Nel Sistema Turistico Valle del Noce sono riconoscibili tre macro aree ben identificate geograficamente ed allo stesso tempo omogenee per le loro peculiarità ambientali come anche per le esperienze che offrono allo sportivo: Il Monte Sirino, La Valle del Noce, la Costa di Maratea. A queste possiamo affiancare l'area di Serra La Spina / Serra Rotonda che pur parte del Comune di Lauria non gravita sul bacino del Noce ma assume interesse per il suo ruolo di cerniera verso il Pollino e l'area di Latronico.

Sulla valorizzazione di queste macro aree e soprattutto sulla loro integrazione in un unico sistema si gioca il successo del progetto di sviluppo del Sistema Turistico.

Non dovrà essere una semplice giustapposizione di offerte complementari, ma dovranno dialogare tra loro in modo sinergico per essere veramente percepite e fruite come un unico spazio dedicato allo sport outdoor: un vero sistema.

In questo modo territori tradizionalmente più forti potranno aiutare a crescere più velocemente quelli che solo ora si affacciano all'economia turistica, mentre questi ultimi metteranno a disposizione nuove opportunità per il turista sportivo.

Foto: Fabio Limongi

Un massiccio montuoso di 2000 metri di quota, con clima, morfologia, flora e fauna tipiche dell'alta montagna localizzato a pochi chilometri dalle scogliere del Tirreno, raggiungibile dalle spiagge in meno di un'ora d'auto, è evidentemente una risorsa turistica fondamentale per il territorio, eppure la maggior parte dei turisti in viaggio verso il mare forse non ne ha nemmeno percezione.

Fino ad ora le azioni di sviluppo turistico del Monte Sirino si sono giocate quasi esclusivamente in chiave invernale, centrate sullo sviluppo delle stazioni sciistiche di Conserva e Lago Laudemio, non certo fortunate nelle ultime due annate con la valanga del 2015 e la anomala stagione invernale 2016.

Se la stazione di sport invernali del Monte Sirino per la sua unicità è una opportunità da non abbandonare, è proprio da una rivisitazione anche in chiave estiva delle strutture esistenti può partire la rivitalizzazione del Sirino come uno dei poli di attrazione del ST Valle del Noce.

Alcune iniziative sono già state prese in tal senso, come la realizzazione (anche se non ancora in esercizio) di un impianto Alpin Coaster al Lago Laudemio, o le attività di accompagnamento da parte di alcuni operatori locali, o ancora le gare di MTB che vengono annualmente organizzate. Certo si tratta di azioni spot che mancano di un collante, non inserite in un progetto complessivo e che per tanto stentano a decollare, ma sono indicatori della presenza di risorse sia ambientali che umane.

La valorizzazione e lo sviluppo del Sirino possono avvenire solo in un contesto territoriale allargato e di forte interazione con gli altri due poli - Valle del Noce e Costa di Maratea - con osmosi continua di turisti tra le tre realtà.

L'Hub della macro area del Sirino altro non può essere che la stazione sciistica di Lago Laudemio, sia per la centralità che per la presenza di parcheggi, strutture ricettive e di servizio.

Il Rif. Italia e le strutture circostanti diventano in questo contesto il centro servizi di tutte le attività outdoor invernali ed estive dell'area: punto informazioni, ristoro ed incontro, struttura ricettiva, ufficio maestri sci e guide escursionistiche, punto nolo sci e mtb.

Le capacità di ospitalità dell'area, al momento una cinquantina di posti letto nelle strutture del Lago Laudemio, ed una ventina presso le strutture di Conserva di Lauria, dovranno essere migliorate sia in termini quantitativi che qualitativi: se la struttura di Conserva è stata oggetto proprio nel 2016 di un intervento di ristrutturazione da parte della Amministrazione Comunale di Lauria con fondi PIOT, le strutture ricettive e di ristorazione al Lago Laudemio necessitano di interventi di adeguamento.

Nella rivalutazione dell'area assume particolare importanza la messa in esercizio del Centro Polifunzionale di proprietà del Comune di Lagonegro con la sua disponibilità di oltre 100 posti letto ed i locali per ristorazione.

La presenza di diverse strutture, tutte bisognose di interventi di restauro, permette di immaginare diverse destinazioni d'uso, che dovranno metterle in grado di rispondere ad esigenze diverse, dai gruppi organizzati (scolastici, associazioni) che richiedono meno comodità e prezzi contenuti, a turisti in famiglie o coppie che cercano più privacy e comodità.

Negli interventi di ristrutturazione sarà importante prevedere spazi comuni, spazi dove chi soggiorna in loco possa incontrarsi la sera, dove possano essere organizzati momenti di animazione, che suppliscano alla carenza di altre attività serali.

Sarà interessante prevedere in area adiacente alle strutture ricettive ripari e paddock per cavalli ed animali da soma con mangiatoie e punto acqua. Questo permetterà di strutturare proposte di ippotrekking o escursioni con animali da soma su più giorni con sosta al Sirino, in relazione con le associazioni ed aziende che già operano sul territorio (Maratea e Lagonegro per i cavalli, Lauria per animali da soma).

Il Sirino è già conosciuto dagli appassionati di escursionismo, ma l'impatto economico sulle strutture ricettive e di servizio della zona è tuttavia limitato, esaurendosi pressochè in escursioni giornaliere.

Sarà quindi necessario costruire una serie di opportunità volte ad intercettare nuovi e diversi target e motivarli a fermarsi in loco per più giornate.

In questo contesto il ripristino della seggiovia che dava accesso alla sella del Monte Papa diventa funzionale non solo al rilancio invernale della stazione sciistica ma anche alla sua valorizzazione estiva.

L'apertura estiva dell'impianto aprirebbe le porte ad un incredibile balcone, altrimenti limitato ai pochi disponibili ad una faticosa salita.

Un Sirino ritornato accessibile potrà così proporsi come l'altro polo del Sistema Turistico.

In questa direzione la nuova seggiovia non dovrà essere pensata per il solo utilizzo invernale, ma offrire un servizio tutto l'anno e destinato a molteplici attività:

- semplici turisti che salgono a godere del panorama e che dovranno trovare nella stazione a monte un punto ristoro
- escursionisti che potranno accedere ad una serie di percorsi a piedi e mtb per scendere fino al mare
- appassionati delle discipline gravity MTB che potranno trovare nella conca del Lago Laudemio un ideale terreno di azione reso accessibile attraverso un impianto seggioviario dedicato

Le stazioni turistiche alpine hanno negli ultimi dieci anni scoperto le discipline Gravity della montain bike quale nuova opzione estiva ma anche come alternativa allo sci nelle stagioni con carenza di neve. La conca glaciale che dal Lago Laudemio sale al Monte Papa, dove si trovano gli impianti di risalita, presenta le caratteristiche ideali per la realizzare un BikePark, con tracciati di varia difficoltà, struttura che sarebbe l'unica tra la Calabria e la Campania dopo la chiusura degli impianti di Sellata-Pierfaone.

La proposta di attività "fun" sarà completata con la messa in esercizio dell'impianto Alpin Coaster già installato ma mai completato.

Foto: Fabio Limongi

La sistemazione della esistente rete sentieristica, sia per escursionismo che mountain bike ed equi-turismo, andrà a completare l'offerta outdoor con interventi rivolti alla sistemazione dei tracciati, ma soprattutto alla posa di segnaletica, che diano vita ad una rete sentieristica percepibile e facilmente fruibile, che parte e converge sul Lago Laudemio

Trai primi itinerari vanno certamente inseriti quelli già promossi dal Parco Nazionale dell'Appennino Lucano/Val d'Agri/ Lagonegrese:

- Anello escursionistico Rifugio Conserva/Monte Sirino
- Anello escursionistico Monte Sirino/Valle dei Porcili

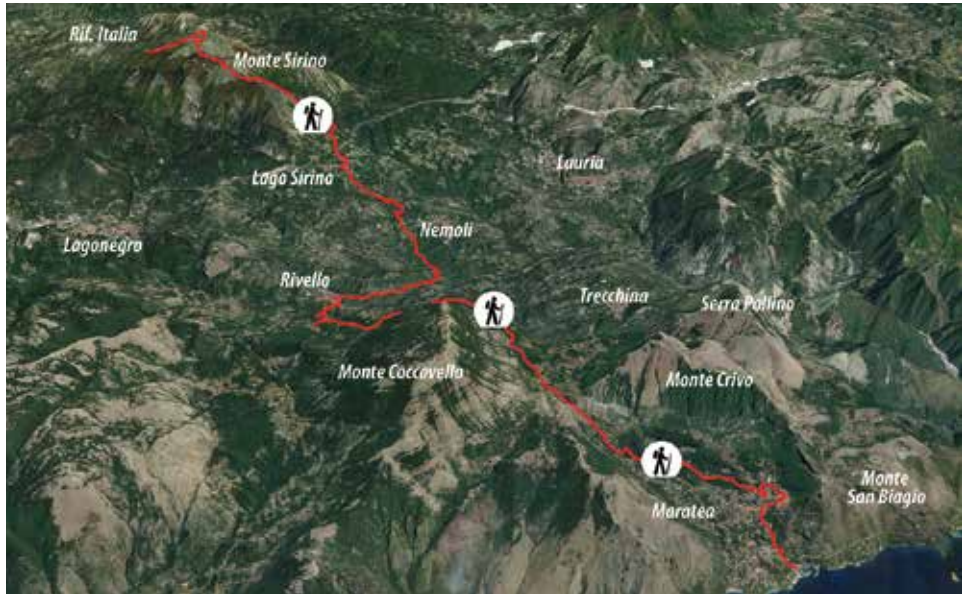
a cui si aggiungeranno:

- Anello escursionistico Lago Laudemio/Cresta dell'Imperatrice/Monte Papa/Timpa Scazzariddo/Lago Laudemio
- Itinerario escursionistico "Attraversata dei 2 Laghi L.Laudemio/Mt.Papa/ Madonna del Sirino/Lago Sirino
- Sistemazione passeggiate circumlacuali Lago Laudemio
- Realizzazione di un Nordic Walking Park con percorsi di diverso impegno tra Lago Laudemio e Conserva
- Anello Monte Sirino per MTB ed equi turismo

In questo contesto grande valore, anche promozionale, assumono alcuni itinerari di grande respiro da percorrere a piedi, cavallo e mtb, con partenza dal Monte Sirino, e che coinvolgono l'intera valle.

ITINERARIO ESCURSIONISTICO 2005/0
Rifugio Italia - Porto di Maratea

(vedi allegati mappa TREKKING itinerario 5)



Un tracciato di 36 km che collega fisicamente, oltre che idealmente, i tre elementi cardine della proposta turistica outdoor della Valle del Noce: la montagna (il Sirino), il fiume (il Noce), il mare (il Golfo di Policastro).

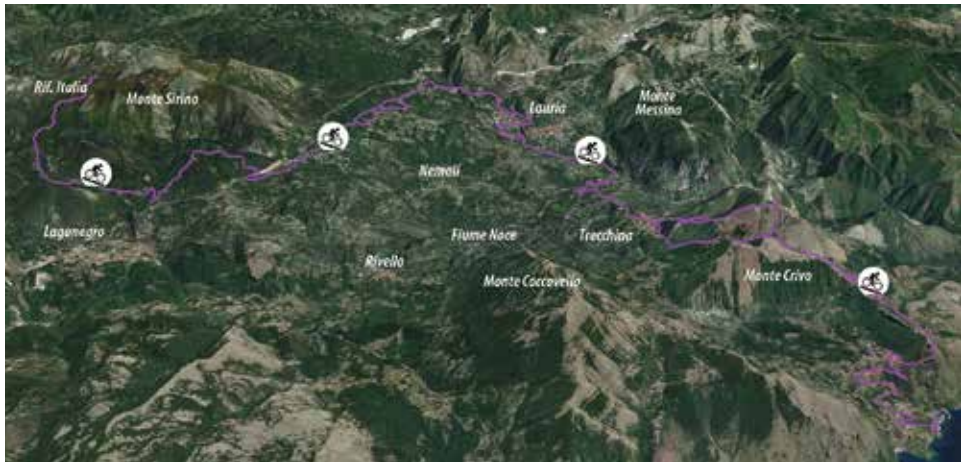
Percorrendolo si ha veramente l'opportunità di conoscere tutte le facce della Valle del Noce. Ideale nella tarda primavera ed autunno.

L'itinerario inizia al Rif. Italia, punto di partenza e riferimento per tutte le proposte outdoor dell'area Sirino, sale alla Cima del Monte Papa per poi scendere per cresta al Santuario della Madonna del Sirino e quindi al Lago Sirino lungo la Costa del Capraro (questo tratto è l'unico che necessità di un vero intervento di tracciatura ex novo). Continua fino a Nemoli e quindi scende fino al fondo valle del torrente Sonante (dove è richiesto l'unico intervento di una certa consistenza con la realizzazione di una passerella). Risale poi fino a Rivello per poi dirigersi verso le propagini del Monte Coccovello e raggiungere per strada sterrata Passo Colla da cui si scende su Maratea. Eccetto un primo tratto lungo la cresta del Monte Sirino i sentieri sono per lo più percorribili anche se necessitano interventi di manutenzione e pulizia, oltre che della posa di segnaletica. Come già detto è necessario realizzare una passerella per superare il corso del Sonante, intervento funzionale a più itinerari tra Nemoli e Rivello che hanno in comune l'attraversamento del corso d'acqua.

Nel tratto Nemoli - Sonante la presenza di alcuni fondi privati intersecati dal sentiero rende necessario un accordo con le proprietà.

ITINERARIO MTB MONTI/MARE
Lago Laudemio - Porto di maratea

(vedi allegati mappa MTB - itinerario 2)



Poter raggiungere dalla costa di Maratea i 1500 metri del Rifugio Italia in poco più di 1 ora di auto per poi tuffarsi in una lunghissima discesa sulle due ruote fino al mare, attraversando paesaggi diversi ad ogni curva, toccando tutti i centri abitati della Valle del Noce, lungo sentieri e mulattiere, è una opportunità che i bikers non vorranno farsi mancare e soprattutto alla portata di tanti. L'itinerario sarà percorribile anche a cavallo. L'itinerario inizia al Lago Laudemio, raggiunge per sterrate Masseria Franchini per scendere a loc. Cannavate lungo il Vallone Finieri, da qui sale a Madonna del Brusco, per raggiungere il Lago Sirino attraverso loc. Taggine. Lungo il tracciato delle Ferrovie Calabro-Lucane raggiunge Pecorone e quindi Lauria.

Da qui scende costeggiando il corso del Caffaro fino al fondo valle del Noce in loc. Fornaci per poi risalire a Trecchina e quindi lungo il Vallone di Ponte Scala scollina verso Brefaro e Maratea, una variante sale a Madonna del Soccorso ed all'attrattore di Trecchina per poi ricongiungersi al Ponte Scala con precedente.

Non sono necessari importanti interventi, eccetto che per la sistemazione di alcuni tratti nella prima parte della discesa da lago Laudemio a Masseria Franchini e per il recupero della tracciato delle Ferrovie Calabro Lucane con illuminazione di alcune gallerie e captazione di venute d'acqua, per il momento in ogni caso by passabili lungo la SS 19.

Nell'ultima parte del tracciato, salita a Trecchina e discesa a Maratea, devono essere recuperate alcune vecchie strade interpoderali, così da evitare l'utilizzo della strada asfaltata.

La maggior parte dell'intervento riguarda operazioni di pulizia del tracciato e decespugliamento, oltre alla posa della segnaletica.

Sarà necessario sviluppare un servizio di bike-shuttle per il trasporto degli appassionati in quota, questo genere di servizi nel GardaTrentino e Finalese, due aree di eccellenza per la MTB hanno dato vita ad imprese specializzate che danno lavoro a 10/15 persone su 7 mesi.

Nel caso di ripristino della seggiovia del lago Laudemio i bikers potrebbero salire fino alla forcella del Sirino per raggiungere poi la cima del Monte Papa, scendere verso Madonna delle Nevi e quindi collegarsi alla Madonna del Brusco con l'itinerario precedente realizzando così un percorso unico in grado di rivaleggiare con i più blasonati itinerari alpini.

In questo caso dovrà essere sistemato l'intero tratto, per renderlo percorribile in mountain bike, dall'arrivo della seggiovia alla sterrata per Madonna della Neve.

IPPOVIA
Grande anello sirino - Maratea

(vedi allegati mappa IPPOVIE itinerario 3)

In direzione opposta al precedente un percorso escursionistico a cavallo che dal mare conduce al Monte Sirino. Il punto più alto dell'ambito, per poi rientrare Maratea. Un percorso di grande respiro - 80 km - da percorrere in due tappe, con tappa al Rif. Italia o a Coserva dove saranno da prevedere strutture per offrire riparo agli animali oltre che ai cavalieri.

Sono necessari interventi di allargamento e sistemazione del tracciato oltre alla realizzazione di una passerella sul torrente Sonante, già previsti in quanto l'itinerario è comune a percorsi mtb o escursionistici.

COSTA DI MARATEA

Foto: Fabio Limongi

La conca di Maratea offre una miriade di diverse opportunità per la pratica delle attività outdoor su terra, acqua ed aria. Se l'elemento centrale rimarrà l'abitato di Maratea che con le sue strutture di ristorazione, gli esercizi pubblici e le piazze offre l'atmosfera ideale per il dopo outdoor, sono tuttavia riconoscibili alcuni focus centrali rispetto ai siti di pratica che possono in alcuni casi assumere la funzione di nodi secondari dove localizzare le aree parcheggio, centri servizi ed informazioni. Possiamo riconoscere tre di questi spazi: Macarro, Brefaro e Acquafredda.

MACARRO

Il sito individuato si riferisce all'intero tratto di costa tra l'isola di Santo Janni e la Serra di Castrocucco, non solo all'area della rinomata spiaggia.

L'area si presenta già ben infrastrutturata in relazione alla mobilità ed alla sosta, grazie alla presenza di vaste aree adibite a parcheggio nei due mesi estivi e sottoutilizzate durante il resto dell'anno. Nel contesto di un progetto che ha tra gli obbiettivi primari l'allargamento della stagione turistica, ampliare lo spettro di utilizzo delle strutture esistenti sarà il primo imput.

Nell'area sono già presenti strutture ricettive che già vedono una, seppur limitata, presenza di appassionati, legata soprattutto alle attività di volo, nel periodo primavera-autunno. Sono inoltre presenti a monte della strada vasti appezzamenti incolti, costruzioni e ruderi con opportunità di un loro recupero per attività imprenditoriali: campeggio/villaggio, ristori, scuola volo, punti noleggio,etc.

Per uno sviluppo compiuto dell'area assume grande importanza la realizzazione di un collegamento ciclo-pedonale tra Castrocucco, Marina di Maratea e loc. Illicini, parte di un più ampio progetto di percorso ciclo-pedonale lungo l'intero tratto Lucano del Tirreno dal confine con la Calabria e quello con la Campania

Attualmente il collegamento Marina/Castrocucco è possibile solo lungo un sentiero, molto panoramico, ma che in corrispondenza di Capo La Secca supera un tratto dirupato e roccioso che possiamo configurare come sentiero montano e certamente non atto ad essere percorso con biciclette e tanto meno a cavallo.

Un'alternativa immediatamente praticabile, che permetta almeno il collegamento in MTB o a cavallo sarà illustrata oltre.

L'articolata scogliera, che ospita alcune tra le più belle spiagge d'Italia, si presenta come una palestra ideale per la navigazione sottocosta in kayak o SUP, come anche per le immersioni.
L'istituzione dell'Area Marina Protetta oltre che un contributo importante alla protezione di questo bene, costituirebbe un ulteriore elemento di attrazione verso un turista che ha fatto della natura la propria palestra a cielo aperto, spesso molto coinvolto dalle tematiche della sostenibilità e protezione della natura.

Le attività sull'acqua non necessitano di specifici interventi di infrastrutturazione, serve invece la spinta dell'imprenditoria locale per la creazione di servizi dedicati: nolo imbarcazioni, escursioni guidate, scuola di canoa.
L'ampliamento dell'offerta con nuove attività ed il conseguente allargamento del bacino di utenti costituirebbe un importante stimolo in tale direzione.

L'area è già conosciuta e frequentata dagli appassionati di parapendio che qui trovano uno spazio ideale.

I praticanti di livello medio alto per i corsi SIV (Sicurezza) e volo acrobatico, che approfittano dello specchio marino per acrobazie, test e manovre di emergenza, ma allo stesso tempo è interessante per l'attività di volo di scuole e voli accompagnati, per le condizioni aerologiche, per l'accessibilità dei decolli in poche decine di minuti, ma anche per la prossimità di grandi centri di aggregazione come le spiagge, grandi bacini di passeggeri per voli biposto.

Per un compiuto sviluppo delle attività di volo sono tuttavia necessari alcuni interventi.

Foto: Fabio Limongi

Volo Serra Santa Caterina-Macarro

Interventi richiesti:

- Sistemazione decollo in area tiro al piattello, con taglio vegetazione, pulizia dal pietrame e stesa di stuoia per protezione della vele in decollo mt 50x50, posa di centralina meteo e webcam con collegamento wifi.
- Realizzazione Campo di atterraggio in località San Giuseppe per consentire il volo anche nel periodo estivo quando non è possibile l'utilizzo delle spiagge. Sono necessari l'acquisizione di un'area di mt 100x30, il livellamento del terreno con stesura e compattamento di stabilizzato fino e la posa di manica a vento e webcam collegata wifi.

Volo Serra Castrocucco-Spiaggia Castrocucco

Si tratta forse della proposta più interessante per lo sviluppo di questa attività in modo particolare nel periodo estivo quando le spiagge possono diventare un grande bacino di utenti per voli accompagnati in biposto e di avvicinamento di nuovi utenti per le scuole di volo. Le possibilità di decollo con diversa orientazione in funzione del vento, come anche la larga area di atterraggio presso la foce del Noce nel fanno un campo volo ideale tutto l'anno.

Interventi richiesti:

- Realizzazione di un accesso veicolare (strada sterrata da riservare al solo servizio shuttle) per avvicinarsi al decollo di Serra Castrocucco.
- Sistemazione area decollo con pulizia dal pietrame e stesa di stuoia per protezione mt 50x50 della vele in decollo, posa di centralina meteo e webcam con collegamento wifi.

L'area del Macarro offre eccezionali opportunità di sviluppo per l'arrampicata sportiva in tutte le sue forme, in modo particolare a chi la pratica in modo ludico-ricreativo, il numero degli itinerari come la diversità di proposte la rendono una potenziale destinazione di riferimento a livello europeo.

Tre sono le aree di possibile valorizzazione: **Falesie di San Giuseppe, Deep Water Solo Macarro, Bouldering Santa Teresa.**

➢ FALESIE DI SAN GIUSEPPE (vedi allegati mappa CLIMBING sito 1)

Tra Punta Matrella e Marina di Maratea lungo il pendio della Serra Longa, in loc. San Giuseppe si innalza un sistema di falesie calcaree articolato in vari settori per una lunghezza complessiva di circa 500 m.

La base della prima falesia segue l'isoipsa +150, subito a monte del bivio della strada che sale a Pianeta Maratea, il Vallone della Pernia la suddivide dal secondo risalto la cui base segue quota +170, un terso risalto si alza 150 mt più a sud alla stessa quota, mentre una quarta falesia è posta a quota +270 nell'ampio vallone tra queste due.

E' ipotizzabile che l'intera area possa ospitare tra 250 e 300 itinerari attrezzati per l'arrampicata trai 20 ed i 50 mt di altezza, per la gran parte di difficoltà contenuta trai gradi 5a e 6c, dove si colloca il 70% dei praticanti.

La falesia è raggiungibile con pochi minuti di cammino dalla strada e dai parcheggi Illicini e Macarro.

Il panorama, la facilità di accesso, la quantità degli itinerari, la bellezza della roccia potrebbero farne un riferimento internazionale, frequentato soprattutto nei periodi primaverili ed autunnali, se non invernali, contribuendo così in modo apprezzabile alla destagionalizzazione del turismo a Maratea.

L'intervento richiederà una preventiva verifica geologica per determinare nel dettaglio le aree attrezzabili con un accettabile livello di sicurezza, la successiva bonifica e pulizia della parete con rimozione o stabilizzazione dei settori instabili, l'attrezzatura degli itinerari di arrampicata, sistemazione del sentiero di accesso per circa 600 m, sistemazione dell'area a base parete 500 m, realizzazione e posa di segnaletica e cartellonistica, realizzazione di una dry toilette.

➢ DEEP WATER SOLO MACARRO (vedi allegati mappa CLIMBING sito 6)

In occasione dell'edizione 2016 dell'Outdoor Festival, nel contesto della presentazione del progetto di Sviluppo del ST Valle del Noce, un'esibizione di atleti di livello nazionale ha fatto scoprire questa una nuova opportunità per le scogliere di Maratea.

Oltre alla grotta, a poche decine di metri dalla spiaggia di Macarro, dove si è svolto l'evento 2016, sul versante opposto del promontorio verso la spiaggia di Cala Vecchia la parete calcarea a picco sul mare offre l'opportunità di una arrampicata in attraversata a pochi metri dall'acqua su una lunghezza di circa 130 metri, di media difficoltà: una proposta ideale per gli appassionati di medio livello.

Gli unici interventi richiesti consistono nella pulizia dalla terra e sassi instabili del bordo della grotta per permettere l'uscita dalla parete, la realizzazione di un breve sentiero di uscita per circa 100 m alla fine dell'attraversata, la segnalazione dell'accesso partendo dall'area parcheggio.

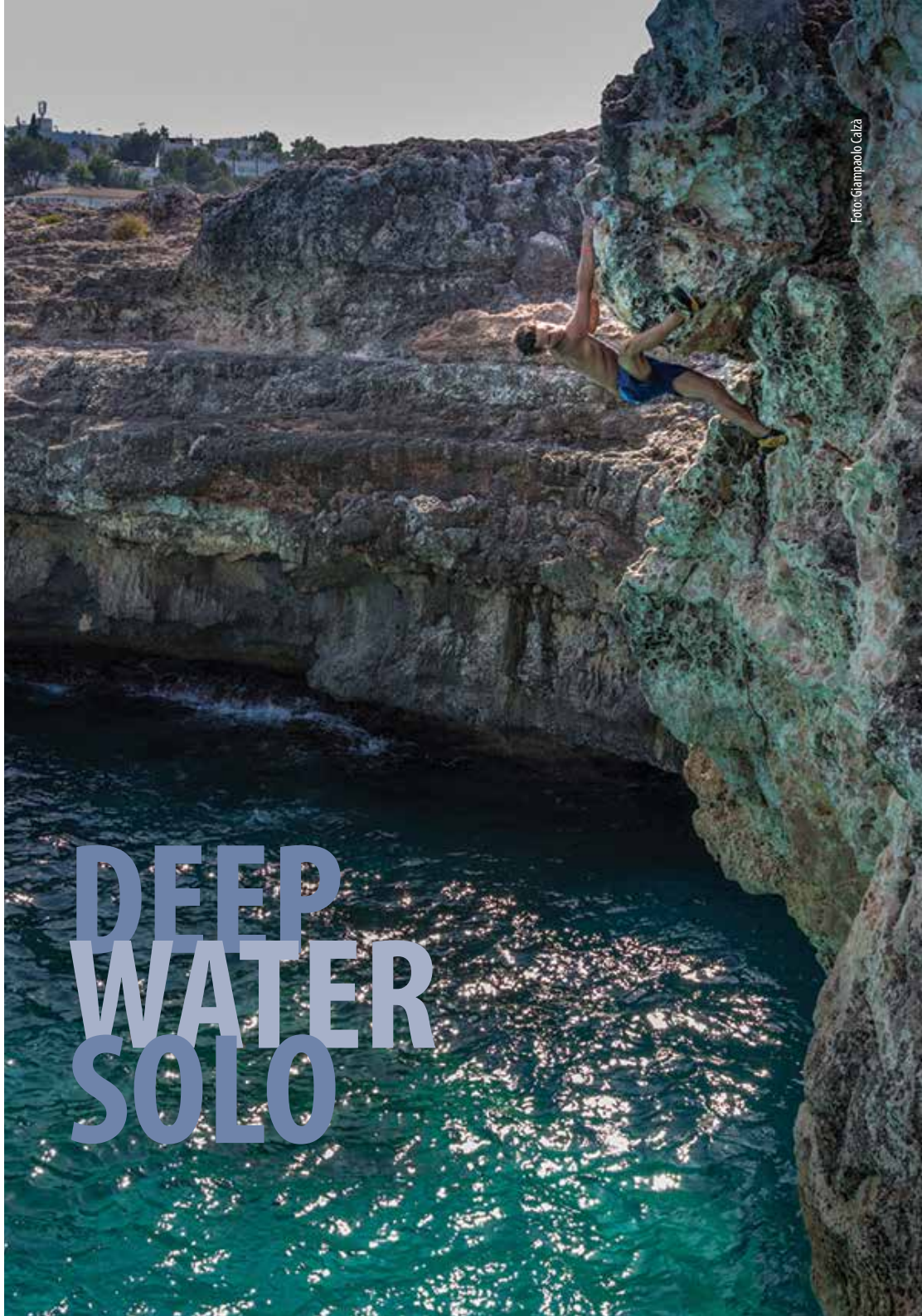


Foto: Giampaolo Calzà

➢ BOULDER AREA SANTA TERESA (vedi allegati mappa CLIMBING sito 7)

Ai due lati della spiaggia di Santa Teresa i promontori rocciosi che immergono nella spiaggia si presentano ricchi di grotte ed anfratti scavati dall'erosione marina, ma ormai al disopra del normale livello marino.
Offrono un ideale terreno di pratica per il bouldering, arrampicata senza corda, sia per la limitata altezza delle pareti rocciose, mai oltre 4/5 metri, che per la loro articolazione in volte a strapiombo ricche di appigli, associate ad una spiaggia di ghiaia fine che offre quasi un materasso di protezione naturale.
Sul lato sinistro della spiaggia alcune brevi pareti possono essere attrezzate con ancoraggi di sicurezza per essere utilizzate con corda ed imbragatura per l'introduzione dei più piccoli al mondo verticale.
Anche in questo caso sono sufficienti limitati interventi per valorizzare l'area a completamento di quello che diverrebbe un vero e proprio Climbing Park, limitandosi alla pulizia della parete da elementi instabili e con la posa di cartellonistica e segnaletica.

BIKE PARK SERRA LONGA - VALLONE POTENURO

(vedi allegati mappa MTB - itinerariI 9 e 10)

Il pendio della Serra Longa che guarda il mare, sopra Marina di Maratea, offre la possibilità di realizzare un vero e proprio bike park, con itinerari di diverso impegno, a partire dall'area del Tiro al Piattello con arrivo a Marina. La risalita verrebbe garantita dallo stesso servizio navetta per le aree di decollo del parapendio, contribuendo così a raggiungere la massa critica di utenti per la sostenibilità del servizio. Gli interventi consisteranno nella realizzazione di un tracciato specifico per le discipline gravity, con curve paraboliche, passerelle, salti, la stabilizzazione del fondo e la regimentazione delle acque, la posa di segnaletica di inibizione ad altri utenti della pista.

Quest'area si relaziona strettamente con l'area del **BREFARO** dove l'amministrazione comunale di Maratea ha già pianificato interventi di recupero dell'edificio adiacente al campo sportivo, la sistemazione del campo sportivo con la realizzazione di un maneggio ed il recupero della sentieristica sia per escursioni a

piedi, che a cavallo, che in mountainbike, in stretta relazione con l'attrattore in via di realizzazione in loc. Serra Pollino/Madonna del Soccorso nel Comune di Trecchina.

Brefaro diviene così tappa lungo percorsi a lunga percorrenza (MontiMare, Trecchina/Castrocucco, Maratea Skyline) come anche punto di partenza per attività locali quali equitazione, MTB e parapendio.

Per tutte queste attività saranno da prevedere spazi per attività di avvicinamento e l'insegnamento, da realizzarsi nelle immediate vicinanze dell'ex campo sportivo e collegate con le sedi delle associazioni:

- campo pratica ed insegnamento della bicicletta fuori strada,
- campo scuola per parapendio,
- maneggio e brevi percorsi per ippotrekking.

Si creerebbero opportunità anche per i più esperti che hanno come secondo polo l'attrattore di Serra Pollino:

- Ippotrekking - tramite itinerario già previsto nel piano di valorizzazione della Amministrazione Comunale di Maratea e dell'attrattore del Comune di Trecchina
- sistemazione itinerari MTB che scendono lungo i valloni del Carroso e del Serriaturo fino alla Valle del Noce.
- MountainBike e Parapendio - sfruttando l'opportunità di raggiungere via strada Serra Pollino e l'attrattore di Trecchina i pendii che guardano Brefaro diventano terreno ideale per ambedue le discipline.

Per il parapendio sarà necessario attrezzare un'area di decollo nei pressi dell'attrattore, con livellamento e pulizia di un'area di 50x50 m e posa di centralina meteorologica collegata via web e realizzazione di campo di atterraggio presso ex campo sportivo di Brefaro di livellato e piano, inerbito o in stabilizzato fino di mt 100x30.

Per la MountainBike è da prevedere il recupero di un tracciato lungo la valle che divide Serra Pollino dal Maiorino con arrivo a Brefaro con un percorso di oltre 2 km e 500 m di dislivello.

Il settore di costa a nord di Maratea, gravitante sull'abitato di **ACQUAFREDDA** offre opportunità completamente diverse dalla costa sud: siti ed itinerari sono meno concentrati ed accessibili, ma per contro si sviluppano in un ambiente grandioso e selvaggio.

L'apertura delle gallerie, come quella di Cersuta o quelle previste nei prossimi anni tra Acquafredda e Sapri daranno la possibilità di recuperare magnifiche passeggiate con viste mozzafiato lungo un tratto di costa che ora è possibile vedere solo dalle rare piazzole di sosta, ipotizzando in un prossimo futuro una pista ciclo-pedonale da Sapri a Maratea raggiunga Scalea.

Un primo intervento di questa direzione, con recupero e valorizzazione di un tratto di strada dismessa e sottratta al traffico automobilistico, è immediatamente fattibile in corrispondenza della galleria Apprezzami l'Asino a Cersuta.

E' tuttavia necessario risolvere il problema di accesso all'area visto che la vicinanza della galleria non lascia prevedere si possa realizzare un'area parcheggio in corrispondenza del tratto dismesso. Si possono ipotizzare due interventi: realizzazione di un'area parcheggio a sud con tracciato pedonale (300 m) protetto a fianco della sede stradale lato mare, come anche realizzazione di un percorso ciclo-pedonale tra Cersuta e la Galleria Apprezzami l'Asino (300 m).

Anche se sarà necessaria una specifica verifica geologica, l'area a nord del promontorio non sembra interessata da instabilità importanti: la falesia ha una altezza limitata, non ci sono tracce recenti e le reti ferma sassi risultano pulite. In quest'area su una lunghezza di circa sessanta metri dovrebbero essere rimosse le reti e dopo aver provveduto alla bonifica della parete rocciosa potranno essere attrezzati 30 itinerari per arrampicata sportiva. La grande spettacolarità del posto unita alla facilità di accesso e stazionamento ne farebbero sicuramente uno spot ad alta frequentazione. Sarà necessaria la realizzazione di una dry toilette.

La sezione verso sud, oltre il promontorio, pur protetta da paramassi e reti è la più esposta a fenomeni franosi, per questo l'accesso dovrebbe essere limitato alla porzione verso il lato mare.

Questa terrazza sul mare non dovrà essere appannaggio dei soli sportivi ma dovrà essere resa accessibile e fruibile anche come punto panoramico. L'asfalto andrà ricoperto con stuoia drenante su cui sarà steso strato di stabilizzato. Nel settore sud, in corrispondenza del primo tratto privo di reti e soggetto a piccoli fenomeni franosi potrà essere realizzato un tomo in terre armate a protezione del sentiero. Sarebbe utile piantare essenze locali con una rinaturalizzazione del sito.

In corrispondenza di una delle vecchie piazzole belvedere del settore nord, si potrà realizzare una piattaforma SkyWalk, ovvero una balconata in acciaio aggettante sul mare e con pavimento e balaustre in cristallo, così da offrire la sensazione di una passeggiata nel vuoto.

Acquafredda è anche base di partenza e arrivo per voli in parapendio, escursioni a piedi, discese ed attraversate in mountainbike. La presenza di strutture ricettive e di ristorazione oltre che di spiagge attrezzate ne fanno un'altra area vocata allo sviluppo di attività di servizio per lo sport outdoor.

Il volo in parapendio presenta due interessanti possibilità con voli di importante dislivello ed atterraggio alla spiaggia di Acquafredda.

Il primo decollo, presso il colle della Salvia a quota 960 m, richiede interventi di sistemazione dell'area di decollo - 50x50 mt - con livellamento, pulizia da rocce e pietre che possano danneggiare le vele, posa di stuoia di protezione, messa in opera di centralina meteo con collegamento web, realizzazione di piccola pensilina di riparo in caso di maltempo, sistemazione strada di accesso per il servizio shuttle.

Il secondo decollo in loc. Serra del Tuono - quota 1150, raggiungibile dalla strada per le antenne, richiede la

sistemazione dell'area decollo - 50x50 mt - con livellamento, pulizia da rocce e pietre che possano danneggiare le vele, posa di stuoia di protezione, messa in opera di centralina meteo con collegamento web, realizzazione di piccola pensilina di riparo in caso di maltempo.

Si tratterebbe di uno dei pochi voli sul mare con simile dislivello facilmente accessibile.

Ambedue le aree sopra indicate danno anche accesso a interessanti **discese in MTB**, dal Colle della Salvia lungo la Valle degli Zingari e dalla Serra del Tuono lungo il pendio della meridionale della Serra fino a ricongiungersi con il precedente in loc. Pozzi.

La discesa dalla Serra del Tuono fino ai pozzi è interamente da realizzare, sono presenti solo scarse tracce, in loc. Vucca d'Ovu il tracciato incontra il sentiero Passo Colla/Acquafredda. Si considera opportuno dedicare alla MTB un apposito tracciato che segue il Canale del Sorcio sia per evitare conflittualità tra bikers ed escursionisti lungo un tracciato stretto e ripido, sia per evitare il degrado delle gradinate presenti lungo il sentiero del Piano degli Zingari.

MARATEA CENTRO E MONTE SAN BIAGIO

Vie Ferrate del Monte San Biagio

(vedi allegati mappa FERRATE - 1 e 2)

L'elemento più iconico del panorama di Maratea esprime anche nella proposta outdoor elementi di eccellenza in grado di integrarsi senza alterare nè l'ambiente né lo spirito del luogo. Nessuno che si trovi nella conca di Maratea può evitare di salire alla statua del Redentore, quasi che ogni elemento del panorama converga verso quel punto.

Due linee materializzano questa convergenza: le due linee di cresta che da ovest e nord salgono fino alla sommità, direttamente ai piedi della grande statua.

Per gli alpinisti o in genere per chi ama le escursioni alpine queste non potranno che essere due fortissimi elementi di attrazione.

Un'opportunità che non poteva sfuggire agli occhi degli appassionati locali. Un progetto di attrezzatura della cresta ovest è già stato presentato al Comune di Maratea. Si tratta di un percorso altamente spettacolare di grande fascino che potrà diventare un riferimento per gli appassionati. E' tuttavia un itinerario riservato a chi è in possesso di una discreta forma fisica ed è avvezzo alle pareti rocciose, anche con l'accompagnamento di una guida. A questo può affiancarsi l'attrezzatura della cresta nord che sale sul versante dell'abitato di Maratea con un percorso attrezzato che, pur richiedendo l'utilizzo della attrezzatura di sicurezza, non presenta nessuna difficoltà tecnica. I sentieri attrezzati lungo pareti di fondo valle stanno riscuotendo enorme successo per l'opportunità di una esperienza "adrenalinica" ed "aerea" che danno anche ai meno esperti: alcuni itinerari del Garda Trentino vedono giornate con centinaia di passaggi ed una stima di oltre 20.000 passaggi annuali.

Le due vie ferrate del Redentore, per il paesaggio unico, la facilità di accesso con partenza direttamente dal centro abitato, la forte carica evocativa legata ad un meta così simbolica, possono essere un richiamo eccezionale per gli appassionati di tutta Europa.

La cresta Nord in particolare aprirebbe interessanti opportunità alle attività di accompagnamento e nolo attrezzatura, permettendo di vivere in un modo diverso la salita al Redentore.

L'intervento dovrà vedere una specifica progettazione accompagnata da preliminare verifica geologica per determinare nel dettaglio il tracciato e individuare eventuali elementi rocciosi instabili da rimuovere o stabilizzare, quindi un intervento di bonifica delle pareti e la successiva posa della linea vita e di eventuali attrezzature per facilitare la salita. La prima sezione salirà un settore roccioso più impegnativo onde scoraggiare la salita non accompagnata da parte di persone non esperte. Nell'ultimo tratto un ponte sospeso, evitabile per i meno esperti, permetterà di vivere più intensamente la sensazione di camminare sospesi tra blu del Tirreno ed il cielo.

FALESIE CAPO LA GROTTA E SAN VITO

(vedi allegati mappa CLIMBING - itinerario 4 e 3)

Maratea è una delle rarissime città dove possiamo trovare falesie di arrampicata all'interno dello stesso centro abitato, un'opportunità per il turista sportivo di dimenticarsi dell'auto e raggiungere con una breve passeggiata il suo terreno di gioco. Ma può essere anche una opportunità per i giovani del posto per conoscere e praticare una sana ed entusiasmante attività sportiva che per qualcuno potrebbe diventare una opportunità di lavoro.

La Falesia Capo La Grotta, che si innalza sul retro della Chiesa del Rosario, lungo la mulattiera che sale verso il cimitero, non può sfuggire all'occhio dei climbers: i due team di arrampicatori giunti a Maratea per le esibizioni di Deep Water Solo durante l'Outdoor Festival 2016, a qualche ora dall'arrivo già chiedevano informazioni sulla sua praticabilità.

La grande grotta al centro della barra rocciosa potrebbe diventare, al pari di altre similari strutture in Spagna, Grecia o Sicilia un riferimento per l'alta difficoltà, tuttavia le aree praticabili dovranno essere definite in fase progettuale per appurare la stabilità di alcune grandi stalattiti e depositi brecciati. E' però la parete che continua oltre la grotta ad offrire le migliori opportunità di sviluppo, una muro calcareo in leggero strapiombo ma riccamente concrezionato che offre un terreno di azione perfetto per appassionati di medio livello - difficoltà probabili tra il grado 6b e 7a. Si possono ipotizzare almeno una trentina di itinerari.

Dalla sovrapposizione delle carte catastali con le ortofoto la parete sembrerebbe insistere quasi totalmente sulla particella comunale della vecchia strada, tuttavia la complessità della situazione con la presenza di piccole particelle impone una precisa verifica in loco. Attualmente la grotta e alcuni settori della parete sono recintati ed utilizzati per ricovero animali.

L'intervento dovrà prevedere, oltre alla preliminare verifica geologica, la bonifica della parete, la pulizia dell'area e rimozione di recinzioni e materiali estranei dalla base della parete stessa, la successiva attrezzatura degli itinerari di arrampicata 30/40, la posa della cartellonistica.

Un'altra interessante area per arrampicata, caratterizzata da una serie di pareti e torri in breccia calcarea attualmente in gran parte ricoperte da vegetazione, si trova nelle immediate vicinanze della Chiesa di San Vito

L'esposizione garantisce ombra per una buona parte della giornata e la rende frequentabile anche nel periodo estivo.

L'area versa al momento in stato di abbandono, con vegetazione invasiva, rifiuti e stazzi per animali negli anfratti. Un intervento di pulizia con rimozione della vegetazione infestante, riapertura dei camminamenti trai blocchi rocciosi sarebbe una opportunità non solo l'arrampicata ma anche come parco verde per l'abitato di Maratea.

I blocchi e torrette calcaree, per la loro morfologia e tipologia rocciosa, offrono un terreno di arrampicata ideale per le famiglie e chi comunque è alle prime armi, in un contesto che ne fa un vero e proprio "Klettern Garten".

Ad una prima analisi, da confermare dopo la pulizia della roccia, sembrerebbe possibile attrezzare tra 20 e 30 itinerari di arrampicata tra 10 e 15 metri.

Falesia San Vito

Falesia Capo La Grotta

LA RETE ESCURSIONISTICA DELLA COSTA DI MARATEA

La struttura morfologica della conca di Maratea offre l'opportunità di tracciare un itinerario escursionistico di grande suggestione, una attraversata sul filo di cresta dei rilievi che le fanno corona

MARATEA SKYLINE

(vedi allegati mappa TREKKING - itinerario 1)

Un elemento di grande appeal per l'escursionista, ma anche un suggestiva e forte immagine promozionale per il territorio.

L'itinerario proposto inizia ad Acquafredda con la salita partendo dalla "Grotta dell'Eremita" e salita alla Vucca du Crivu e quindi al; Monte Spina. Lungo tutto questo tratto di godono viste mozzafiato sulle alte pareti rocciose a strapiombo sul mare verso Punta dei Crivi. Si segue poi il filo di cresta che porta al Monte Frascosa ed alla Serra del Tuono, mentre il panorama abbraccia ora l'intero Golfo di Policastro. Si continua lungo il filo di cresta fino alla Cima del Monte Coccovello, da cui la vista si apre a 360° dal Tirreno, alla Valle del Noce, fino al massiccio del Sirino. Si scende verso il Coccovello Basso per poi raggiungere la sterrata che collega Madonna di Sovereto a Colla. La si segue fino a raggiungere Trecchina, tappa intermedia dell'itinerario.

Da Trecchina - lungo la SP 3 direzione Maratea – si prosegue fino a loc. Turchio dove si imbocca la sterrata per Aria dei Pedali, che si lascia subito per risalire la dorsale del Mt. Crivo fino a raggiungere la cresta dove la vista si apre nuovamente su Maratea ed il Golfo di Policastro. Si continua fino alla vetta del Mt. Crivo, da cui, sempre per filo di cresta si raggiunge il Mt. Crive, ed infine Santa Caterina ed il Monte San Biagio. Da Santa Caterina, si segue la dorsale della Serra Longa, fino alla loc. Rediminni dove inizia la salita per cresta della Serra di Castrocucco per poi scendere sul versante opposto alla Spiaggia di Castrocucco. Il rientro via mare a Maratea o Acquafredda permetterà di apprezzare con un solo sguardo ed una diversa prospettiva l'intero itinerario percorso.

E' un itinerario ad anello di 40 km e 3200 metri di dislivello, da percorrere in due tappe.

Interventi necessari:

- Grotta dell'Eremita/ Monte Spina - ripristino del tracciato - intervento già parzialmente eseguito nell'autunno 2016 da volontari locali
- Monte Spina / Monte Frascosa - sistemazione tracciato esistente
- Monte Frascosa/ Monte Coccovello - tracciatura ex novo di sentiero (solo tracce esistenti) lungo la cresta
- Monte Coccovello/ Coccovello Basso - sistemazione tracciato esistente
- Coccovello Basso/ sterrata per Colla - tracciatura ex novo di sentiero
- Loc. Turchio/Monte Crivo - tracciatura ex novo di sentiero

- Monte Crivo/Santa Caterina - tracciatura ex novo di sentiero (tracce esistenti) lungo la cresta
- Loc. Rediminni/Serra di Castrocucco / Spiaggia Castrocucco - tracciatura ex novo di sentiero lungo la cresta
- Cartellonistica informativa nei punti partenza a tappa, segnaletica direzionale lungo il percorso
- Eventuale posa di bivacco fisso presso la cima del Mt. Coccovello, come riparo di emergenza

In tutta l'area di Maratea sono numerosi i tracciati di grande valore paesaggistico ed allo stesso tempo testimonianza dell'utilizzo della montagna per attività agricole e silvo pastorali.

Alcuni vengono tuttora percorsi ed in parte sono oggetto di interventi di pulizia e manutenzione da parte di volontari locali, tuttavia le condizioni di alcuni tratti, l'assenza di una rete organica, l'assenza assoluta di segnaletica non ne fanno allo stato attuale una proposta turistica spendibile.

Il loro recupero alla fruizione escursionistica andrebbe a realizzare una rete escursionistica di grande valore sportivo, storico e naturalistico

ACQUAFREDDA CERSUTA

In questa area sono stati individuati tre itinerari:

- Acquafredda/Garottoli/Scala d'u Volu/Monte Spina - sistemazione sentiero esistente
  (vedi allegati mappa TREKKING - itinerario 1)
- Acquafredda/Canale degli Zingari/Colle della Salvia/Passo Colla - sistemazione sentiero esistente
  (vedi allegati mappa TREKKING - itinerario 3)
- Apprezzami l'Asino/la Serra/Passo Colla - realizzazione quasi totale del tracciato, scarse tracce esistenti
  vedi allegati mappa TREKKING - itinerario 4)

MARATEA CENTRO

Il recupero degli itinerari escursionistici di Monte San Biagio è già affrontato nella sezione dedicata al turismo religioso di questo studio proprio per la loro precipua caratterizzazione. Tuttavia questo non esclude anzi ne accentua l'appeal anche nei confronti di un escursionismo più sportivo ma non certo insensibile alle eccellenze architettoniche e culturali del territorio che attraversa.

MARINA CASTROCUCCO

(vedi allegati mappa MTB - itinerario 8 e IPPOVIE - itinerario 1)

In quest'area l'elemento paesaggistico più interessante è la Serra di Castrocucco con le rovine del Castello e l'area archeologica di Castrocucco, fino all'incendio che la distrutta nell'estate 2016 la pineta che guardava Marina era uno dei più interessanti percorsi per MTB della costa. Al di là di questo deprecabile evento l'area rimane di grande interesse per l'escursionismo in tutte le sue forme a piedi/MTB/ a cavallo, tuttavia è fortemente penalizzata dall'assenza di un collegamento privo di traffico veicolare, tra Castrocucco e Marina.
Attualmente è percorribile, solo a piedi, un tratto di sentiero recentemente risistemato, tra la spiaggia di Castrocucco e La Secca, che tuttavia non è proponibile per Mountainbike o Cavalli, di fatto isolando Castrocucco dalla rete sentieristica del ST Valle del Noce.

Esiste la possibilità di recuperare in tal senso la sterrata che da Castrocucco sale alle antenne poste a monte del Castello, abbandonandola poi per seguire il tracciato dell'acquedotto, scendendo fino all'inizio della strada di Valle d'Acqua.

L'apertura di questo nuovo itinerario faciliterebbe anche l'accesso all'area archeologica del Castello.

L'intervento potrà essere completato dal recupero di una vecchia traccia di sentiero che partendo dal 3° tornante della strada per le antenne aggira la Serra di Castrocucco sul lato est per andare a collegarsi alla sterrata di Valle dell'Acqua, chiudendo un anello attorno alla Serra di 10 km, percorribile a cavallo o mountainbike e collegandosi attraverso Triolo e la zona delle cave alla rete escursionistica del ST Valle del Noce in loc. Brefaro, evitando il passaggio sulla SS 18 in un tratto dove curve e larghezza ridotta rendono pericoloso il transito alle biciclette.

Interventi necessari:

- Castrocucco/ antenne - sistemazione tracciato esistente
- Antenne / sterrata paramassi - rifacimento del tracciato per diminuire pendenza
- Sterrata paramassi / Valle dell'Acqua - sistemazione tracciato esistente
- Valle d'Acqua/Triolo - ripristino strada esistente a seguito incendio
- Triolo/quota 460 - sistemazione tracciato esistente quota 460/ 3° tornante sterrata delle antenne; tracciatura ex novo tracciato per MTB e cavalli, deboli tracce esistenti

VALLE DEL NOCE

Foto: Fabio Limongi

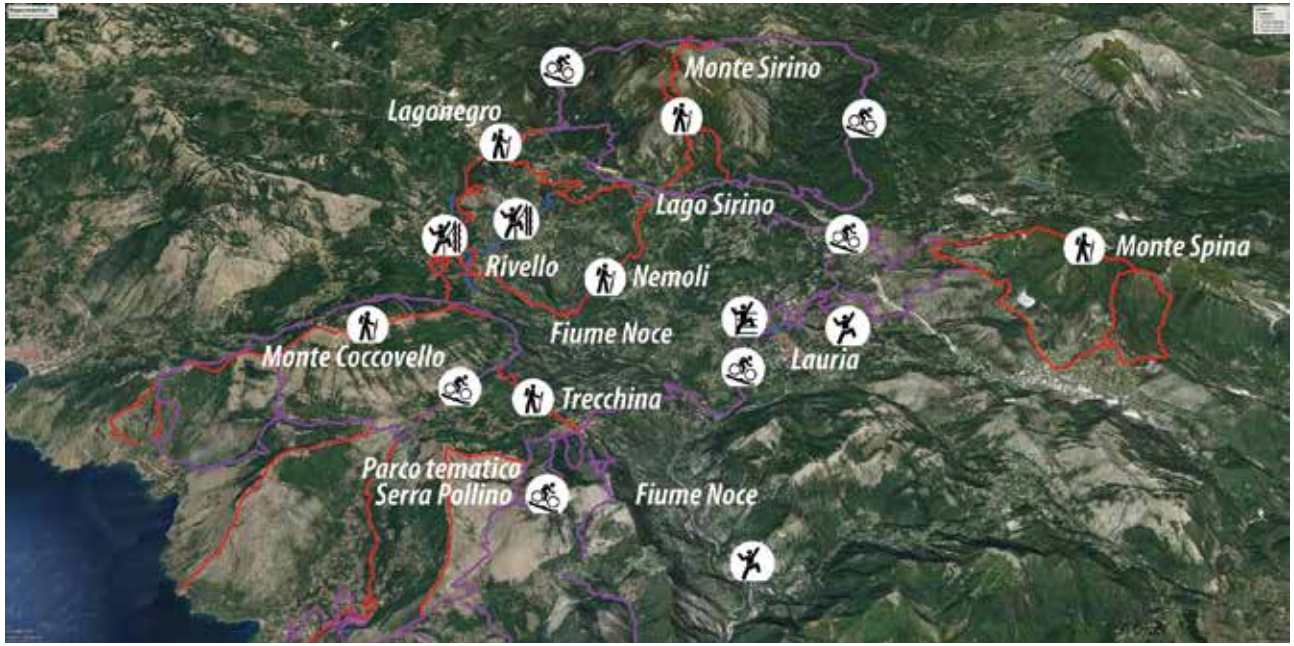
E' la macro area caratterizzata da un ambiente montano/collinare che gravita attorno al corso d'acqua che dà il nome al sistema turistico.

Rappresenta un paesaggio di transizione tra l'ambiente montano del Monte Sirino e quello tipicamente mediterraneo della costa di Maratea.

Anche se geograficamente alla Valle del Noce appartiene anche il massiccio del Sirino, in questo studio le due macro aree sono analizzate separatamente per le diverse peculiarità ed opportunità di sviluppo del turismo outdoor.

Rientrano in quest'area i Comuni di Trecchina, Lauria, Rivello, Nemoli e Lagonegro. Appartiene geograficamente alla Valle del Noce anche il Comune di Maratea, tuttavia ai fini di questo studio lo si è analizzato autonomamente.

Il paesaggio è contrassegnato dai caratteristici nuclei abitati arroccati su alture separate dalle incisioni vallive del Noce e dei



suoi affluenti: Serra, Bitonto, Sonante,Torbido, Caffaro e Carroso,
La presenza d'acqua anche nel periodo estivo e le piogge abbondanti permettono l'insediamento di una ricca vegetazione che dà vita ad un tipico ambiente fluviale ben diverso da quelli che troviamo, a pochi chilometri in linea d'aria, sulle praterie e boschi d'alta montagna del Sirino o sulle coste rocciose di Maratea.
Il fiume diventa così l'elemento caratterizzante anche dell'offerta outdoor di quest'area.
Vista l'estensione dell'area, la distribuzione su tutto il territorio di siti ed itinerari per lo sport outdoor e la presenza di diversi nuclei abitati importanti non si evidenzia allo stato attuale un punto unico di riferimento, tuttavia si può ipotizzare la creazione di uno più hub di riferimento per le attività outdoor.
Le attività outdoor principe di quest'area sono quelle legate ai corsi d'aqua ed ai numerosi itinerari escursionistici che ne seguono le vallate, non mancano tuttavia nemmeno qui proposte per chi cerca attività più "adrenaliniche". Come già evidenziato nella sezione dedicata alla analisi (fattori di richiamo esistenti) in tutta l'area è presente e articolata una struttura di vecchi itinerari di collegamento trai borghi a cui si aggiunge il tracciato dismesso delle Ferrovie Calabro-Lucane tra Lagonegro, Rivello, Lago Sirino. Lauria e Galdo.
Parte di questi itinerari sono ancora percorsi, sia per attività agricolo-pastorali che per attività sportiva (ippotrekking e MTB), alcuni sono stati parzialmente recuperati su iniziativa delle Amministrazioni ed associazioni locali.
Tuttavia si tratta di una struttura disorganizzata, per lo più priva di segnaletica e manutenzione, spesso senza continuità tra un itinerario e l'altro.
Si tratta per la gran parte di tracciati che per larghezza del piano calpestabile e pendenza possono essere condivisi da trekkers, bikers e cavalli. Sarà necessario dare alla rete una struttura organizzata, appetibile e facilmente leggibile dal turista, che a fianco di alcuni itinerari di grande sviluppo che coinvolgono tutto l'ambito del ST Valle del Noce, descritti in una sezione dedicata, preveda una serie di itinerari ad anello trai borghi della Valle del Noce.

ANELLO ALTA VALLE DEL NOCE

(vedi allegati mappa TREKKING - itinerario 8)

Da Rivello si va a Madonna delle Grazie lungo il sentiero che inizia in contrada Pasquali. Dalla cappella si seguono strade interpoderali, in parte da recuperare, fino a imboccare una carrareccia che scende fino al corso del Sonante dove sarà necessario realizzare una passerella in corrispondenza della briglia per permettere l'attraversamento del corso d'acqua e poter risalire lungo sentiero fino al Nemoli in loc. Quino (in questo tratto il sentiero attraversa alcune particelle private). Da qui si sale fino al Lago Sirino per l'itinerario n° 628 MM.

Da Lago Sirino si sale a loc. Taggine per poi seguire il tracciato delle ferrovie Calabro-Lucane per raggiungere la vecchia stazione di Rivello e quindi Lagonegro. Dalla ex stazione di Lagonegro si segue la mulattiera che scende sul fianco della valle del torrente Serra per raggiungere il ponte dei Monaci su cui si attraversa il torrente per salire seguendo il fianco sinistro orografico della Valle del Noce e raggiungere il convento Madonna degli Angeli. Risalita per 700 m la strada asfaltata si imbocca a destra una traccia per attraversare il vallone di Carpineto ed ancora attraversando in alto la Valle del Noce si raggiunge fraz Camartino di Rivello.

Si scende ora verso la Valle del Noce in direzione del Ponte della Ramiera, prima di raggiungerlo si scende in direzione Rivello lato sinistro orografico del Noce fino raggiungere la strada asfaltata alla confluenza del Bitonto. Prima del ponte sul Noce si imbocca la sterrata in direzione di Madonna del Popolo per poi risalire a Rivello.

Anello di 25 km, quasi già interamente percorribile.

Oltre alla generale pulizia e taglio vegetazione lungo il percorso, sono necessari interventi di ripristino del tracciato nei seguenti tratti:

- Rivello/Madonna delle Grazie - già previsto nell'itinerario 2005/0 dal Sirino a Maratea
- Madonna delle Grazie/Sonante - vedi precendente
- Sonante / Nemoli - vedi precedente (realizzazione passerella Sonante)
- Lago Sirino / Ex Stazione Rivello - già previsto nell'itinerario MTB Monti/Mare
- Madonna degli Angeli / Camartino - 2000 m sistemazione fondo ed allargamento sentiero
- Camartino / Ponte della Ramiera - 1500 m sistemazione fondo ed allargamento sentiero

Foto: Fabio Limongi

ANELLO MEDIA VALLE DEL NOCE

(vedi allegati mappa TREKKING - itinerario 7)

Da Trecchina si scende lungo interpoderali parzialmente da recuperare al fondo della valle del Noce in località Fornaci. Si risale per sterrata il corso del Caffaro per raggiungere Lauria.
Da Lauria lungo la ciclo-pedonale si raggiunge Pecorone. Da qui al Lago Sirino si segue il tracciato delle Ex Ferrovie calabro-Lucane, con due tratti in galleria che devono essere bypassati sulla SS 19. Il recupero di queste due gallerie (illuminazione, captazione delle venute d'acqua ed eventuale bonifica della volta e consolidamento) permetterebbe il totale collegamento ciclo pedonale Lauria/ Lago Sirino/Lagonegro. Da Lago Sirino si scende a Nemoli ed alla passerella sul Sonante seguendo all'inverso l'anello 1 fino a Rivello. Da Rivello alla Madonna del Popolo e a Campo d'Elci da cui si raggiunge loc, Colla lungo la sterrata che corre alle falde orientali del Monte Coccovello. Da Colla si rientra a Trecchina.

Anello di 45 km interamente percorribile.
Oltre alla generale pulizia e taglio vegetazione lungo il percorso, sono necessari interventi di ripristino del tracciato nei seguenti tratti:
Trecchina- fondo Valle del Noce - recupero vecchie strade interpoderali 1000 m
Nemoli/Sonante - già previsto nell'itinerario 2005/0 dal Sirino a Maratea
Sonante/Rivello - già previsto nell'itinerario 2005/0 dal Sirino a Maratea
cartellonistica e segnaletica direzionale sull'intero percorso,
E' possibile partire da Maratea, salire a Monte San Biagio, quindi raggiungere Brefaro e raggiungere Trecchina per il Vallone di Ponte Scala, per collegare poi i due anelli precedenti toccando in sequenza Lauria, Lago Sirino, Lagonegro, Rivello e dal passo Colla rientrare a Maratea, con un trekking di oltre 60 km, a tappe, che tocca tutti i Comuni della Valle del Noce, da percorrere a piedi, in mountainbike o a cavallo.

FALESIA DI MANCOSA

Situata Lungo la Valle del Noce, a 9 km dalla foce, in loc. Mancosa, all'inizio della strada che porta alla omonima frazione del Comune di Trecchina, in corrispondenza del bivio tra questa e la strada di accesso alla centrale ENEL è costituita da una barra calcarea che offre eccellenti possibilità per l'arrampicata sportiva.

L'accessibilità della falesia, la sua vicinanza alla costa tirrenica, come anche il gran numero di facili itinerari ne farebbero un sicuro riferimento non solo per gli appassionati del bacino di prossimità, Basilicata e Calabria, ma entrerebbe a pieno titolo tra le falesie attrezzate per l'arrampicata del Sistema Turistico della Valle del Noce, un prodotto da spendere sul mercato nazionale ed europeo del turismo outdoor.

Nelle immediate adiacenze della falesia sussistono potenzialità di sviluppo per altre attività outdoor sul fiume (campo scuola canoa, percorsi attrezzati lungo il fiume, altre pareti rocciose da attrezzare per arrampicata o con "vie ferrate").

La roccia calcarea è di alta qualità, compatta, lavorata dall'acqua e ricca di appigli, a prima vista priva di importanti elementi di instabilità.

La barra ha una lunghezza di circa 150 metri, per una altezza variabile tra 10 e 15 mt, e permette l'attrezzatura di circa 70 linee di arrampicata, per la maggior parte di difficoltà contenuta, fino al grado 6a.

Al piede della falesia corre la strada di accesso alla centrale Enel ed alla Frazione di San Sago nel Comune di Tortora.

Sarà necessario spostare la sede stradale, mantenendone l'attuale larghezza di 5,50 metri, di circa 2,00 metri per ricavare un'area di stazionamento al piede della parete, separata dalla sede stradale con staccionata. L'intervento sarà completato dalla posa di gruppo tavolo e panche, bacheca illustrativa e toilette.

Per quest'ultima si suggerisce l'utilizzo di una dry toilette che non richiede energia elettrica ed acqua ma funziona con un sistema di disidratazione e compostaggio per la riduzione delle deiezioni in vasca stagna.

Vista l'assenza di aree parcheggio nelle vicinanze e per prevenire il parcheggio selvaggio lungo la strada sarà necessario realizzare uno spazio dedicato, subito sotto strada in grado di ospitare da 40 a 50 auto.

La falesia insiste su due particelle di proprietà del Comune di Trecchina.

FERRATA
FORRA DEL CAFFARO
(vedi allegati mappa FERRATE - sito 3)

Le vie ferrate non sono più un'esclusiva dell'ambiente alpino ed è ormai diventato usuale trovare percorsi attrezzati anche in contesti più "urbani".

Sono spesso queste a riscuotere i maggiori successi in termini di affluenza. Per le due più conosciute ferrate del GardaTrentino - Colodri e Rio Salaggoni - che si innalzano su pareti rocciose adiacenti all'abitato, si possono stimare in 12.000/15.000 ciascuna i passaggi annuali.

Lauria presenta un caratteristico canyon lungo cui si incanalano le acque del torrente Caffaro, dopo essere passate sotto l'abitato.

Per parte dell'anno il torrente è in secca per cui non si prospetta interessante la sua discesa stile canyoning, mentre di interesse è l'attrezzatura della forra con una via ferrata, che per il suo facile accesso ed il caratteristico ambiente, potrebbe essere uno degli elementi peculiari dell'offerta outdoor del ST Valle del Noce.

Preliminare a qualsiasi intervento dovrà essere l'intercettazione di alcuni scarichi fognari che scaricano nel tratto della forra incanalato sotto l'abitato. Nel contesto della attrezzatura sarà necessario provvedere alla pulizia delle pareti e dell'alveo dai rifiuti che nel tempo vi sono stati gettati, oltre alla loro bonifica da elementi instabili, a seguito della relazione geologica da prevedere in fase progettuale.

ATTIVITA' FLUVIALI

Possiamo riconoscere due sezioni del bacino del Noce, che per le loro caratteristiche offrono opportunità diverse e complementari: Il medio Noce tra Lagonegro, Rivello e Nemoli, il basso Noce nel tratto Nemoli/Lauria e Trecchina.

Nella parte mediana il corso del Noce, come anche quello dei suoi affluenti, è spesso incassato in profonde forre che ospitano una lussureggiante vegetazione che dà vita ad un caratteristico ambiente di cui spesso non si ha percezione dal bordo superiore.

Ambienti "persi", ai fini produttivi o abitativi, questi piccoli canyon hanno potuto conservarsi spesso intatti con poche tracce dell'uomo, eccetto che per i punti dove incrociano o fiancheggiano strade e dove sono purtroppo stati usati come discariche abusive.

Una loro rivalutazione come terreni per le attività outdoor potrà contribuire alla loro protezione, accrescendo l'attenzione e la sorveglianza su questo patrimonio.

Per la sua collocazione Rivello può proporsi come "base fluviale", punto di riferimento per canyoning e river trekking, attività che associazioni locali hanno già iniziato a proporre negli ultimi due anni.

CANYONING TORRENTE BITONTO

(vedi allegati mappa CANYONING - itinerario 3)

Già parzialmente attrezzato da appassionati locali che attraverso una locale associazione propongono escursioni accompagnate, ha una lunghezza di circa 1200 m dall'entrata in loc, Fossa del Gaudio fino all'uscita poco a valle del ponte della S.P. 27 tra Vignale Santa Margherita e la Ex Stazione di Rivello della Calabro-Lucane.

Gli interventi necessari consistono nella bonifica delle sponde del canyon e del corso dello stesso per rimuovere evidenti elementi di instabilità o pericolo, attrezzatura professionale del percorso, sistemazione del sentiero di accesso ed uscita, sistemazione di un area parcheggio (per gli shuttle di servizio in uscita ed entrata), messa in opera di un box spogliatoio con toilette all'uscita del canyon.

RIVER TREKKING TORRENTE BITONTO e FIUME NOCE

(vedi allegati mappa CANYONING - itinerario 1)

Il river trekking viene effettuato nei tratti di fiume che non presentano tratti da scendere in corda ma sono piccoli risalti e brevi tratti in cui lasciarsi trasportare dalla corrente.

Alla portata di tutti anche dei più piccoli, offre una opportunità di avventura a tutta la famiglia. E' praticabile nella parte bassa del torrente Bitonto fino alla confluenza con il Noce e nel tratto di Noce tra Ponte Ramiera ed il Bitonto.

In questo caso gli interventi consistono nella sistemazione dei sentieri di accesso al fiume, nella posa di box spogliatoio e toilette all'uscita dal fiume.

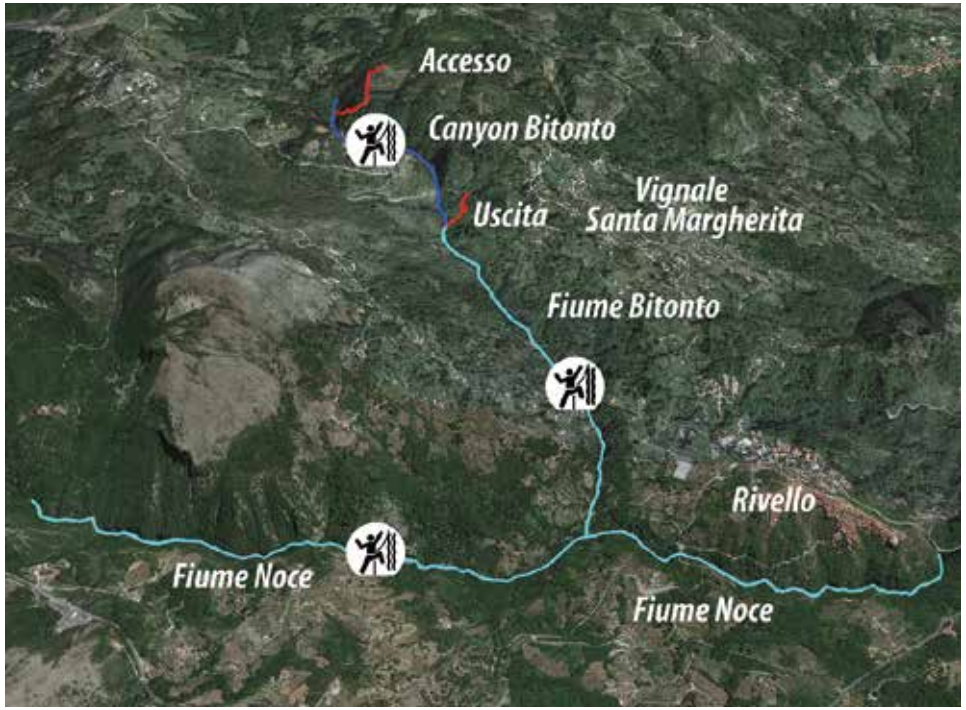


Foto: Pasquale Larocca

Foto: Pasquale Larocca

Il tratto del corso del Noce tra la confluenza con il Bitonto ed il viadotto della SP 27, lungo la profonda forra ai piedi della rocca su cui sorge l'abitato di Rivello, può offrire le opportunità per attività di hydrospeed o river trekking più sportivo.

Sia il Noce che il Bitonto presentano un flusso d'acqua costante così da poter rappresentare un'offerta turistica per buona parte dell'anno - da aprile a fine ottobre, compresa l'estate. Potrà così essere una delle opportunità di destagionalizzazione del ST Valle del Noce, offrendo una piacevole alternativa alle altre attività outdoor (climbing, MTB) ma altresì una esperienza alla portata di tutti per chi cerca una alternativa alla giornata in spiaggia.

Nella parte inferiore il corso del Noce, lungo il confine tra i comuni di Trecchina /Nemoli e Trecchina/ Lauria è navigabile in canoa e rafting almeno nei periodi di maggior portata.

Questo tratto di fiume è proposto anche nel sito ckfiumi.net riferimento per i canoisti in Italia. Il fiume è navigabile nel periodo invernale e primaverile, soprattutto quando altre destinazioni alpine, non sono frequentabili. L'imbarco avviene nei pressi del ponte della SP 27 tra San Pietro e Rivello e lo sbarco presso la centrale ENEL di Castrocucco.

Anche se già frequentato dai canoisti, alcuni interventi sarebbero necessari per la sicurezza, sulla base delle descrizioni: rimozione di tondini e se possibile di una enorme lamiera che crea un pericoloso sifone, oltre alla rimozione di alcuni cavi tesi tra le rive che in alcune condizioni di portata possono essere pericolosi.

Tra l'imbarco e loc. Fornaci al confine tra Lauria e Trecchina, nei pressi del viadotto della nuova Bretella della SS 585, il corso non presenta grandi difficoltà, così da poter essere proposto per attività di introduzione alla canoa o discese rafting, nel periodo primaverile quando lo scioglimento delle nevi garantisce livelli di portata adeguati.

SERRA LA SPINA
SERRA ROTONDA

(vedi allegati mappa TREKKING - itinerari 12 -13-14)

Area che assume particolare valore come porta di comunicazione verso il Parco del Pollino e l'area di Latronico.

Sono due gli elementi di pregio in quest'area sotto il profilo dello sport outdoor: l'area della Vecchia Stazione di Lauria ed il Monte Spina.

La piana circostante la Vecchia Stazione di Lauria è attualmente utilizzata come deposito materiali e l'edificio della stazione giace in stato di abbandono.

Un recupero dell'area ed una sua riqualificazione la trasformerebbero nel portale d'ingresso orientale, dallo svincolo autostradale di Lauria Sud, al Sistema Turistico della Valle del Noce.

Il recupero del tracciato delle ferrovie con ripristino dei ponti in ferro e l'illuminazione delle gallerie permetterebbe in pochi minuti di raggiungere Lauria e da qui tutti i comuni del Sistema Turistico attraverso una rete ciclo-pedonale.

La piana sul retro della stazione potrebbe essere adibita in parte a parcheggio di servizio al tracciato ciclabile, parte a campeggio o punto sosta camper. Mentre l'edificio della Vecchia Stazione potrebbe ospitare sia attività culturali (museo delle Ferrovie Calabro-Lucane) come anche di servizio: info point del Sistema Turistico, un punto nolo, servizio guide.

Sul sovrastante pendio della Serra Pastorella si trova una delle poche falesie attrezzate della Valle del Noce, opera realizzata con finanziamento del Comune di Lauria.

Attualmente sono presenti una decina di itinerari, ma la falesia presenta possibilità di sviluppo per una trentina di linee attrezzate. Oltre all'intervento di bonifica della parete rocciosa e l'attrezzatura delle linee di arrampicata è necessario il rifacimento del sentiero e dell'area alla base della parete e la posa di cartellonistica e segnaletica.

Il recupero del tracciato ferroviario verso est, direzione Galdo, aprirebbe il collegamento verso il Parco del Pollino.

Serra La Spina fa da cerniera tra la Valle del Noce, il Parco del Pollino, l'area Castelluccio e Latronico, cosicché la valorizzazione escursionistica di quest'area darebbe vita ad una rete di itinerari senza soluzione di continuità tra il Parco del Cilento/Vallo di Diano a Nord, il Parco dell'Appenino Lucano ad Est e il Parco del Pollino a Sud, con al centro il ST Valle del Noce.

Gli interventi sono essenzialmente volti al recupero ed alla segnalazione di percorsi escursionistici, in parte usufruibili anche in MTB.

In particolare il completamento di un percorso ad anello che partendo da Galdo risalga il vallone del torrente Salice fino alla sella tra il Monte Capillo e la Serra La Spina, per salire poi per cresta alla sommità di quest'ultima e scendere quindi in direzione del Lago della Rotonda, da cui si rientra per strade sterrate per loc. Starsia e Cesenello su Galdo. Oltre alla posa di segnaletica gli interventi di recupero e sistemazione del tracciato si concentrano nel tratto lungo la cresta della Serra La Spina.

Un itinerario di più ampio respiro collega il Lago Rotonda con la Serra La Rotonda lungo la sterrata che ne risale il pendio meridionale, per poi scendere sul versante opposto lungo sentieri e raggiungere l'abitato di Pecorone, da cui si raggiunge il centro di Lauria lungo la pista ciclo-pedonale. Nei pressi del cimitero si risale per sterrate e sentieri la Serra Pastorella la cui sommità si segue verso est fino a scendere in valle nei pressi di Villa Girardi, da loc. Menavolo si risale la Serra Tornesiello per ricongiungersi all'itinerario precedente in loc. Starsia.Oltre alla posa di segnaletica sono necessari interventi di sistemazione nel tratto in discesa dalla Serra Rotonda e lungo la Serra Tornesiello.

Da Lago Rotonda è possibile collegarsi all'anello MTB del Monte Sirino in loc.Bosco Cannicella.

La presenza ai piedi del Monte La Spina di una innovativa attività di allevamento per la produzione di latte d'asina offre lo spunto

per ampliare l'offerta all'escursionismo someggiato.

Questa attività, iniziata negli anni 80 nelle Alpi Francesi, si è poi diffusa anche in Italia, spesso associata ad attività di fattoria didattica dove famiglie e più piccoli possono socializzare con gli animali e conoscerli, per poi partire in escursione anche di più giorni con l'aiuto dell'animale per il trasporto degli zaini.

Per le caratteristiche di allevamento, semibrado con animali al pascolo e le proposte di alimentazione e cosmesi naturale rivolta in modo particolare a bambini, anziani e sportivi, l'allevamento di Galdo può rappresentare un' interessante opportunità di sviluppo per il turismo sportivo, non solo per chi vorrà fare l'esperienza di una escursione con gli asini ma anche per chi è alla ricerca di un spazi relax e vorrà poi dedicarsi ad attività sportive più classiche come la bicicletta o il nordic walking.

La posizione di cerniera tra la Valle del Noce ed il Parco del Pollino ne fanno ideale punto sosta su itinerari di collegamento tra due aree ma anche come base per escursioni nei due territori.

Oltre ai due itinerari sopra descritti, per la cui percorrenza sono necessari uno o più giorni, è necessario individuare un percorso, da portare a termine in poche ore per le prime esperienze con animali da soma. Si è individuato un tracciato, parte esistente, parte da realizzare ex novo con salita al Mt. Capillo e discesa lungo la Valle del torrente Salice. Questo itinerario giace per la maggior parte nel territorio del Comune di Castelluccio.

PARCO TEMATICO SERRA POLLINO TRECCHINA

Tra le infrastrutture presenti o progettate nel territorio del ST Valle del Noce particolare importanza riveste l'attrattore in via di realizzazione nella zona di Serra Pollino/Bocchette, sia per la sua localizzazione in un'area strategica per lo sviluppo del turismo outdoor, cerniera tra la Valle del Noce e la Costa di Maratea ed immediatamente adiacente all'area di Brefaro dove il Comune di Maratea ha previsto la nascita di un centro dedicato alle attività outdoor, sia perchè al suo interno o nelle immediate vicinanze sono già previsti interventi per la valorizzazione di attività sportive outdoor: un sentiero escursionistico, un percorso equestre ed infine una pista gravity-downhill per mtb.

Le attività ludico-sportive previste nell'area anche se non direttamente pensate per lo sportivo outdoor, possono in ogni caso costituire una proposta alternativa interessante per le famiglie sportive che nei periodi di bassa stagione frequenteranno il ST Valle del Noce. Particolarmente interessante per questo target, alla ricerca del contatto con gli elementi della natura, sarà la proposta dell'osservatorio planetario, eventualmente coniugata con escursioni notturne (plenilunio sul mare, scoprire il silenzio ed il buio).

Sono inoltre previste in questo contesto una serie di attività di servizio - ristoro, navette, stazione di sosta cavalli, che ne possono fare una meta per le escursioni di prossimità ma anche un punto di riferimento sui percorsi di maggior estensione (Trekking a piedi/cavallo/mtb).

In questo contesto appare fondamentale una forte integrazione del già previsto attrattore nel progetto generale di Sistema Turistico della Valle del Noce e nella rete di itinerari outdoor, da declinarsi nei seguenti interventi, in parte già pianificati nel progetto di sviluppo dell'area:

- Prolungamento del previsto percorso equestre per realizzare un anello, utilizzabile sia da cavalli, che mtb che escursionisti che da Serra Pollino, scenda nel Vallone del Maiorino per poi raggiungere Brefaro da cui risalire a Serra Pollino lungo il Vallone di Ponte Scala per poi prendere risalire a Serra Pollino lungo il già previsto percorso equestre. La realizzazione del collegamento escursionistico Serra Pollino/Brefaro lungo il Vallone del Maiorino rende possibile inserire la salita a Serra Pollino nel contesto degli itinerari escursionistici tra la Valle del Noce e la Costa di Maratea.
- Implementazione del già previsto tracciato downhill sul versante Trecchina di Serra Pollino con altri due tracciati di diverso impegno, così da costituire un vero e proprio Bike Park in grado di diventare un'attrattiva a se stante per gli appassionati di questa disciplina e raggiungere una massa critica di utenti che rendano sostenibile uno stabile servizio di shuttle per la risalita.
- Realizzazione di un'area decollo per parapendio nei pressi dell'attrattore con atterraggio a Brefaro.

GEOCACHING TOUR

Il fenomeno geocaching inizia ad essere abbastanza diffuso anche nel nostro paese: è sufficiente dare uno sguardo sui siti web di riferimento - geocaching.com è il principale - alla mappa delle cache nascoste per rendersi conto di come questa "caccia al tesoro" digitale stia prendendo piede.

Dalla mappa risulta allo stesso tempo chiaro come le cache vadano diradandosi al Sud e la costa di Maratea/Valle del Noce spicchino come uno spazio vuoto.

Questo può rappresentare l'opportunità per dare vita ad un geotour organizzato alla scoperta degli angoli più caratteristici del ST Valle del Noce: una novità che non mancherebbe di suscitare attenzione nel mondo geocaching.

I geocachers costituiscono una comunità quasi esclusivamente virtuale ma hanno un forte senso di appartenenza legato al fatto di cercare qualcosa che è noto solo a loro.

Questa caratteristica permette di interagire in modo molto efficace attraverso i siti di riferimento con una comunità molto vasta, motivata e distribuita a livello mondiale.

Foto: Fabio Limongi

Un GeoTour è una sequenza di cache (punti geo referenziati) che conduce i giocatori alla scoperta del territorio attraverso le location più caratteristiche, punti panoramici, elementi di importanza storica, particolarità naturalistiche.

La destinazione turistica diventa un obiettivo per il gioco.

I Geo Tour vengono caricati sui siti web di riferimento della geo caching community diventando così uno strumento di comunicazione globale.

Geotour sono presenti negli Stati Uniti ed in numerosi paesi europei, mentre in Italia sono ancora rari, anche se non mancano recenti esperienze interessanti di promozione e valorizzazione del territorio tramite questo strumento, vedi GeoTrail del Frignano riconosciuto e premiato dall'Istituto dei Beni Culturali dell'Emilia Romagna.

Realizzare uno o più GeoTour tra il Monte Sirino e la Costa di Maratea richiede relative risorse economiche ed umane e l'attivazione di partnership con la piattaforma di riferimento - geocaching.com - costituirebbe un innovativo strumento promozionale con diffusione globale.

Il GeoCaching può essere inoltre lo strumento ideale per coniugare turismo outdoor e turismo religioso, offrendo da un lato una nuova motivazione alla visita e attivando parallelamente un nuovo canale di comunicazione e promozione.

E-MTB

Le E-MTB sono uno dei fenomeni più interessanti degli ultimi due anni e con ogni probabilità rivoluzioneranno non solo la mobilità su due ruote ma anche i fenomeni turistici collegati.

Si tratta di una mountain bike a pedalata assistita, dotata di motore elettrico e batteria, che riducendo l'impegno fisico necessario, apre il mondo della mtb anche a chi non ha un allenamento specifico.

Il Bike Festival 2016, il più importante evento del settore, che pre annuncia i grandi trend di questa attività, ha visto un'altissima attenzione nei confronti delle E-MTB e tutte le principali ditte di MTB stanno ri-orientando la propria offerta in tal senso con colossi del calibro di Bosch e KTM che hanno scommesso in questa direzione.

Il GardaTrentino, con oltre 1,5 milioni di presenze legate al turismo su due ruote, è da sempre un osservatorio privilegiato sulle linee di sviluppo del turismo delle due ruote: la stagione 2016 ha visto una presenza massiccia di e-bikers.

Il ST Valle del Noce offre grandi opportunità per la MTB ed interventi di infrastrutturazione in questa direzione ne farebbero la punta di diamante della proposta E-MTB del Sud Italia in un settore appena nato ma con un futuro enorme ed inesplorato.

In questo quadro grande valore assume l'intervento già portato avanti dai Comuni di Maratea e di Nemoli (Lago Sirino) per la realizzazione di una rete di punti ricarica per bike elettriche. Questo intervento, pur pensato per una mobilità alternativa a carattere locale (bike sharing), può essere valorizzato, integrato e/o ritarato anche in funzione delle e-MTB ed allargato all'intero ST Valle del Noce, con un posizionamento adeguato dei punti ricarica distribuiti sull'intero ambito lungo.

RETE CICLOTURISTICA DELLA COSTA DI MARATEA E VALLE DEL NOCE

(vedi allegati mappa RETE CICLABILE)

La strutturazione di una rete cicloturistica sulla costa tirrenica della Basilicata, coinvolgendo i territori della Campania e della Calabria, deve essere letto nelle sue potenzialità di sviluppo economico della regione.

L'infrastruttura cicloturistica deve diventare uno degli assi di sviluppo dell'industria turistica del Paese, considerato che nell'Ue il fatturato del cicloturismo è di 44 miliardi di euro l'anno e che in Italia, lo stesso Governo, ipotizza introiti di 3 miliardi l'anno, investendo su tale prodotto. In Europa, ogni chilometro di ciclabile genera in pochi anni un indotto variabile tra i 110mila e i 400mila euro. Nella provincia di Trento, dai circa 200 km di piste ciclabili, si è stimato un indotto di 86 milioni di euro nell'anno 2011.

Le infrastrutture per il cicloturismo richiedono inoltre un investimento inferiore rispetto ad altri interventi e al loro ritorno economico, con tempi di rientro dell'investimento molto più veloci per esempio delle infrastrutture viarie.

L'esperienza europea dimostra che il cicloturismo alimenta economie locali diffuse e genera posti di lavoro in località altrimenti escluse dal turismo tradizionale: in Germania, dove l'indotto del cicloturismo è pari a 3,9 miliardi di €/anno, è stato calcolato che la metà della spesa del cicloturista è destinata all'alloggio e alla ristorazione, a tutto vantaggio delle economie locali.Oltre ai benefici diretti legati al cicloturismo inteso come indotto economico e occupazionale, l'infrastrutturazione della ciclovia porta anche benefici "indiretti" alla popolazione locale, che troveranno nel percorso ciclabile occasione di svago e di miglioramento della loro salute.

CICLOVIA DEL TIRRENO, COSTA DI MARATEA

L'asse oggetto di analisi percorre tutta la costa tirrenica della Basilicata, ma dovrebbe svilupparsi anche sulla costa campana e calabra. Idealmente infatti potrebbe costituirsi come variante tirrenica al percorso EuroVelo 7, itinerario da Capo Nord a Malta, che nel tratto italiano corrisponde alla Ciclopista del Sole (Dal Brennero a Santa Teresa di Gallura) e che da Sapri entra nell'entroterra prevedendo il passaggio alla costa Ionica più aggredibile dal punto di vista del profilo costiero.

Si struttura quindi all'interno di un'asse portante principale delle ciclovie italiane, sui cui forti sono i propositi di investimento da parte del Governo: in Stabilità 91 milioni per il triennio 2016-2018, per il finanziamento delle ciclovie: "Ciclovia Ven-To" da Venezia (VE) a Torino (TO), "Ciclovia del Sole" da Verona (VR) a

Firenze (FI); "Ciclovia dell'Acquedotto Pugliese".
La ciclovia si svilupperebbe lungo il tracciato della strada litoranea S.S. 18, con soluzioni progettuali differenti a seconda delle peculiarità dei vari tratti, cogliendo anche l'occasione data dai progetti per la costruzione di tratti in variante in galleria tra Maratea e Sapri che permetterà la fruizione ciclabile del sedime dell'attuale asse stradale.
Si tratta di recuperare alla fruizione ciclabile sedimi esistenti di vecchie sterrate e mulattiera o intervenire sul versante per la definizione di un percorso parallelo all'asse stradale, tendenzialmente da realizzare lato mare. Sara necessario intervenire in vari tratti con allargamenti dell'asse stradale verso monte o, nei casi ove più critica si presenta l'orografia del terreno, sviluppare strutture a sbalzo.
Si configura comunque un itinerario strutturato in corridoi (il tracciato litoraneo) e stanze, ove il tracciato, raggiunti gli abitati di Acquafredda, Cersuta, Maratea, Marina di Maratea, Castrocucco, utilizza la viabilità ordinaria per la sua continuità, ben definito da una adeguata segnaletica di indirizzamento.
Arrivati a Maratea, il percorso si allontana dal mare per entrare nel centro storico. Ne esce a sud lungo il sentiero, da adeguare alla fruizione cicloturistica, che porta a Madonna della Pietà, per riportarsi nuovamente sulla S.S. 18 in loc. San Giuseppe, nei pressi della Spiaggia del Macarro.
A Marina di Maratea va valutata possibilità di utilizzare il sedime della vecchia ferrovia per poi inserirsi su sedimi di vecchi tratturi e giungere a Castrocucco lungo un percorso da adeguare sviluppato lungo lo sperone nord. Da qui si giunge su ciclabili esistenti a Praia Mare e alla sua stazione.
Punto di forza di questo percorso litoraneo è senza dubbio la presenza della ferrovia che, con le fermate dislocate presso le principali frazioni, permette di ipotizzare una importantissima sinergia di intermodalità per la fruizione dell'itinerario.

ANELLO DELLA VALLE DEL NOCE

Si aggancia a questo percorso litoraneo l'anello dell'entroterra, che dovrà collegare Castrocucco (punto "finale" del nostro percorso) con loc. Camporotondo, presso lo svincolo della SS 585, location per un ideale Outdoor Hub della Valle del Noce, Lauria, Pecorone, Lago Sirino, Lagonegro, Rivello, Nemoli, Trecchina, per scendere quindi nuovamente verso la ciclovia litoranea a Maratea.

Si tratta di un itinerario cicloturistico, che permette la fruizione degli antichi borghi dell'entroterra, suggestivi e di primario interesse turistico.

Il percorso prevede di realizzare alcuni tratti di percorsi ciclabili separati con nuove infrastrutturazioni e con il recupero di sedimi di sterrate esistenti.

Nel tratto Lauria-Pecorone-Lago Sirino-Lagonegro lo sviluppo della ciclovia sarà reso possibile dal recupero di un tratto di ferrovia dismessa Lagonegro-Castrovillari (-Spezzano Albanese), oggi già parzialmente riconvertita a tale uso, mentre il recupero di una ulteriore tratta in direzione Castrovillari permetterebbe in collegamento con Galdo e quindi verso verso Castelluccio ed il Parco del Pollino.

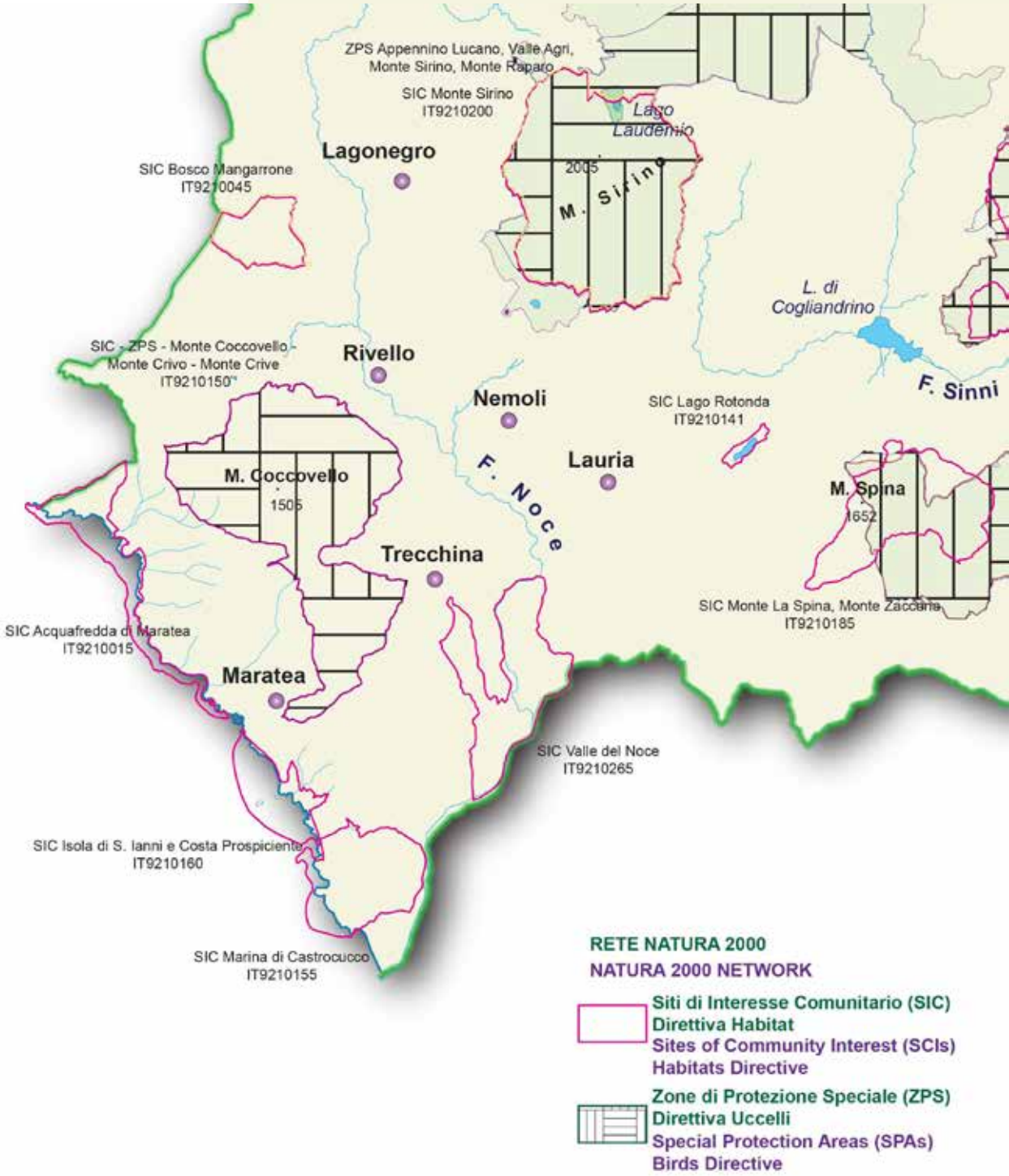
Parte del percorso utilizzerebbe strade esistenti a basso traffico.

Interazione con siti di interesse comunitario, zone a protezione speciale ed aree a rischio idrogeologico

Nell'area della Valle del Noce sono stati individuati otto siti di interesse comunitario[1] (SIC), e due zone di protezione speciale (ZPS)[2]: tutti sono elencati nelle Tabelle 1 e 2 ed illustrati schematicamente nella Fig. 1.

Per alcune di queste aree sono in via di definizione i Piani di Gestione da parte della Regione Basilicata.

Per tutte i lavori di manutenzione straordinaria e le opere ex novo previste nella proposta di infrastrutturazione per le pratiche sportive outdoor (sentieri, piste ciclabili, vie per arrampicata, vie ferrate, etc.) ricadenti nei suddetti SIC e ZPS si farà riferimento alla normativa regionale vigente in materia di Valutazione di Incidenza[3].



1 Il sito di interesse comunitario o sito di importanza comunitaria (SIC), in inglese Site of Community Importance, è un concetto definito dalla direttiva comunitaria n. 43 del 21 maggio 1992, (92/43/CEE) Direttiva del Consiglio relativa alla conservazione degli habitat naturali e seminaturali e della flora e della fauna selvatiche, nota anche come Direttiva "Habitat", recepita in Italia a partire dal 1997.

2 Le zone di protezione speciale (ZPS), sono zone di protezione poste lungo le rotte di migrazione dell'avifauna, finalizzate al mantenimento ed alla sistemazione di idonei habitat per la conservazione e gestione delle popolazioni di uccelli selvatici migratori.
Tali aree sono state individuate dagli stati membri dell'Unione europea (Direttiva 79/409/CEE nota come Direttiva Uccelli) e assieme alle zone speciali di conservazione costituiscono la Rete Natura 2000.
Tutti i piani o progetti che possano avere incidenze significative sui siti e che non siano non direttamente connessi e necessari alla loro gestione devono essere assoggettati alla procedura di valutazione di incidenza ambientale.

3 D.G.R. n. 2454 del 22 dicembre 2003D.P.R. 8 settembre 1997, n. 357 - Regolamento recante attuazione della direttiva 92/43/CEE relativa alla conservazione degli habitat naturali e seminaturali, nonché della flora e della fauna selvatica. INDIRIZZI APPLICATIVI IN MATERIA DI VALUTAZIONE D'INCIDENZA.

Rientrano in aree SIC le seguenti aree di intervento:

- il Monte Coccovello e Crivo, dove sono tuttavia previsti interventi di solo recupero e/o parziale realizzazione sentieri, (SIC IT 9210150 e ZPS)
- le Coste della Montenia dove è prevista la realizzazione di una falesia per arrampicata - falesia San Giuseppe (SIC IT 92210160)
- la Serra di Castrocucco dove sono previsti recupero sentieri esistenti, sistemazione di strada (parzialmente ex novo) per accesso area decollo parapendio e sistemazione area di decollo (SIC 9210155)
- Il SIC Valle del Noce (SIC it 9010265) area dove sono previsti interventi di attrezzatura falesie (Mancosa) per cui è già stata presentata domanda inserimento nel piano di gestione del SIC da parte del Comune di Trecchina.
- Il Monte SIRINO (SIC IT 9210200 - ZPS) area in cui si sono previsti interventi di valorizzazione della rete sentieristica, oltre al ripristino ed ampliamento delle strutture ricettive e degli impianti di risalita anche in chiave estiva.
- Serra La Spina (SIC IT 9210185) area in cui è prevista la realizzazione e recupero di un tracciato escursionistico ad anello.

TABELLA 1 – ELENCO DEI SITI DI INTERESSE COMUNITARIO (SIC) DELLA VALLE DEL NOCE

CODICE	TIPO_SITO	DENOMINAZIONE	REG_BIOG	REGIONE	AGGIORN	PERIMETER	HECTARES
IT9210015	B	Acquafredda di Maratea	Mediterranea	Basilicata	201009	25432,403	552,249
IT9210045	E	Bosco Mangarrone (Rivello)	Mediterranea	Basilicata	201009	8990,195	369,524
IT9210160	B	Isola di S. Ianni e Costa Prospiciente	Mediterranea	Basilicata	201009	11892,773	417,672
IT9210141	B	Lago La Rotonda	Mediterranea	Basilicata	201009	5445,516	70,966
IT9210155	E	Marina di Castrocucco	Mediterranea	Basilicata	201009	13601,868	810,719
IT9210265	B	Valle del Noce	Mediterranea	Basilicata	201009	25122,5	967,61
IT9210150	C	Monte Coccovello - Monte Crivo - Monte Crive	Mediterranea	Basilicata	200906	37624,806	2981,109
IT9210185	K	Monte La Spina, Monte Zaccana	Mediterranea	Basilicata	200602	18150,243	1074,398
IT9210200	G	Monte Sirino	Mediterranea	Basilicata	200602	23877,403	2630,609

TABELLA 2 – ELENCO ZONE SPECIALI DI INTERESSE (ZPS) DELLA VALLE DEL NOCE

CODICE	TIPO_SITO	DENOMINAZIONE	REG_BIOG	REGIONE	AGGIORN	PERIMETER	HECTARES
IT9210150	C	Monte Coccovello - Monte Crivo - Monte Crive	Mediterranea	Basilicata	200906	37624,8	2981,108
IT9210271	F	Appennino Lucano, Valle Agri, Monte Sirino, Monte Raparo	Mediterranea	Basilicata	200703	205736,2	36546,62

Qualora poi gli interventi previsti nel presente piano dovessero ricadere in aree a rischio idrogelogico si dovrà fare riferimento alla normativa regionale vigente in materia di mitigazione del rischio[4] (PAI)

Rientrano in questa tipologia di aree quasi tutti gli interventi di attrezzatura di pareti per arrampicata, vie ferrata e canyon, per i quali è comunque da preventivare una verifica geologica in fase progettuale atta a verificare la presenza di macro instabilità che impongano di limitare l'intervento e definire gli interventi di bonifica ed eventuale consolidamento delle pareti.

Verifica da effettuare tenendo conto della specificità dell'attività sportiva che prevede utilizzo di attrezzature protezione e comunque un livello di accettazione del rischio superiore allo standard e comunque per periodi limitati di tempo.

4 Il Piano Stralcio per la Difesa dal Rischio Idrogeologico, o PAI (Piano Assetto Idrogeologico), redatto ai sensi dell'art.65 del D.Lgs 152/2006.

Gestione e manutenzione dei siti ed itinerari outdoor

Nel momento in cui lo sport outdoor diventa un prodotto turistico, e contestualmente siti ed itinerari vengono attrezzati e pubblicizzati, si possono determinare profili di responsabilità a carico degli attori di questo processo.

Lo sport nella natura per sua stessa essenza richiede un'accettazione del rischio più elevata che nella vita quotidiana.

Alcune attività hanno connaturata l'esposizione al pericolo e, pur prevedendo l'impiego di tecniche ed attrezzature per mitigare il rischio, non è perseguibile il livello zero ed una quota variabile di rischio permane.

E' quindi essenziale individuare le modalità per contenere le responsabilità dei soggetti coinvolti e trasferire ai praticanti la responsabilità e la consapevolezza di accettare questa quota residuale.

Quattro sono i passaggi da seguire e documentare per ridurre la possibilità di essere chiamati a rispondere penalmente e civilmente:

1. Siti ed itinerari da attrezzare

segnalare e promuovere, saranno oggetto di progettazione professionale che includa una preliminare valutazione delle criticità in termini di sicurezza, definendo eventuali i limiti di pratica e le procedure per mitigare il rischio: tra questi relazione geologica, interventi disgagio e consolidamento pareti rocciose e/o pendii ripidi, posa di protezioni nei tratti esposti, posa di segnaletica, etc.

2. Attrezzatura professionale

Gli interventi saranno eseguiti da aziende che sappiano coniugare la professionalità nella esecuzione dei lavori alla conoscenza delle esigenze dello sport e possa certificare la corretta esecuzione dei lavori ed il rispetto delle indicazioni progettuali.

3. Controllo e manutenzione

Le condizioni di rischio conseguite a termine dei lavori dovranno essere mantenute nel tempo, per questo sarà essenziale un servizio regolare ed un preciso protocollo di controllo e manutenzione di siti ed itinerari. La definizione di modalità, costi e titolarità del servizio di controllo e manutenzione devono essere parte della fase progettuale. Si interverrà solo su siti ed itinerari che possano essere regolarmente controllati e mantenuti.

4. Informazione

In ambiente naturale qualsiasi sia il livello di intervento effettuato rimarrà una più o meno grande quota di rischio residuale, sarà cura e/o responsabilità del praticante valutare se esporsi o meno. Sarà invece cura di chi ha realizzato l'opera o cura la promozione definire e trasmettere le regole d'uso e sicurezza da seguire nelle diverse aree. Il praticante deve inoltre essere informato di trovarsi in un contesto ambientale e sportivo, che pur attrezzato e regolarmente controllato, rimane potenzialmente pericoloso e richiede tecniche ed attrezzature atte al contenimento del rischio. Il trasferimento dell'informazione avverrà sia in loco con adeguata cartellonistica che sul materiale informativo sia cartaceo che digitale.

Seguire queste procedure e il ricorso ad una polizza dedicata faciliterà la "copertura" della responsabilità civile.

La manutenzione delle aree di pratica dello sport outdoor, non è solo dovuta per garantire la sicurezza, ma anche per contenere il degrado delle stesse o mantenerle fruibili: erosione accelerata

dei sentieri per MTB, erosione delle aree di stazionamento al piede delle pareti di arrampicata, vandalismi alla segnaletica, crescita vegetazione, etc.

L'assenza di servizi igienici è una delle principali problematiche soprattutto per le attività che vedono concentrazione di praticanti in aree ristrette: arrampicata, bike park, vie ferrate, canyoning. Siamo di fronte ad un problema che, se non affrontato, crea non pochi conflitti con la popolazione locale, degrado ambientale, oltre a trasmettere un'immagine negativa.

La principale problematica per la realizzazione di servizi igienici in aree isolate è data dalla assenza delle reti, fognarie ed idriche.

Le dry toilette o compost toilette possono costituire una soluzione, non hanno bisogno di scarichi fognari né di acqua. Le deiezioni liquide vengono separate e disperse per evaporazione, mentre quelle solide sono sottoposte a de-idratazione e compostaggio che ne riducono in modo importante il volume e le rende inerti.

La manutenzione di questi servizi si riduce ai normali interventi di pulizia, ed alla rimozione del compost una volta all'anno.

Per la gestione e manutenzione di itinerari e siti si sono sperimentati diversi modelli:

- affidamento a professionisti (unica soluzione perseguibile per le attrezzature specialistiche e di sicurezza come falesie e ferrate),
- affidamento in convenzione ad una associazione che ne cura la gestione e manutenzione (con contribuzione pubblica o partecipazione dei privati attraverso ticket/card),
- affidamento ad una attività commerciale o ricettiva che, a fronte di opportunità di visibilità, si assume l'onere della manutenzione del sito.

Quale che sia la formula prescelta si dovranno definire protocolli e tempistiche di intervento che garantiscano requisiti minimi di qualità comuni per tutto il Sistema Turistico.

E' essenziale che in fase di progettazione siano definiti modalità, costi e soggetti che dovranno garantire i servizi di manutenzione delle diverse strutture.

Anche se in una fase così iniziale dello sviluppo del turismo outdoor ancora non si percepiscono conflitti tra praticanti, tra praticanti e popolazione locale, tra praticanti ed ambiente, sarà necessario fin da subito individuare, definire e segnalare limiti e regole alla pratica di alcune attività outdoor, per evitare che afflusso incontrollato generi "bad practice" che più tardi sarà difficile contenere.

Di seguito le attività e le rispettive criticità e soluzioni.

MountainBike: l'utilizzo di sentieri ripidi e stretti genera rischi di collisione con altri utenti oltre a causare degrado accelerato del sedime.

Le **discipline gravity** più impattanti per la velocità e modalità di conduzione del mezzo andranno confinate in aree ed itinerari riservati e dedicati.

Gli itinerari troppo ripidi e stretti che possono costituire pericolo o degrado incontrollato andranno interdetti a questa pratica e il divieto segnalato (sia sulle mappe che sul terreno). Per gli altri itinerari dove larghezza del tracciato e pendenza consentono la condivisione tra bikers ed altri utenti si dovrà promuovere un utilizzo condiviso e rispettoso del territorio e degli altri, tramite specifica cartellonistica, ed in particolari situazioni potrà essere utile ridurre la velocità attraverso elementi dissuasori.

Arrampicata: per le aree attrezzate nel contesto del progetto di sviluppo sarà necessario regolamentare l'apertura di nuove linee di arrampicata non autorizzate dall'ente responsabile. Questo per evitare che vengano attrezzate linee non conformi ai requisiti di sicurezza (materiale e posizionamento non idoneo, utilizzo di aree non controllate e bonificate).

Parcheggio ed accesso: problematica comune a tutte le attività, sarà necessario individuare in fase di progettazione le aree dove sia necessario interdire l'accesso ed il parcheggio. È questa una delle principali fonti di attrito con la popolazione locale, anche se i numeri contenuti della fase iniziale limiteranno i problemi. Pare opportuno quindi intervenire in fase iniziale definendo le aree da adibire a parcheggio e gli accessi esclusivamente pedonali.

Costruzione di un sistema ricettivo e di servizi funzionale all'outdoor

L'appassionato di attività outdoor, anche se non cerca lusso e formalismi, è in realtà un ospite esigente, che richiede attenzione e conoscenze specifiche da parte degli operatori turistici.

Predilige strutture senza orari troppo rigidi, che possano essere tarati ed adattati ai ritmi della giornata sportiva, per questo preferisce per lo più le piccole unità, dove poter "trattare" sugli orari, alle grandi strutture standardizzate.

L'autonomia e la libertà sono spesso le motivazioni che lo portano a preferire la formula campeggio o B&B all'albergo.

Nel valutare il rapporto qualità/prezzo, la componente servizi e strutture per lo sport assume un peso fondamentale.

A fare la differenza sarà un mix di elementi materiali ed immateriali:

- personale non solo preparato a soddisfare le esigenze e le richieste, ma soprattutto che comprenda e si faccia coinvolgere dalla passione, pronto e felice di condividere le eccellenze di un territorio che è diventata la casa di ambedue.
- personale che conosce il vocabolario dell'outdoor anche nelle diverse lingue
- personale che sa consigliare le migliori opportunità outdoor in funzione dell'ospite
- materiale informativo cartaceo e digitale a disposizione con proposte mirate
- bollettino meteo locale
- angolo lettura e relax con riviste specializzate dedicate
- colazione a buffet con pane anche integrale, latte e yogurt, uova insaccati e formaggi, frutta fresca, muesli, miele e marmellate, meglio se con prodotti freschi e del posto
- possibilità di confezionare sacchetto ristoro per pranzo al sacco
- possibilità di buffet pomeridiano in alternativa al pranzo per chi rientra dall'attività
- sala lavanderia dove lavare ed asciugare l'abbigliamento tecnico sportivo
- area per lavaggio attrezzatura (bicicletta, corde, scarponi)
- deposito attrezzatura con allarme e video sorvegliato
- punto ricarica e-bike
- collegamento con servizi per outdoor (nolo attrezzatura, guide, shuttle service)
- eventuale area fitness e/o climbing, sauna

La carta vincente per una destinazione di successo sta nel saper creare un'atmosfera outdoor H24, permettendo agli ospiti di massimizzare ogni momento della vacanza. Diventa così vitale la costruzione di una rete di servizi che sia in dialogo costante con loro e con le strutture ricettive, in grado di rispondere prontamente alle esigenze dell'ospite.

I servizi essenziali comprendono: info point, nolo attrezzature in particolare mountain bike / e-mtb con officina riparazioni, agenzia guide ed accompagnatori, shuttle service locale e da/ per aeroporti, negozio specializzato outdoor.

La loro sostenibilità sarà evidentemente funzione della crescita della presenze legate all'outdoor, nelle prime fasi saranno le attività ricettive a dovere sopperire con servizi accessori.

Sarà compito della DMO costruire questa rete promuovendo ed organizzando un club di prodotto delle strutture ricettive e di servizio sulla base di un disciplinare di qualità e fornendo consulenza alle strutture che vogliano strutturarsi per aderirvi.

Essere competitivo in questo contesto richiede una formazione dedicata:

- per chi vorrà investire ed avrà necessità di conoscere le reali esigenze dell'ospite per tarare la propria struttura
- per chi dovrà interagire con gli ospiti nelle strutture private come in quelle pubbliche, ricettive e di servizio per rispondere con precisione ai loro desideri ed alla richieste di informazione

La formazione dovrà contemplare non solo la conoscenza della Vacanza Attiva, e le peculiarità delle diverse attività, ma sarà importante prevedere momenti sul terreno che facciano "toccare con mano" e conoscere le proposte di eccellenza del territorio.

Importanti saranno momenti informativi rivolti a tutta la comunità locale: una comunità locale che partecipa ed apprezza lo sport outdoor e non lo vive come una entità separata, da sopportare ma incompresa, è una importante chiave per il successo del piano di sviluppo.

E' necessario strutturare un'offerta ricettiva che risponda alla domanda dello sportivo outdoor, diversamente il rischio è che aree limitrofe meglio attrezzate nei confronti del turismo outdoor

godano degli investimenti fatti in termini di infrastrutture.

L'offerta alberghiera ed extra alberghiera, almeno lungo la costa di Maratea appare in genere sufficiente, tenuto in conto che l'obbiettivo non è l'aumento delle presenze nella stagione estiva, ma l'ampliamento della stagione turistica a periodi in cui il tasso di occupazione è decisamente basso, è tuttavia limitata la presenza di strutture tipo campeggio/villaggio particolarmente gettonate dagli appassionati dell'outdoor.

Se è vero che questa tipologia di struttura crescerà in rapporto dialettico con lo sviluppo del turismo outdoor, è altrettanto vero che la sua assenza potrebbe condizionarne la crescita, pertanto l'insediamento di strutture ricettive di questo tipo dovrà essere stimolato.

Un'opzione in questa direzione potrà essere la creazione di uno o più Outdoor Hub della Valle del Noce, dove poter trovare formule soggiorno in villaggio/campeggio, centri servizi ed animazione per l'Outdoor.

Outdoor hub valle del noce

(vedi allegati mappa OUTDOOR HUB E PUNTI DI AGGREGAZIONE)

Oltre a quelli precedentemente descritti - Rif. Italia, Ex Stazione Lauria, Macarro e Brefaro a Maratea, altre due location presentano le caratteristiche per strutturare un Outdoor Hub nella parte centrale della Valle del Noce.

Tra le attività imprenditoriali con cui abbiamo potuto confrontarci nella elaborazione del piano riveste interesse l'idea-progetto del Parco Arena ValNoce in località Campo di Monaco, nel Comune di Rivello.

La sua localizzazione lungo la SS 585 Fondo Valle del Noce, nei pressi dello svincolo per Nemoli, ne fa oltre che l'ideale ingresso nord del ST Valle del Noce, anche un perfetto hub dove trovare tutti i servizi per vivere lo sport outdoor.

Tuttavia il format con cui è attualmente proposto non sembra essere in grado di essere un attrattore per il turista dell'outdoor, è necessaria una rivisitazione del progetto.

Alcune delle strutture ipotizzate, pista pattinaggio, calcetto saponato, appaiono come la ripetizione di cliché di divertimento balneari che poco hanno a che fare con lo sport nella natura, al contrario altre attività e strutture previste, store e ristorante collegati con il centro della dieta Mediterranea di Rivello e con l'azienda agri-pastorale presente nell'area, campeggio e sosta camper, si sposano perfettamente con una proposta di vacanza attiva e di benessere.

Queste ultime andrebbero integrate con altri servizi e strutture più in linea con la richiesta del nuovo turismo sportivo: strutture ed attività da vivere all'interno del parco stesso (esempio percorso sensoriale) ma soprattutto all'esterno (base per le attività di canyoning, river trekkking, hydro speed sul fiume Noce, punto nolo mtb e servizio guide e shuttle per escursioni).

Come testimoniato dalla esperienza di Area 47, descritta tra i case studies, una fetta importante del fatturato di strutture di questo tipo deriva dal fornire servizi ad attività esterne, da attività ricettive e di ristorazione rivolte agli appassionati dell'outdoor.

La seconda area vocata ad ospitare un Outdoor Hub, si trova nei pressi dello svincolo della nuova bretella Fondo Valle del Noce/ Lauria, ai piedi del viadotto della bretella in loc. Fornaci, lungo il corso del Noce. L'area richiama anche paesaggisticamente la location di Area 47, il Centro per lo Sport Outdoor in Tirolo, descritto tra i case studies, con il fiume e le vaste area prative ai piedi del viadotto, nell'ansa del Noce tra la Serra Pollino ed il monte Messina.

Anche in questo caso è la localizzazione il vero punto di forza, la vicinanza al nuovo svincolo della bretella Lauria/Fondo Valle del Noce rende in breve accessibili l'autostrada SA-RC, ma anche la Strada provinciale per Castelluccio ed il Parco del Pollino e la Costa di Maratea. Potrebbe così diventare riferimento non solo per tutto il Sistema Turistico della Valle del Noce ma per una area ben più vasta che include, oltre ad uno dei più bei tratti di costa italiana, tre parchi nazionali: hub di uno dei più vasti "terreni di gioco" per gli amanti dello sport nelle natura, aperto tutto l'anno.

La proposta che segue non va oltre il livello di forte suggestione: verificarne la fattibilità sotto i vari aspetti, da quelli economico finanziari, a quelli tecnici ed amministrativi, richiede uno studio che va oltre il presente piano di sviluppo, è un'opera che dovrà vedere sinergie forti tra pubblico e privato.

L'area giace nel Comune di Lauria, lungo il confine con il Comune di Trecchina, ed include le particelle catastali 160/161/345/532/276/277 Fg 113, suddivise in due diverse comproprietà, e le particelle 592/593/594/595/598/599 Fg 135, suddivise tra due proprietari.

Prendendo spunto da quanto realizzato in Tirolo l'idea è anche in questo caso di dare vita ad punto di riferimento ed aggregazione per tanti appassionati che qui potrebbero trovare tutti i servizi per decine di diverse attività sia all'interno del parco che nel vasto territorio di cui è centro, per passare dall'arrampicata sulle scogliere di Maratea, alle discese in MTB del Sirino, al Rafting lungo le gole del Mercure/Lao e del Noce, alle escursioni naturalistiche nel Pollino, al Trekking con gli asini tra sulle Serre del Parco dell'Appenino Lucano.

L'area con i suoi ampi spazi è ideale per ospitare strutture ricettive extra-alberghiere nel verde, ma anche attività sportive outdoor: parco avventura, parete di arrampicata artificiale, campo scuola canoa sul Noce, piste MTB e running.

La vicinanza alla A3 ne farebbe una ideale tappa per le migliaia di appassionati che ogni anno la percorrono verso sud, non solo una opportunità di incrementare le entrate ma anche un'occasione per intercettarli e fare scoprire un territorio che forse avrebbero solo attraversato.

Costituirebbe un'offerta di grande appeal per i tanti appassionati del Nord e centro Europa che atterrati a Napoli Capodichino potrebbero trovare i transfer per l'Outdoor Hub Valle del Noce dove avranno a disposizione quanto serve per la vacanza attiva dalla ospitalità e ristorazione, non in competizione ma ad integrazione della ricettività esistente, alle attività di animazione e ludico sportive all'interno del parco, ai servizi di nolo attrezzature, guida ed accompagnamento outdoor.

Le due location sono a qualche chilometro una dall'altra e, pur con caratteristiche diverse, offrirebbero identici servizi, si configurano quindi come realtà alternative.

Target e mercati di riferimento

Nella sezione dedicata all'analisi del fenomeno Outdoor abbiamo evidenziato la profonda mutazione che queste attività hanno subito negli ultimi dieci anni.

Tuttavia la percezione di questo profondo cambiamento non è ancora maturata nella maggior parte degli operatori del settore, tanto meno in chi si affaccia ora al business del turismo outdoor, ancora schiavo di una immagine costruita dai media che relega spesso queste attività tra gli sport di nicchia appannaggio di limitati gruppi di appassionati, super allenati e amanti del rischio.

Questa carenza può dimostrarsi una grande opportunità per chi invece, compresi i nuovi mercati che il mondo dell'outdoor esprime, riuscirà a farli propri.

Spesso l'offerta viene tarata sugli input trasmessi dai media specializzati, che rispondono ad altre dinamiche, o dagli appassionati locali più rappresentativi e quindi di alto livello, che orientano le proposte in funzione della propria esperienza.

Si rischia in questo modo di costruire una offerta sbilanciata verso un target di livello medio alto, che fa certo parlare di se, ma che esprime numeri limitati.

Un esempio illuminante è dato dalla distribuzione dei climbers in base alla loro capacità.

La scelta è caduta sui climbers perché più facili da "contare" grazie alla diffusione delle palestre artificiali con accesso a pagamento, ma la cui distribuzione percentuale può essere presa come tendenza per il resto del mondo outdoor.

Su 5 milioni di arrampicatori regolarmente attivi in Europa il 70% arrampica su difficoltà medio/basse, il 25% su difficoltà medio/alte, il 5% sulla alta difficoltà. L'indagine è stata condotta analizzando la tipologia di itinerari allestiti nelle principali sale di arrampicata in Germania ed intervistando i gestori di una decina di grandi sale tra nord Italia, Austria, Svizzera e Germania, che assommano ad oltre 800.000 ingressi annuali.

Foto: Giampaolo Calzà

I dati riportati individuano nello sportivo di capacità medio/bassa il gruppo numericamente più interessante. È un pubblico peraltro meno incline a subire e seguire le mode, che vedono i più agonisti correre da uno "spot " all'altro alla ricerca di quello più alla moda, più facilmente fidelizzabile e più incline a spendere anche in altri settori (agro alimentare, ristorazione, servizi di accompagnamento).

Andando ancor più nel dettaglio famiglie e active senior si presentano come i settori più promettenti. Se prendiamo a riferimento la distribuzione dei soci del Deutscher Alpenverein, che offre uno spaccato abbastanza preciso del mondo outdoor, almeno per i paesi centro e nord europei, vediamo come i soci con età compresa tra 25 e 60 anni, che normalmente trascorrono le vacanze con la famiglia, siano oltre il 50% e gli over 60 quasi il 20%, coprendo assieme oltre il 70% dell'intera domanda.

Ambedue i target esprimono una buona capacità di spesa oltre a mostrarsi più interessati alle altre opportunità offerte dal territorio - anche in termini di spesa - delle fasce più giovani focalizzate invece sulla sola attività sportiva.

Famiglie ed over 60 - almeno con riferimento i mercati di lingua tedesca - rappresentano inoltre un mercato di eccellenza per la destagionalizzazione.

Le vacanze preferite dalle famiglie tedesche si situano nel periodo Aprile/Giugno e primo autunno, periodi in cui quasi tutti i land prevedono vacanze scolastiche tra 6 e 15 giorni.

Le famiglie inoltre preferiscono soggiorni più lunghi alzando la

media delle presenze e spesso si muovono in più nuclei di amici, ritornando più anni se incontrano un territorio che si adatta alle loro esigenze.

Quello sulle famiglie è un investimento a lungo termine: la fidelizzazione ad un destinazione turistica, quasi fosse "**ereditaria**", spesso si tramanda dai genitori ai figli.

Una destinazione Outdoor Family deve fare uno sforzo in più sia nella implementazione di strutture e servizi che nella accoglienza.

Il Trentino ha adottato un disciplinare per enti, strutture e servizi che offrono servizi per la famiglia individuate da un apposito marchio: anche alcune strutture per outdoor - falesie e sentieri sono tarate e realizzate in funzione delle famiglie con figli piccoli - sono indentificate con un apposito logo.

La terza età attiva è un fenomeno estremamente interessante emerso con forza negli ultimi anni: l'aumento importante della aspettativa di vita, una generazione che gode ancora appieno dei benefici del welfare, stili di vita più salutisti, accresciuta facilità ed economicità dei viaggi aerei e ferroviari, creano un mix ideale per fare degli "**active senior**" una grande opportunità per il turismo outdoor.

E' una opportunità ancora poco percepita, anche se sarebbe sufficiente una passeggiata nei mesi autunnali sui sentieri del Tirolo per contare le "teste bianche ", o assistere allo "sbarco" di interi pullman di over 70 con bicicletta al seguito sulle sponde del Garda nelle belle giornate di novembre, o visitare in una mattinata invernale una Sala di Arrampicata in Germania dove a farla da padroni sono i climbers pensionati.

La Costa di Maratea, come tutto il nostro sud, ha una carta unica da giocare, il grande appeal che il sole mediterraneo e l'italian life style hanno sui popoli del Centro/Nord Europa.

Per anni le nostre riviere sono state il ritiro invernale dei pensionati agiati del nord, che ormai però scelgono mete più esotiche per il loro ritiro invernale.

Queste mete tuttavia propongono una offerta standardizzata su sole/spiaggia e relax spesso tra le mura di un resort, che non rispondono alle esigenze di anziani ancora attivi e con voglia di esplorare.

C'è dunque l'opportunità di rilanciare la vacanza autunnale ed invernale in una nuova veste con pacchetti studiati per gli over 60 attivi e soprattutto di conquistare una posizione di primo piano, visto che i competitors non sembrano avere tutti compreso l'occasione.

Se over 60 e famiglie sono i target che offrono le maggiori opportunità di sviluppo soprattutto per quanto concerne la vacanza di media durata e la destagionalizzazione, non si può tralasciare il settore dei giovani sportivi trai 20 ed i 35 anni che comunque rappresentano il 25/30% del totale, ovvero 20/30 milioni di appassionati a livello europeo.

Questo target ha l'indubbio vantaggio di essere più facilmente raggiungibile dalla comunicazione, attraverso le riviste specializzate cartacee o online, più sensibile al tam tam ed alle mode.

Tuttavia è meno fidelizzabile, meno disposto a spendere e meno interessato ad attività diverse dalla passione sportiva.

E' già stato evidenziato come siano i paesi di lingua tedesca il più importante bacino di turisti sportivi in Europa sia numericamente che per la propensione a muoversi alla scoperta di nuovi territori e soprattutto per l'attenzione che hanno per le località del mediterraneo: si stimano tra Germania/Austria e Svizzera almeno 25 milioni di potenziali turisti outdoor.

Francia e Regno Unito, mercati dove Maratea è già presente con l'offerta balneare (ambedue con oltre il 20% delle presenze dichiarate dalle strutture ricettive) possono rappresentare importanti bacini con circa 15 milioni di praticanti ciascuno.

Mentre la Francia esaurisce al suo interno, o al massimo verso la Spagna, il movimento turistico outdoor, il Regno Unito è certamente più promettente, considerato l'elevato numero di praticanti (>15 mln), l'appeal del mediterraneo e la notorietà già acquisita da Maratea sul mercato UK.

Altri mercati in crescita che stanno dimostrando vitalità nel settore dell'outdoor, con numeri assoluti lontani dalla Germania ma con forti trend positivi, sono quelli dell'est Europa, in particolare Polonia e Rep. Ceca, ed i Paesi Bassi.

Il maggiori bacini nazionali di appassionati di sport outdoor sono concentrati al nord, Lombardia 28%, Piemonte 18%, Trentino Alto Adige 10%, Veneto 17%, Emilia e Friuli 5%, Liguria 5%, le regioni del centro rappresentano poco più del 12%, il sud e le isole il 5%.

Tuttavia negli ultimi anni il trend di crescita generale delle attività sportive nella natura ha coinvolto anche centro e sud. I grandi centri urbani - Roma e Napoli in primis - sono diventati interessanti riferimenti, come possiamo evincere dal successo che riscuotono gli impianti ed eventi dedicati all'outdoor, creando le condizioni per puntare anche su un movimento turistico di prossimità.

Strategia di comunicazione per il posizionamento della destinazione sul mercato outdoor

La strategia di comunicazione del nuovo sistema turistico verrà elaborata in un apposito piano di marketing, previsto per una fase successiva del progetto, ma si ritiene opportuno tracciare fin da ora le linee per lo specifico segmento outdoor.

Il turismo outdoor è un fenomeno relativamente recente ed in forte mutazione, con profilo degli utenti in continua evoluzione, caratterizzato dall'entrata sul mercato di nuovi soggetti sia da parte della domanda che dell'offerta.

Pur con alcuni tratti comuni, è un mondo che esprime approcci estremamente variegati in funzione dell'età e del livello di pratica, dell'attività, del paese di provenienza, a cui comunicazione e promozione dovranno adattarsi.

Tratti comuni sono attenzione all'ambiente ed alla sostenibilità, richiesta di grande attenzione alle esigenze del proprio sport, ricerca di formule vacanza non standardizzate ed esperienze "vere", elementi che hanno limitato finora il peso dei grandi T.O., almeno per la vacanza in Europa.

Da una recente (2015) indagine effettuata dall'osservatorio del turismo della Provincia di Trento tra i turisti outdoor la quota di prenotazioni effettuata tramite T.O. è decisamente bassa, poco più del 10%, mentre è preponderante il contatto diretto via telefono o on-line.

Tuttavia un numero ben maggiore - oltre il 25% - dichiara nella stessa indagine di essere in vacanza con un gruppo organizzato. Questa apparente distonia di dati è probabilmente ascrivibile al ruolo che hanno nel mondo del turismo outdoor le associazioni di appassionati. Associazioni che spesso sono momento di aggregazione ed organizzazione anche nel momento della vacanza, facendo le veci dei Tour Operator.

Questo avviene molto di frequente nei paesi di lingua tedesca tanto che il Deutscher Alpenverein ha una propria agenzia di viaggi a servizio dei soci.

Le Associazioni diventano così un canale di comunicazione estremamente mirato.

Proprio in virtù della loro specializzazione richiedono tuttavia grande professionalità nell'approccio, standard qualitativi di eccellenza e conoscenza del prodotto.

Con la "popolarizzazione" dello sport outdoor avvenuta negli ultimi quindici anni, T.O. specializzati o rami specializzati dei grandi T.O. generalisti hanno cominciato ad interessarsi al settore, tuttavia quanto per ora si trova sul web è spesso la mera riproposizione di una decina di classiche destinazioni, tra Dolomiti, Garda, Costiera Amalfitana, Toscana.

Stiamo parlando in ogni caso di un utente finale estremamente attento nella scelta delle destinazione sia che operi in autonomia e sia che si affidi ad un intermediario. Per quasi tutti la vacanza inizia sul web ben prima della partenza ed è per tanto fondamentale costruire l'immagine outdoor della destinazione nella percezione della comunità degli appassionati.

E' evidente che sarà necessario investire per accelerare il processo, allineandosi alle storiche destinazioni che hanno costruito il loro nome in anni di lavoro ed investimenti.

Si dovrà tuttavia evitare di forzare i tempi, vendendo sulla carta, perché siamo di fronte ad un pubblico esperto, per il quale la reputazione di una destinazione è essenziale. Outdoor è ormai una parola d'ordine generalizzata in tutti i progetti di sviluppo turistico, ma spesso vi è ancora poco di veramente strutturato ed organizzato.

E' necessario fin da subito realizzare uno stock minimo di siti di

Foto: Fabio Limongi

pratica con elevata qualità, rete sentieristica, pareti attrezzate, percorsi mtb, che possano distinguere il ST Valle del Noce nel grande panorama di "eccellenze ambientali" che la nostra penisola può vantare.

Lo stesso piano di sviluppo può diventare motivo di comunicazione ma proprio per questo dovrà dare segno immediato di concretezza.

Il processo di costruzione dell'immagine potrà seguire sia i canali mediati che diretti: i primi attraverso l'azione di opinion makers, i secondi interagendo direttamente con l'utente.

Per una destinazione nuova sul mercato dell'outdoor tuttavia l'attestazione degli opinion makers è un'importante garanzia nei confronti di un utente sommerso nel mare della comunicazione diretta della rete social.

In prima battuta sarà necessario conquistare l'attenzione degli opinion makers della community coinvolgendoli poi nel processo di comunicazione.

Lo strumento più immediato e diretto sarà un educational tour rivolto ad un gruppo scelto di soggetti - giornalisti specializzati della stampa e del web, blogger, responsabili delle grandi associazioni - da condurre alla scoperta del territorio del ST Valle del Noce e della sua offerta outdoor : quattro giorni di full immersion nella proposta outdoor del ST Valle del Noce da trasformare poi in un racconto.

L'Educational non potrà rimanere un'iniziativa una tantum ma dovrà essere sostenuto nel tempo perché la Valle del Noce possa essere riconosciuto come destinazione di eccellenza attraverso un'importante e continua campagna mediatica ed il tam tam dei social.

Questa azione potrà essere affiancata o integrata attraverso workshop dedicati ai T.O. specializzati, per iniziare un

posizionamento su queste piattaforme. Da tenere in conto che questi operatori tendono a concentrare l'offerta così da raggiungere una massa critica in un mercato che, alla loro scala, non esprime ancora grandi numeri. Bisogna così battere la concorrenza di realtà più blasonate e quindi sarà prima necessario costruire un prodotto che possa effettivamente distinguersi.

La costruzione di una immagine forte e positiva potrà avvalersi ed essere rafforzata dall'associazione del brand "Valle del Noce" a testimonial riconosciuti nelle tre più importanti attività (trekking/bike/climbing) che confermino l'eccellenza del territorio agli occhi della community degli appassionati.

Un'altra strada da esplorare, per rafforzare l'associazione Valle del Noce/Outdoor, passa attraverso operazioni di co-marketing con aziende riconosciute del settore abbigliamento/attrezzatura specializzata. Diventare location per foto shooting destinati a cataloghi, promo video, azioni promozionali web e cartacee, aggiunge, all'opportunità di mostrare le eccellenze del territorio, l'attestazione di qualità indotta dall'associazione con un brand già riconosciuto.

Costruire un rapporto di partnership con le grandi associazioni di riferimento diventa una mossa essenziale: da un lato permette in modo più immediato, e con minor dispersione di energie e risorse di innescare flussi turistici, dall'altro di avviare più velocemente l'effetto passa parola, che in comunità omogenee e strutturate è più semplice e veloce.

Sarà importante fin da subito interagire con i nostri ospiti tramite la rete social: nelle tre fasi pre, durante e post vacanza, saranno loro i migliori testimonial e promoter.

E' importante il ruolo che nella DMO avrà la struttura dedicata alla interazione social, e dovrà essere una struttura con sufficiente conoscenze dello sport outdoor per dialogare alla pari con gli ospiti, per mantenere alta l'attenzione e sapere quali emozioni sollecitare.

Identiche considerazioni sono da estendere all'intera struttura che si occuperà della promozione e delle campagne stampa riferite all'outdoor.

Uffici stampa troppo generalisti spesso non parlano lo stesso linguaggio degli appassionati con il rischio, non solo di non coinvolgere, ma peggio di creare danni di immagine con una comunicazione errata.

Gli eventi rivestono un ruolo importante nella promozione anche in questo contesto. Sono da sempre l'azione che più concretamente da visibilità e riconoscimento al lavoro svolto e costituisce un'occasione per fare toccare con mano quanto si ha da offrire, oltre che fornire ai media "la scusa" per parlarne.

Un evento può assolvere a due azioni fondamentali:

- generare flussi turistici immediati, trasformandosi in un prodotto turistico in sè
- generare flussi a medio/lungo termine agendo da elemento di promozione.

Tuttavia il mondo dello sport ed outdoor negli ultimi quindici anni ha visto un'inflazione di eventi.

Maratone, corse in montagna, raduni di arrampicata, competizioni e pedalate non competitive, si succedono senza soluzione di continuità durante tutto l'anno, in ogni angolo della penisola, rendendo difficile non solo emergere ma anche solo uscire dai confini delle regioni di prossimità.

Il cammino per costruire un evento di successo è sempre più oneroso e richiede una programmazione a medio termine.

Elemento fondamentale per dare continuità all'azione promozionale saranno eventi che sposino le vocazioni turistiche del territorio, non una tantum slegate dall'esperienza che l'appassionato può trovare durante il resto dell'anno.

L'evento dovrà avere la capacità di catturare l'attenzione dei media ed essere così una ribalta per il territorio ed avere un forte impatto emozionale sugli appassionati facendo in modo che ne associno l'immagine al territorio.

In questa direzione dovrà focalizzare l'attenzione su un elemento del territorio di forte impatto che faciliti anche visivamente l'associazione, suscitando al contempo nel pubblico la voglia di provare le stesse emozioni.

Nell'individuare il format si deve tenere presente che, se è vero che molti utenti hanno un approccio multi-sport, è anche vero che il termine outdoor è utilizzato solo dagli addetti ai lavori ed è difficile coinvolgere gli appassionati attraverso una comunicazione troppo generalista.

Ripetute esperienze negative, anche se sostenute da importanti disponibilità economiche, hanno dimostrato che una comunicazione troppo orizzontale non paga. Serve un elemento forte di comunicazione verticale, un leit motiv potente attorno a cui costruire l'evento, attorno a cui poi agganciare attività diverse e complementari.

Competizioni di mountainbike e running sono quelle che creano le migliori opportunità per mostrare l'intero territorio, tuttavia l'inflazione di eventi di questo tipo rende necessario individuare proposte di grande forza per catturare l'attenzione di media ed atleti.

Una competizione di triathlon off road permetterebbe di costruire un evento di forte impatto mediatico attorno ai tre elementi ambientali che caratterizzano la caratterizzano, Monte Sirino, Valle del Noce, Costa di Maratea: mare/monti/fiume.

Elementi che diventano così il campo di gioco per una successione di prove di nuoto, mountain bike e trail running.

Il traguardo in cima del Monte San Biagio ci permetterebbe di associarlo all'elemento più iconografico del Sistema Turistico.

Attorno all'evento principale, riservato ad atleti di alto livello ed il cui obbiettivo sarà l'attenzione dei media, andranno organizzati eventi collaterali dedicati agli amatori - marce e pedalate non

competitive - con l'obbiettivo di generare presenze immediate, ma soprattutto di promuovere lo spazio outdoor della Valle del Noce tramite l'esperienza diretta.

Si deve tenere presente che si tratta di eventi complessi che per essere realizzati hanno bisogno di una preparazione annuale, di confronto con le Federazioni di riferimento, di importanti risorse umane che oltre ai professionisti del settore devono vedere la partecipazione coordinata delle associazioni di volontariato, oltre che di un importante budget da mantenere su più anni - da tre a cinque - che permetta di consolidarne l'immagine.

Durante l'anno eventi minori potranno affiancare quello principale interessando le altre discipline, in particolare l'arrampicata, il parapendio: manifestazioni che vedano la partecipazione diretta degli appassionati - meeting, esibizioni di top climbers - e che potranno diventare momenti di promozione diretta verso questi settori contribuendo alla costruzione dell'immagine outdoor soprattutto verso i bacini di prossimità.

Riassumendo, la strategia di comunicazione si articolerà nei seguenti momenti:

- realizzazione sezione dedicata all'outdoor all'interno del portale della destinazione
- educational tour per opinion makers da ripetere annualmente seguendo le tappe dell'implementazione del progetto di sviluppo
- workshop per tour operator specializzati
- campagna promozionale sui media di riferimento con operazioni di co-marketing affiancando ai classici banner report redazionali
- partnership con le associazioni di riferimento degli appassionati
- campagna social
- costruzione della community social
- associazione con testimonial
- organizzazione di eventi

Foto: Fabio Limongi

L'informazione come fattore strategico

Una precisa, ampia e completa informazione è una delle chiavi di successo delle destinazioni outdoor.

L'informazione si articolerà su due livelli: in sito tramite informazione diretta e stampati, ed in remoto sia stampata che on-line.

Tra le informazioni di remoto oltre alle classiche guide e mappe stampate assumono sempre più importanza le informazioni digitalizzate.

Che si tratti escursioni in mtb o a piedi, vie ferrate o arrampicate, in rete è ormai presente un enorme database di informazioni digitalizzate a cui gli appassionati attingono. Per la maggior parte si tratta di informazioni (road book, tracce digitali, caricate dagli stessi praticanti che, pur interessanti per la mole di informazioni a cui si può accedere per tutto il globo e anche per località a volte sconosciute, hanno il forte limite di non essere controllate. La costruzione e messa a disposizione degli utenti di un database di informazioni digitali dei siti ed itinerari dell'outdoor nel ST Valle del Noce è un elemento essenziale del portale web della destinazione.

Un errore in cui si si può incorrere è la saturazione di contenuti degli strumenti di informazione, per mostrare una destinazione ricca di opportunità si rischia di rendere illeggibile lo strumento. Questo crea nel nostro ospite la tipica confusione con cui ci si confronta di fronte ad un bazar di merci di cui non abbiamo le capacità di discernere quelle a noi adatte. Le informazioni sia cartacee che digitali, dovranno essere strutturate e gerarchizzate per attività e caratteristiche (difficoltà, bellezza...) ma si dovrà già operare una scelta che offra all'ospite una lettura facile e funzionale degli itinerari effettivamente fruibili durante la vacanza.

Le informazioni non avranno il mero scopo di accompagnare l'ospite in loco, ma di prefigurare l'esperienza che andrà a vivere.

La maggior parte degli appassionati di outdoor è avvezza ad usare strumenti di mappatura e geolocalizzazione digitale per pianificare le loro escursioni ma anche per viverle in anteprima, per tanto si dovrà superare la mera immagine statica della mappa con sovrapposti gli itinerari ma predisporre strumenti interattivi, mappe 3D con possibilità di visualizzare i soli itinerari e livelli di interesse, attivabili con tutte le informazioni (dislivelli, lunghezza, tipologia percorso, punti di interesse) ed immagini dei punti salienti.

Sul territorio l'informazione sarà materializzata attraverso cartellonistica (bacheche con mappe ed informazioni nei punti salienti) e segnaletica lungo i percorsi, con la doppia funzione di condurre gli ospiti lungo i percorsi prescelti ma allo stesso tempo promozionale mostrando la vocazione outdoor del territorio.

E' essenziale la presenza sul terreno di operatori specializzati (da formare) presso gli info points, ma sarà allo stesso modo importante che la popolazione stessa e gli operatori di ricettivo e servizi siano in grado di soddisfare le domande più basilari, creando quella atmosfera di compartecipazione che abbiamo visto essere una delle chiavi del successo.

L'informazione sia digitale che stampata avrà anche la già ricordata funzione di "disclaimer" informando sui rischi connessi alle diverse attività outdoor, specificando norme di sicurezza da rispettare ed eventuali limiti di pratica, come altresì il rischio residuale che il praticante assume praticando queste attività sportive.

Crescita di iniziative imprenditoriali e professionali

La marginalità dei flussi turistici legati allo sport outdoor nella Valle del Noce non ha fino ad ora determinato lo sviluppo di una struttura imprenditoriale di servizi ad essi collegata. E' questa evidentemente una criticità da superare per lo sviluppo della proposta outdoor ma allo stesso tempo offre grandi opportunità di crescita sia per le poche attività esistenti sia per nuove imprese. Come già visto nella parte 1 - analisi delle risorse esistenti - sul territorio sono già presenti alcune attività di servizio per gli sport outdoor che seppur ancora marginali per addetti e fatturato, sono sintomo di vitalità ed interesse del tessuto socio-economico verso questa prospettiva di sviluppo turistico.

Sulla base dell'esperienza delle destinazioni di riferimento nel settore sono quattro i principali filoni su cui poggia l'economia turistica della Vacanza Attiva: ricettivo, ristorazione, commerciale e servizi.

Il ricettivo potrà veder la nascita di attività specializzate leggere, bed & breakfast, agriturismi ed

agri-campeggi, albergo diffuso, case vacanza che valorizzano il patrimonio immobiliare esistente e, pur con investimenti limitati, possono posizionarsi sul mercato grazie ad una serie di strutture e servizi espressamente dedicati a questo settore.

Lo sviluppo di una offerta alternativa al balneare che sposti l'attenzione verso l'entroterra determinerà le condizioni per la nascita di nuove strutture ricettive nelle aree interne sprovviste, mentre nell'area della costa l'allungamento della stagione creerà i presupposti per una minore stagionalità degli impieghi ma anche la necessità di figure professionali dedicate.

In realtà mature abbiamo visto che questi nuovi flussi turistici creano anche i presupposti per la nascita di attività di ristorazione ed intrattenimento dedicate, spesso da parte di giovani appassionati locali, che grazie alla conoscenza e condivisione della medesima passione riescono a diventare riferimento per gli appassionati.

Le attività di servizio sono quelle che offrono le maggiori opportunità alla imprenditoria giovanile, grazie anche al minore impegno economico per avviarle: guide, accompagnatori ed istruttori per attività sportive, servizi di nolo, servizi di navetta.

Le attività sportive che richiedono attrezzature e tecniche specialistiche, oltre che procedure di sicurezza, come arrampicata, vie ferrate, canyoning, canoa fluviale e parapendio, da sempre hanno visto la grande maggioranza dei neofiti affidarsi a guide ed istruttori esperti per la pratica, tuttavia anche per le pratiche più semplici, come escursionismo e ciclo escursionismo è ormai sempre più diffuso l'affidarsi alla guida per approfittare al massimo del tempo vacanza ma soprattutto per una conoscenza più approfondita e partecipata del territorio e delle sue eccellenze ambientali, storiche ed enogastronomiche.

Le professioni più tecniche richiedono specifica esperienza e quasi sempre l'ottenimento di una licenza di esercizio con iscrizione a collegi professionali.

La nascita di realtà imprenditoriali dall'esterno, in assenza di figure professionali locali, in una prima fase può essere un necessario acceleratore, ed essere esempio e volano per la crescita di figure professionali locali.

La diffusione della pratica degli sport outdoor tra i giovani del posto non solo contribuirà a combattere la vita sedentaria, a diffondere stili di vita più salutari e a creare consapevolezza delle opportunità del proprio territorio, ma permetterà loro di acquisire quelle conoscenze che in un immediato futuro potrà vederli protagonisti anche in queste attività.

Tutte le attività pianificate nel ST Valle del Noce offrono opportunità per attività di accompagnamento, tuttavia per alcune appaiono immediate ed estremamente interessanti:

- Vie Ferrate a Monte San Biagio. La vicinanza al centro abitato ad un attrattore di primo piano come la statua del Redentore, con un approccio alla portata di tutti ma che richiede attrezzature e tecniche di sicurezza specifiche, sono il terreno ideale per lo sviluppo di attività di accompagnamento.
- Canyoning e river trekking nell'area tra Nemoli/Lagonegro e Rivello. Una proposta per tutti che richiede attrezzature speciali e tecniche di sicurezza, anche in questo caso il mix ideale per la nascita di un' attività di accompagnamento.
- Volo parapendio tandem a Maratea, puntando sul fascino del volo alla portata di tutti.
- Equiturismo e Trekking someggiato.

Servizi di nolo

Nello sport outdoor si diffonde sempre di più l'uso del noleggio delle attrezzature. Questo risponde sia ad una pratica sporadica limitata al periodo di vacanza che non giustifica l'acquisto dell'attrezzatura, sia al diffondersi dei viaggi aerei o in treno dove il trasporto di attrezzatura pesante ed ingombrante risulta oneroso se non impossibile. Mountain-bike e sport d'acqua sono i settori più interessanti e tradizionali e non possono mancare in nessuna stazione turistica outdoor, tuttavia anche per le attrezzature da arrampicata sta diffondendosi questa pratica, soprattutto per chi la pratica in modo amatoriale.

Grandi possibilità si aprono con il diffondersi della MTB a pedalata assistita, il costo del mezzo, la necessità di una buona manutenzione, la sua accessibilità anche a chi ne fa un uso sporadico, sono altrettanti motivi che orientano al nolo un gran numero di praticanti.

La possibilità offerta da alcune aziende di nolo professionale a lungo termine consente l'apertura di attività di noleggio al pubblico limitando l'investimento iniziale e garantendo attrezzature sempre all'avanguardia.

La MTB a pedalata assistita per la facilità di approccio, anche ai meno allenati, consente di avvicinare [illegible] persone alla prima esperienza che oltre al nolo del mezzo richiedono assistenza ed accompagnamento, diventando così un importante volano alla crescita di queste attività.

Servizi di navetta

In genere le attività outdoor richiedono di raggiungere luoghi di pratica lungo strade non facilmente percorribili nè segnalate, a volte in aree interdette al traffico privato perché all'interno di aree protette, spesso prevedono punti di partenza ed arrivo diversi. Con l'aumento del numero dei praticanti si cerca di stimolare l'utilizzo di mezzi collettivi per contenere il traffico in aree a volte sensibili, così che la nascita di servizi di shuttle diviene uno dei servizi essenziali oltre che remunerativi collegati allo sviluppo della vacanza attiva.

Nell'area ST Valle del Noce opportunità importanti sono offerte dalla MTB e dal Parapendio:

- risalita al Monte Sirino quale punto di partenza per discese in MTB fino alla costa
- risalita nelle aree attrezzate con percorsi gravity - Madonna del Soccorso, Serra Longa, Passo della Salvia, Serra del Tuono
- salita ai decolli di Serra Pollino, Serra Longa, Serra Castrocucco, Colle della Salvia e Serra del Tuono.

Le stesse attività di navetta troveranno ampie opportunità nello sviluppo di servizi di accesso alternativi o complementari alla mobilità pubblica: da e per aeroporti e stazioni ed all'interno dello stesso ST Valle del Noce; da e per le strutture ricettive ed i principali attrattori, o verso Parco del Pollino, Parco del Cilento, Matera, Dolomiti Lucane.

4 Turismo religioso proposta di sviluppo

Autori: Diego Albanese

Gli itinerari attuali e potenziali di turismo religioso e culturale della valle del noce

Le esigenze turistiche contemporanee si presentano diverse rispetto al passato, per cui l'offerta turistica deve essere in grado di soddisfare la ricerca di unicità e di senso. Le destinazioni, per essere competitive sul mercato, necessitano di effettuare il passaggio da «risorsa turistica» a «prodotto turistico», dove la risorsa rappresenta le potenzialità in termini turistici (edifici di pregio storico-artistico, tradizioni culturali, il paesaggio, ecc.), il prodotto è la risorsa resa fruibile (e acquistabile) per quanto concerne l'esplicitazione del senso.

La domanda turistica è sempre più orientata ad acquistare un prodotto integrato che sia al tempo stesso unico e strettamente legato al paesaggio, alla storia e alle tradizioni dei luoghi. Dall'analisi esplicitata nei capitoli precedenti è emerso quanto le "risorse turistiche" della Valle del Noce siano presenti e diffuse ovunque, quello che manca sono dei percorsi gradevoli, sicuri, segnalati e dotati di servizi per le varie tipologie di turisti. Questi itinerari pensati per collegare i siti nell'ambito dei singoli comuni, ed in modo trasversale le diverse aree della Valle del Noce, diventano la migliore occasione per integrare il turismo sostenibile e religioso/culturale con la conoscenza diffusa del territorio e la valorizzazione delle risorse locali.

La bontà degli itinerari, oltre al valore delle singole risorse, è data dal fatto che lungo il percorso è possibile fermarsi in qualunque punto, per godere uno scorcio, per studiare un edificio, per scattare una foto. E' perciò necessario realizzare e gestire itinerari sulla base di criteri condivisi di valutazione per la definizione della qualità dei percorsi e delle priorità di intervento, anche ai fini di un futuro miglioramento e distribuzione delle risorse.

Possiamo indicare quali criteri progettuali e requisiti di base per la realizzazione degli itinerari:

- Attribuzione di una gerarchia di importanza delle risorse, in base a notorietà e fruibilità;
- Creazione di una relazione tra le risorse, che non è automaticamente una "via" fisica ma può anche essere lasciata alla libera intuizione e fruizione;
- Analisi degli elementi di debolezza - necessità di intervento declinabili in progetti futuri.

In molti dei comuni della Valle del Noce, attraverso il lavoro effettuato negli anni da parte dei tanti soggetti impegnati a livello locale nella valorizzazione del territorio e intervistati nella fase di analisi, sono già stati sviluppati o proposti percorsi di visita di carattere religioso e culturale in grado di offrire ai turisti in maniera più o meno organizzata la possibilità di scoprire i borghi. L'analisi della notorietà delle risorse e la mappatura delle emergenze dei singoli comuni hanno consentito di individuare altri itinerari possibili in modo da garantire ovunque lo sviluppo di percorsi di visita.

Gli itinerari individuati sono stati verificati attraverso dei sopralluoghi di visita che hanno consentito di validare la reale valenza turistica e il livello di conservazione e fruibilità delle risorse. Se dal punto di vista dell'appeal turistico generale, in grado di suscitare interesse nei confronti della domanda turistica, non vi è nessun dubbio, le risorse che compongono i punti di interesse individuati lungo i percorsi evidenziano alcune criticità.

Lo stato di conservazione delle chiese e dei siti non sempre è ottimale, i segni del terremoto dei primi anni '80 sono in alcuni casi ancora ben evidenti limitando l'accesso ai luoghi ed in generale la ristrettezza economica degli ultimi anni non consente agli enti preposti di attivare il recupero e la conservazione adeguata delle opere custodite.

Il problema più comune risulta tuttavia la fruibilità delle risorse, infatti se escludiamo i Santuari che nei periodi estivi garantiscono un'apertura giornaliera, in tutti i comuni della Valle del Noce i siti religiosi hanno un accesso limitato garantito (per le chiese principali) solo in occasione della domanda "pastorale". Il turista solitamente bussa alla porta delle chiese negli orari in cui esse non sono aperte per funzioni religiose w. Ancor più problematico è l'accesso alle chiese solitamente "chiuse". I parroci evidenziano l'impossibilità di custodire i siti in quanto contengono oggetti di valore e negli anni sono stati oggetto a furti e ad atti vandalici. Tuttavia sostanzialmente tutti i sacerdoti dei comuni della Valle del Noce hanno evidenziato la possibilità di aprire le chiese in altri orari per consentire le visite guidate, anche grazie al supporto di fedeli che abitano nelle vicinanze e supportano nella custodia.

Una soluzione possibile, adottata in molte altre destinazioni, è sviluppare progetti che attraverso la formazione di studenti o volontari promuovano l'apertura e la valorizzazione dei siti in determinati periodi dell'anno. L'iniziativa è già stata realizzata nell'anno 2000 a Maratea, con il coinvolgimento della sede locale del Centro Operativo dei Beni Culturali che ha formato i "custodi" temporanei facendoli diventare ciceroni per un'estate delle principali risorse religiose.

Gli itinerari religiosi e culturali della Valle del Noce sono stati realizzati con l'obiettivo di sistematizzare le principali risorse presenti in ogni singolo comune, sviluppando dei circuiti di visita

dedicati in tutti e sei i paesi, mettendo in luce le risorse con maggiore appeal e garantire un livello adeguato di fruibilità turistica.

Si sono individuati:

- itinerari di "trekking urbano", percorsi che possiamo definire leggeri e adatti a tutti, che focalizzano l'attenzione sui centri storici adatti agli amanti della cultura e della storia locale.
- "Cammini", percorsi più impegnativi in cui al centro viene posta l'esperienza di fede ma anche più semplicemente la scoperta del paesaggio e un trekking in natura.

Gli itinerari individuati nell'ambito dei singoli comuni sono distinti in:

- "attuali", già definiti con sistemi di accompagnamento e visita a livello locale, fruibili turisticamente in maniera permanente o occasionale;
- "potenziali", ideati ex novo a partire dal censimento delle risorse e dalle iniziative in essere sui territori.

Con la suddetta progettualità la Valle del Noce potrà offrire ai turisti 11 diversi itinerari di visita di carattere religioso e culturale in grado di interessare un ampio target di domanda. Itinerari che possono essere utilizzati singolarmente per invitare i turisti a scoprire i singoli centri storici, consentendo di diversificare e arricchire la vacanza, o possono essere articolati in pacchetti di offerta completi alla scoperta religiosa e culturale della Valle del Noce.

I comuni della Valle del Noce, dal punto di vista storico e religioso, presentano alcune caratteristiche comuni di particolare interesse che possono andare a costituire il filo conduttore di un viaggio alla scoperta del territorio in maniera trasversale.

Lagonegro, Lauria e Trecchina sono accomunati dalla presenza dei **Santuari Mariani**, luoghi sacri dedicati a Maria madre di Gesù, mete di pellegrinaggi votivi da parte della popolazione locale in occasione di importanti manifestazioni religiose. A questi, per importanza liturgica, possiamo aggiungere la Basilica Pontificia di San Biagio di Maratea. La congiunzione di queste risorse dalla

ITINERARI STORICO/RELIGIOSI NEI COMUNI DELLA VALLE DEL NOCE

	Lagonegro	Lauria	Maratea	Nemoli	Rivello	Trecchina
Itinerari Attuali	Cammino al Santuario Madonna della Neve	Trekking Urbano Sartine del Borgo	Cammino al Monte San Biagio			Cammino al Santuario Madonna del Soccorso
		Trekking Urbano Sartine del Castello	Trekking Urbano Centro Storico			
		Piccolo Cammino di Santiago				
Itinerari Potenziali	Trekking Urbano Centro Storico			Trekking Urbano Centro Storico e Lago Sirino	Trekking Urbano Centro Storico	Trekking Urbano Centro Storico

particolare valenza religiosa costituisce non solo un interessante "cammino" di fede ma anche e soprattutto un viaggio alla scoperta dei panorami della Valle del Noce essendo le risorse collocate sulla sommità dei monti.

Altra opportunità è riconducibile ai **Conventi** che caratterizzano i comuni di Lagonegro, Lauria, Maratea e Rivello. Nel corso dei secoli i frati, appartenenti a vari ordini, hanno occupato il territorio della Valle del Noce realizzando imponenti edifici e diffondendo cultura e opere. Sono otto oggi i conventi che è possibile ammirare, due dei quali ancora attivi da parte dei Frati Minori (Convento di Sant'Antonio di Lauria e Convento di San Francesco di Lagonegro). La congiunzione di queste risorse consente di sviluppare un itinerario storico/religioso che attraversa tutti i comuni della Valle del Noce.

Tutti gli itinerari identificati sono stati mappati attraverso un rilievo GPS in grado di essere trasferito su una mappa web o riprodotto attraverso dei navigatori utili alla guida sul territorio. Le schede di dettaglio di seguito esposte non sono esaustive nella descrizione dei percorsi, dovranno essere oggetto di verifica ulteriore con i soggetti locali attivi nell'accompagnamento e visita.

Foto: Fabio Limongi

LAGONEGRO - CAMMINO AL SANTUARIO MADONNA DELLA NEVE

(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: Un pellegrinaggio che a partire dal centro abitato di Lagonegro prosegue lungo la SS 19 delle Calabrie, dalla cappella Madonna del Brusco si sale, superando la sorgente Acqua del Grillo, fino a giungere al Santuario della Madonna di Sirino. Un cammino spirituale dall'elevata valenza ambientale/naturalistica in particolare negli ultimi 5 km dalla cappella della Madonna del Brusco (1066 metri). Dopo un chilometro un tratturo conduce in un fitto bosco di faggi, a seguito di una salita di quasi due chilometri e mezzo si raggiunge un sentiero di pietre privo di alberi che conduce alla cappella di Maria Santissima della Neve, la nostra destinazione, a 1908 metri. Non è un percorso difficile ma è di certo faticoso perché si percorre tutto in salita e ci si impiegano quasi otto ore e mezza per andare e tornare; una volta raggiunta la cima però, lo spettacolo offerto riesce a ripagare l'escursionista di ogni sforzo. Dalla cappella, nota anche come "Madonna del Sirino", si ha una visione della Basilicata a trecentosessanta gradi: da un lato sarà possibile ammirare le cime montuose come il monte Papa (2005 m) e dall'altro l'incantevole spettacolo del mare che si specchia nel Golfo di Policastro.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa della SS. Trinità (centro storico di Lagonegro)
- Cappella della Madonna del Brusco
- Santuario della Madonna della Neve

Lunghezza/Tempo: 10 km - 4 h - 1.200mt dislivello (dalla Cappella della Madonna del Brusco 5 km)

Fonte: Sentiero 2 Mari (CAI)

Modalità di fruizione: a piedi, in bicicletta, a cavallo

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti del sentiero
- Miglioramento segnaletica direzionale sul territorio
- Pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Didascalie risorse all'interno dei siti

Note: il pellegrinaggio si svolge ogni anno: la 3ª domenica di Maggio si porta a spalla la statua della madonna della Neve dal paese al Santuario; la 3ª di Settembre si effettua il percorso inverso; il 4 e 5 Agosto si festeggia sul monte Sirino con breve processione e benedizione sui 4 versanti.

LAGONEGRO
TREKKING URBANO
CENTRO STORICO
(Itinerario turistico potenziale)

Descrizione: Un itinerario che dell'abitato odierno conduce al centro storico di Lagonegro, a partire dalla Chiesa Madre (SS Trinità) situata all'ingresso del paese si raggiunge la chiesa di San Nicola nel castello. Un percorso alla riscoperta della storia perduta di Lagonegro dove le Chiese che si incontreranno lungo il piacevole percorso erano spesso sedi di confraternite, talora molto importanti e potenti, in grado di narrare oggi numerose tradizioni e leggende legate al territorio. L'itinerario si caratterizza dal racconto in ordine alla presenza, un tempo, di ospedali per l'accoglienza dei pellegrini e dei viaggiatori (Cresci, San Pietro, SS. Trinità, San Giovanni ed altri). Lungo il percorso prima di raggiungere le mura nell'abitato si diramano numerosissime stradine che si irradiano in tutto il centro storico, costellato da chiesette e cappelle, alcune di gran valore come quella del Rosario. La Chiesa madre di S. Nicola, punto di arrivo del trekking urbano e sede del museo, fa da fulcro dell'area castello, interessante il nucleo medievale caratterizzato da vie ad andamento elicoidale, ripide scale e stretti passaggi.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa della SS. Trinità
- Chiesa del Crocifisso, già di San Sebastiano
- Chiesa di San Leonardo
- Chiesa di Sant'Anna
- Chiesa Madonna delle Grazie (e vicino Seggio)
- Chiesa della Candelora
- Chiesa del Rosario
- Chiesa Madonna dei SS Martiri
- Chiesa del Purgatorio
- Chiesa di San Nicola di Bari, IX sec
- Museo della Fabbrica di San Nicola

Lunghezza/Tempo: 3 km – 4 ore (da verificare)

Fonte/Guide: Nuovo itinerario sviluppato con il coordinamento dell'Associazione A Castagna Ra Critica

Modalità di fruizione: A piedi

Elementi di miglioramento:

- Area Castello con difficoltà di accessibilità
- Museo della fabbrica di Nicola (da completare nell'allestimento ed esposizione)
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

Note: Dalle mura del castello un breve percorso conduce alla grotta dove è stato ritrovato un affresco Micaelico.

LAURIA INFERIORE
TREKKING URBANO
SARTINE DEL BORGO
(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: L'itinerario tracciato lungo i vicoli e i quartieri storici del rione inferiore, detto tradizionalmente "Borgo", parte da Piazza del Popolo, sopra la quale è situata la chiesetta di S. Rocco. Si procede incontrando la chiesetta di S. Maria dei Suffragi, poi quella di S. Veneranda. Raggiungendo Piazza dell'Ammiraglio si arriva alla Chiesetta di S. Giovanni. Punto di notevole interesse per la comunità, e in prospettiva un attrattore e polo culturale, è Palazzo Marangoni, al centro di un progetto di musealizzazione ancora in itinere. Riscendendo, nella così detta "ciampa", o piazza S. Giacomo, dalla conformazione proprio a ferro di cavallo, la quale offre una terrazza con affaccio sulla vallata, altro punto panoramico del paese, si incontra la Chiesa Madre di S. Giacomo Apostolo, dedicata al santo patrono, che gode di un'importanza predominante per l'intera comunità religiosa, fedele e devota e fiera del gemellaggio di cui la chiesa gode con la cattedrale spagnola di Santiago de Compostela e dei privilegi ad essa associati. Risalendo verso il Colle Armo, lungo stradine antichissime che si inerpicano sulla roccia, anche dal rione inferiore si raggiunge il santuario dell'Assunta che può essere considerato il termine dell'itinerario da un lato; il percorso potrebbe anche però trovare idealmente la sua conclusione con il convento dell'Immacolata abitato dall'ordine delle suore di S. Vincenzo, altro punto di riferimento per il rione inferiore e posto in uno dei punti più bassi del paese. L'itinerario si sviluppa principalmente tra i luoghi della fede che sono anche i principali contenitori di opere di valenza artistica e attraverso le passeggiate nel centro storico si possono ammirare stradine e vicoli pittoreschi. Tutto ciò non esclude un discorso di attrazione paesaggistica come ad esempio la zona delle cascatelle di Gaglione.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Piazza del Popolo/ Piazza San Rocco
- Chiesa Santa Maria dei Suffragi
- Chiesetta Santa Veneranda
- Piazza Ammiraglio
- Chiesetta San Giovanni
- Palazzo Marangoni
- Palazzo San Severino
- Chiesa di San Giacomo
- Cappella di san Gaetano
- Belvedere Colle Armo
- Convento dell'Immacolata
- Loc. Gaglione Cascate

Lunghezza/Tempo: 3,2 km / 2,5 h

Fonte/Guida: Guida Turistica di Lauria Anna Nica Fittipaldi

Modalità di fruizione: A piedi

Elementi di miglioramento:

- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

LAURIA SUPERIORE
TREKKING URBANO
SARTINE DEL CASTELLO
(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: Itinerario del rione superiore di Lauria, denominato "castello", si snoda lungo vicoli e gradinate in un continuo sali-scendi che caratterizza le cosiddette "sartine" in gergo popolare, ovvero piccole stradine lungo le quali sono disseminati i vari luoghi d'interesse. Il percorso prevede quale punto di partenza il convento dei Cappuccini di S. Antonio, oggi ancora abitato dall'ordine, importante punto di riferimento per la comunità cristiana lauriota e che conserva al suo interno elementi artistici di considerevole interesse. Risalendo lungo un'antica stradina scoscesa in salita, caratterizzata dall'applicazione di lastre in ceramica che raccontano la via crucis, volute dai frati stessi, ci si addentra nel centro del paese dove si raggiunge la Chiesa madre di Nicola di Bari, che conservando al suo interno anche le spoglia del Beato Domenico Lentini a cui l'intera comunità è particolarmente devota, acquista ulteriormente valore. Scendendo lungo via Roma si incontra la chiesetta di S. Biagio, mentre risalendo subito dopo verso il quartiere Caffaro, uno dei più caratteristici e antichi del paese, s'incontra per prima la casetta del Lentini, casa natia dell'amato sacerdote, rimodernata in tempi recenti, divenuta scrigno di tutti gli effetti personali e degli oggetti appartenuti al Lentini esposti insieme a tutti i piccoli doni che i fedeli portano, essendo anche luogo aperto alla preghiera e al raccoglimento. Ci si addentra nel cuore del quartiere, dove si incontrano la cappella di S. Veneranda e quella di San Pasquale. Al termine si raggiunge il santuario della Madonna Assunta, in cima ad una terrazza che crea un belvedere panoramico dalla vista ampia su tutta la vallata, fino alla catena montuosa del Sirino, il Coccovello e la Serra Rotonda, e anche dell'intero rione superiore su cui svettano i ruderi del Castello Ruggero.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Casetta Beato Lentini
- Chiesetta Santa Veneranda
- Chiesette di San Pasquale
- Santuario Madonna dell'Armo
- Castello Ruggiero
- Chiesetta di san Biagio
- Chiesa di san Nicola
- Villa Comunale
- Convento dei Cappuccini

Lunghezza/Tempo: 3 km / 2 h

Fonte/Guida: Guida Turistica di Lauria Anna Nica Fittipaldi

Modalità di fruizione: A piedi

Elementi di miglioramento:

- Valorizzazione della Casetta Museo del Beato Lentini (e/o degli annessi spazi della Fondazione) con allestimenti multimediali in gradi di rendere più attraente la visita
- Totem Fondazione Lentini (in via di installazione) con punti di interesse di Lauria
- Predisporre/miglioramento segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

LAURIA
PICCOLO CAMMINO DI SANTIAGO
(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: Itinerario che abbraccia i due rioni del paese unendoli in una sorta di grande anello, comprendendo tutti i luoghi d'interesse principali del comune di Lauria. Oltre a San Nicola e San Giacomo, le due chiese principali, il percorso collega i due conventi che sono dislocati su due punti differenti della strada esterna che collega i due rioni e il Santuario dell'Assunta come vertice comune, posto anche in posizione dominante su entrambi i rioni che risultano in un certo senso simmetrici e speculari. Le due chiese madri costituiscono il fulcro di un itinerario storico religioso che ha il sapore di un "cammino" tra fede e tradizione. Il tragitto ad anello viene percorso per intero in occasione della settimana dei festeggiamenti del santo patrono S. Giacomo attraverso l'iniziativa "Cammino di S. Giacomo" ormai consolidata come appuntamento annuale fisso per i laurioti.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa San Giacomo
- Cappella di San Gaetano
- Cappella di San Giovanni Battista
- Chiesa Santa Maria dei Suffragi Grazie
- Cappella Santa Veneranda
- Chiesa di Santa Maria della Sanità
- Edicola della Madonna del Carmine
- Cappella di Sant'Elia
- Chiesa di San Giuseppe
- Castello Ruggiero
- Santuario Madonna Assunta
- Chiesa di San Pasquale
- Casa del Beato Lentini
- Chiesa di San Vincenzo
- Chiesa di San Nicola
- Chiesa di San Biagio
- Convento dei Cappuccini
- Chiesa di San Pietro
- Convento dell'Immacolata (San Bernardino)

Lunghezza/Tempo: 10 km / 5,5 h

Fonte/Guida: Associazione Amici di San Giacomo e Comitato di San Giacomo.

Modalità di fruizione: A piedi

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti del sentiero
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

MARATEA
CAMMINO AL MONTE SAN BIAGIO
(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: Per lungo tempo Maratea era articolata in due insediamenti che sono coesistiti per diversi secoli, Maratea Superiore, attualmente nota col nome di Castello, più antica, ubicata sulla cima del monte San Biagio e Maratea Inferiore, l'attuale centro storico che occupa il versante Nord dello stesso rilievo. L'itinerario percorre il sentiero che dal centro storico porta alla Madonna degli Ulivi attraversando il suggestivo bosco dei Carpini per giungere sulla sommità del monte dove svetta la statua del Cristo Redentore. Arrivati in cima il colpo d'occhio della valle di Maratea e del Golfo di Policastro regala una vista suggestiva e importante è la visita alla Basilica Pontificia di San Biagio patrono della città di Maratea, principale luogo di culto del territorio. La discesa attraversa la vecchia rotabile che attraversa il borgo abbandonato e quindi prosegue per il sentiero a picco sul mare dove a maggio si svolge la tradizionale processione di San Biagio. Il percorso si conclude con la visita alla chiesa di San Vito, la più antica del centro storico.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa di Sant'Antonio
- Cappelle ai Cappuccini
- Cappella della Madonna delle Grazie
- Madonna degli Ulivi o Madonna della Neve
- Basilica di San Biagio
- Statua del Cristo Redentore
- Grotta di San Michele o dell'Angelo
- Chiesa di Santa Caterina
- Cappella Madonna di Fatima
- Chiesa di San Vito

Lunghezza/Tempo: 5,5 km/4-5 ore

Fonte/Guida: Maratea Sacra (itinerario proposto con leggere differenze da diversi soggetti sul territorio che fanno attività culturale o escursionistica come ad esempio MondoMaratour e l'Associazione Cittadinanza Attiva)

Modalità di fruizione: a piedi

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti del sentiero
- Pannelli Maratea Sacra innanzi alcuni siti, da integrare
- 15 QR Code e un dominio web (marateaitinerari.it) da installare da parte dell'Amministrazione Comunale
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Predisporre didascalie risorse all'interno dei siti

Note: il pellegrinaggio in cui i fedeli accompagnano la statua nel paese per i solenni festeggiamenti e per ricondurla nella Basilica, si svolge ogni anno nella prima settimana di maggio.

MARATEA
TREKKING URBANO
CENTRO STORICO
(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: L'itinerario percorre il centro storico della città di Maratea attraversando le epoche storiche in un percorso a ritroso nel tempo, dai giorni nostri alle origini dell'insediamento. Una piacevole passeggiata tre le ricchezze artistiche custodite nei luoghi di culto della "città delle 44 chiese", percorrendo un tracciato che varia tra piazze, suggestivi vicoli, corsi e gradinate. Tra le chiese principali che s'incontrano svetta il campanile della Chiesa di S. Maria Maggiore, arroccata nell'interno; la chiesa dell'Annunziata sul corso che collega la piazza alla zona di Piazza Buraglia al municipio; l'Immacolata che ha acquistato inestimabile valore in seguito al rinvenimento al suo interno di una cripta interrata contenente un affresco degli apostoli conservato, per gran parte, in modo eccelso. La passeggiata del centro storico regala spunti e arricchimenti in questo viaggio nel passato e nelle epoche remote. Il percorso si integra con l'Anello Monte San Biagio

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa di Sant'Anna
- Cappella della Cona
- Chiesa dell'Immacolata
- Chiesa dell'Annunziata
- Chiesa dell'Addolorata
- Cappella di San Francesco de' Poverelli
- Chiesa di Santa Maria Maggiore
- Chiesa di San Vito

Lunghezza/Tempo: 2 km / 2,5 h (da verificare)

Fonte/Guide: Maratea Sacra (itinerario proposto con leggere differenze da diversi soggetti sul territorio che fanno attività culturale: MondoMaratour, Associazione Cittadinanza Attiva, Coop. Mararthea 3 e Pro Loco)

Modalità di fruizione: a piedi

Elementi di miglioramento:

- Pannelli Maratea Sacra innanzi alcuni siti, da integrare
- 15 QR Code e un dominio web (marateaitinerari.it) da installare e attivare da parte dell'Amministrazione Comunale
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Predisporre didascalie risorse all'interno dei siti

NEMOLI
TREKKING URBANO
CENTRO STORICO
E LAGO SIRINO
(Itinerario turistico potenziale)

Descrizione: Un itinerario urbano e naturalistico che unisce le due anime del paese, quella della quotidianità del paese e l'ambiente naturale del lago Sirino. Il centro di Nemoli si caratterizza per la presenza di antichissimi portali davanti i vari monumenti e luoghi sacri sparsi per il paese: in quest'area è possibile visitare la chiesa parrocchiale di S. Maria delle Grazie; ammirare l'edificio storico e simbolo del centro Palazzo Filizzola, infine con una breve passeggiata in paese la cappella di S. Maria delle Grazie. L'itinerario di visita prevede il trasferimento in auto al lago Sirino, oppure a piedi, percorrendo un percorso di 3,5 km (Cai 628) tra la natura incontaminata che conduce fino al bacino lacustre. La cornice del lago offre una vista davvero suggestiva e ideale per passeggiate in bicicletta o a piedi e poco sopra il lago si può visitare la caratteristica chiesetta della "Santa Famiglia", a cui è dedicata la festa il 14 agosto di ogni anno, immersa nel verde del vicino boschetto. In estate è possibile soffermarsi la sera per assistere allo spettacolo della "Signora del Lago", che ripercorre la storia locale e che ha avuto il suo esordio nell'estate 2016 riscontrando un grande successo di critica e pubblico.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa di S. Maria delle Grazie
- Cappella di Santa Maria
- Palazzo Filizzola
- Chiesa del Lago Sirino (Santa Famiglia)
- La Signora del Lago (rappresentazione estiva)

Lunghezza/Tempo: (da definire)

Fonte/Guide: Nuovo itinerario realizzato con il supporto della Pro Loco di Nemoli

Modalità di fruizione: a piedi, in bici, in auto

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti del sentiero
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio

TRECCHINA
CAMMINO AL SANTUARIO MADONNA DEL SOCCORSO
(Itinerario turistico attuale)

Descrizione: Il sentiero che da Trecchina porta alla Madonna del Soccorso è tra i più importanti e panoramici del Lagonegrese, infatti dalla cima di Serra Pollino, a 1.099 metri s.l.m., lo sguardo può spaziare su gran parte dell'Appennino Lucano-Calabro e sul golfo di Policastro. Il santuario, edificato nel 1926 su un'antica cappella, conserva un bassorilievo del XVI secolo, raffigurante la Madonna del Soccorso. Da Piazza del Popolo si prosegue tra caratteristiche e strette viuzze verso il "Castello", il vecchio borgo che conserva ancora i segni di antiche fortificazioni ed il palazzo baronale. Giunti al "Castello" si prosegue per qualche centinaio di metri sulla strada asfaltata fino all'imbocco del sentiero. Da qui si sale senza grandi difficoltà fino al Santuario, seguendo l'antico percorso che ogni anno moltissimi fedeli percorrono in processione per accompagnare la Madonna al monte nella seconda domenica di maggio. La vetta si raggiunge dopo circa 4 chilometri tra splendidi boschi. Dopo una sosta presso il Santuario si raggiunge la vetta a poca distanza, e qui si apre alla vista degli escursionisti lo splendido orizzonte del Golfo di Policastro. Si rientra a Trecchina passando per la Forraina, bellissimo viale alberato, dove è collocata la cappella della Madonna del Soccorso. E' qui che di ritorno dal monte viene ospitata per una notte la statua della Madonna nel mese di Settembre.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa di San Michele Arcangelo (nel piano)
- Chiesa della Forraina
- Santuario della Madonna del Soccorso

Lunghezza/Tempo: 9.6 km - 5 ore

Fonte/Guide: Itinerario del comune di Trecchina. Escursionistiche ambientali

Modalità di fruizione: a piedi, in bici, a cavallo

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti del sentiero
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

Note: il pellegrinaggio per i solenni festeggiamenti si svolge ogni anno il 7 e 8 settembre.

TRECCHINA
TREKKING URBANO
CENTRO STORICO
(Itinerario turistico potenziale)

Descrizione: L'itinerario parte dal centro abitato verso il centro storico/castello, un viaggio a ritroso nella storia del territorio dal quotidiano al medioevo. Il percorso che si sviluppa in maniera animata in estate in occasione dell'evento della rievocazione medioevale (13-14 agosto) si può strutturare in maniera permanente lasciando godere al turista un piacevole trekking urbano. Un percorso che parte dal "piano", la parte bassa del moderno centro abitato, dal carattere pittoresco e quasi anacronistico del comune di Trecchina, capace di far godere a chi lo visita della vista di un borghetto che sembra ancora immerso in un'altra epoca, fiorito e rigoglioso di alberi, per muovere in salita verso la parte alta, centro della vita medioevale, fino al castello che domina ancora tutto il paese. Lungo il tracciato si trovano le chiese principali del comune che conservano i segni della cultura e della devozione locale. E' possibile ipotizzare di prolungare l'itinerario collegandosi al percorso che dal centro del paese conduce al Santuario della Madonna del Soccorso.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa di San Michele Arcangelo (nel piano)
- Chiesa Madonna delle Grazie (Rosario)
- Chiesa Madre di San Michele (San Giovanni)
- Torre Ducale
- Palazzo Ducale

Lunghezza/Tempo: 3/4 km (da definire nel dettaglio)

Fonte/Guide: Nuovo itinerario realizzato con Associazione Alla Corte del Duca Vitale

Modalità di fruizione: a piedi

Elementi di miglioramento:

- 10 QR Code e un dominio web da installare e attivare da parte dell'Amministrazione Comunale
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio nel percorso del Centro Storico/Castello con indicazione dei siti e palazzi/torri
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

RIVELLO
TREKKING URBANO
CENTRO STORICO
(Itinerario turistico potenziale)

Descrizione: Itinerario nel borgo "gioiello" di Rivello, che tocca i principali luoghi di culto del paese percorrendo vicoli caratteristici, ammirando antiche botteghe e scorci di panorama in cui il tempo sembra essersi fermato. Archi e portali antichissimi scandiscono le epoche di questo caratteristico borgo tra i più suggestivi della Valle del Noce. Il comune di Rivello, arroccato su un crinale con grande pendenza, si suddivide in tre aree percorse lungo l'itinerario di visita: la Motta, la parte più alta dove sorge la Chiesa di S. Nicola, dall'interessante cripta, e quella di S. Michele, oggi teatro, che offre il panoramico belvedere sull'intera valle circostante e la vista del vicino comune di Lauria in lontananza; la Serra, parte mediana; e il Poggio, parte più bassa. Suggestiva è Piazza Umberto, altra terrazza sulla valle che offre una vista a 180°, permettendo di poter spingere lo sguardo fino al comune di Nemoli e Lauria. Scendendo le caratteristiche scalinate, dopo il tratto pianeggiante detto "o stretto", sulla sinistra s'incontra la Chiesa di S. Anna mentre scendendo verso la piazza Regina Margherita si raggiunge quella dell'Assunta custode al suo interno di una pregiata tela dell'artista Mauro Masi. Dal cuore del centro storico, soprattutto dalle terrazze panoramiche che si affacciano sulla valle, svetta la Chiesa di S. Maria del Poggio, di sicuro una delle più importanti per Rivello. Scendendo ancora si raggiunge nella villa comunale il complesso del convento di Sant'Antonio ed annesso museo archeologico, nel refettorio è possibile ammirare l'affresco dell'Ultima Cena dall'elevato valore pittorico iconografico. Il 19 agosto, in occasione delle festa enogastronomica del borgo, l'itinerario "animato" viene apprezzato da numerosi turisti. L'iniziativa unisce sapori della tradizione e riscoperta dei luoghi più nascosti di questo borgo.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Chiesa di San Rocco
- Chiesa Madre di San Nicola, IX sec
- Cappella della Madonna della Motta
- Ex Chiesa San Michele (oggi teatro)
- Chiesa di Sant'Anna
- Chiesetta del Purgatorio
- Chiesa di Santa Barbara
- Chiesa della Pietà
- Chiesa dell'Assunta
- Chiesa della SS. Trinità
- Chiesa di S. Maria del Poggio
- Convento Sant'Antonio, con chiesa e museo (spostamento a piedi o auto)

Lunghezza/Tempo: da definire

Fonte/guide: Nuovo itinerario dell'Associazione Antichi Borghi, il percorso è stato testato occasionalmente con turisti

Modalità di fruizione: a piedi

Elementi di miglioramento:

- 10 QR Code da installare da parte dell'Amministrazione Comunale
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio per segnare percorso nel borgo con indicazione dei punti panoramici
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

VALLE DEL NOCE
ITINERARIO DEI SANTUARI
(Itinerario turistico potenziale)

Descrizione: Itinerario religioso e allo stesso tempo naturalistico, che congiunge i Santuari Mariani della Valle del Noce, a cui si aggiunge la Basilica di San Biagio, posto in vetta all'omonimo monte. Idealmente i diversi santuari mariani compongono una sorta di grande anello o corona del rosario, che rimanda proprio alla figura Mariana, intorno alla quale il culto nel bacino del Noce si è radicato con antichissime origini accrescendosi nelle varie epoche. Oltre ai Santuari maggiori distribuiti su 4 dei 6 comuni, esistono numerose chiese e cappelle dedicate alla Vergine, in numero decisamente elevato. Il percorso tra i vari Santuari coinvolge quello della Madonna della Neve a cui si arriva attraverso una strada pittoresca tra rocce e boschi di faggi. Il Santuario dell'Assunta di Lauria, arroccato sull'altura dell'Armo, dalla suggestiva vista panoramica in posizione dominante sui due rioni del paese. La Madonna del Soccorso di Trecchina, edificato nel 1926 su un'antica cappella anch'esso posto in alto rispetto al centro storico. Infine la Basilica Pontificia di S. Biagio a Maratea, che si inserisce come parte integrante dell'itinerario per la sua importanza spirituale anche se non Mariano. La caratteristica comune dei siti, oltre agli aspetti prettamente religiosi, è la posizione e la scelta dei luoghi ove questi sorgono: tutti sopraelevati rispetto al paese e al rispettivo centro storico, tutti in posizione predominante come a voler proteggere dall'alto la comunità dei fedeli e arroccati verso l'alto come ad avere una vicinanza simbolica al cielo.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Madonna della Neve - Lagonegro
- Santuario dell'Assunta - Lauria
- Madonna del Soccorso - Trecchina
- Basilica San Biagio - Maratea

Lunghezza/Tempo: da percorre a tappe dai 5 ai 15km (totale da definire)

Fonte/Guide: Nuovo itinerario. Ambientali Escursionistiche

Modalità di fruizione: A piedi, a cavallo, in auto

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti dei sentieri
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

VALLE DEL NOCE
ITINERARIO
DEI CONVENTI
(Itinerario turistico potenziale)

Descrizione: Itinerario che percorre i centri storici di tutti e sei i comuni della Valle del Noce raccogliendo in visita le monumentali strutture costruite dai monaci e frati uniti dal culto dei cappuccini e domenicani. Massiccia è stata la presenza di monaci di origini greche e bizantine nel bacino del Noce, fin da tempi antichissimi: gli ordini monacali furono veicolo di cultura religiosa, ma anche storica e artistica oltre che di istruzione e divulgazione della vita secondo i principi fondanti dell'ordine. L'itinerario proposto parte da Maratea dove la presenza di tre conventi molto differenti nella struttura, uno dedicato a S. Francesco uno al Rosario e l'altro dei Cappuccini, lo rende il comune più ricco, almeno a livello numerico, di questi luoghi; Trecchina non ne possiede alcuno, ma funge da luogo di passaggio e collegamento con gli altri comuni limitrofi. Proseguendo si raggiunge il centro abitato di Rivello che vanta forse quello che probabilmente è il convento più importante per dimensioni e per origini storiche: scrigno di tesori artistici di inestimabile valore, quale il celebre l'affresco dell'ultima cena posto nel refettorio e l'attuale museo archeologico ricavato all'interno di un'ala del convento stesso. Costeggiando nella vallata il fiume Noce si raggiunge Lagonegro, che vanta ancora il convento di S. Maria degli Angeli, uno dei più grandi e importanti, situato a circa 3 km dall'abitato, sorto sulle rovine di un antico monastero benedettino e quello dedicato a S. Francesco nel centro del paese. Proseguendo si attraversa il comune di Nemoli, il quale non custodisce conventi ma merita una visita nel piccolo borgo e al lago Sirino. Infine Lauria custodisce due conventi, uno dedicato a S. Antonio, ancora oggi abitato e retto dall'ordine nel rione superiore, l'altro, posto invece nel rione inferiore, dedicato all'Immacolata (o S.Bernardino che sembra esserne il frate fondatore) retto e abitato dalle suore dell'ordine di S. Vincenzo. I conventi della Valle del Noce si caratterizzano per le diverse origini e una tradizione storica che li rende unici per la struttura e li differenzia ognuno con la propria storia di fede.

Elenco Punti di interesse lungo il tracciato:

- Convento di San Francesco - Maratea
- Convento del Rosario - Maratea
- Convento dei Cappuccini - Maratea
- Solo di passaggio - Trecchina
- Convento di Sant'Antonio - Rivello
- Convento di Santa Maria degli Angeli - Lagonegro
- Convento di San Francesco - Lagonegro
- Solo di passaggio - Nemoli
- Convento dell'Immacolata (San Bernardino) - Lauria
- Convento di Sant'Antonio - Lauria

Lunghezza/Tempo: da percorre a tappe dai 5 ai 15 km (totale da definire)

Fonte/Guide: Nuovo itinerario. Ambientali Escursionistiche / Guide turistiche

Modalità di fruizione: A piedi, in bici, a cavallo, in auto

Elementi di miglioramento:

- Sistemazione e ripristino di alcuni tratti del sentiero
- Predisporre segnaletica direzionale sul territorio
- Posizionare pannelli informativi esterni ai punti di interesse
- Predisporre didascalie delle risorse all'interno dei siti

Proposte di interventi per lo sviluppo del turismo religioso e culturale

Nell'ambito delle attività di ricognizione effettuate sul territorio, ed in particolare nei momenti di incontro con gli stakeholder pubblici e privati, è emersa una serie di idee per la valorizzazione e lo sviluppo del segmento religioso e culturale. Si tratta in alcuni casi di interventi infrastrutturali importanti, in altri di interventi di adeguamento che consentirebbero con una spesa non eccessivamente onerose la messa in opera e fruibilità di luoghi oggi attualmente interdetti o visitabili solo parzialmente.

Comune di Lagonegro

Idea progettuale	Soggetto proponente
Recupero Castello: Palazzo Baronale, Spazio Polifunzionale e Arredi inclusi Sentieri e Percorsi Risanamento: Porta di Ferro, Gradinate e Spazio Sosta, Facciata Ascensore e Rampa per accessibilità alla parte alta	Amministrazione Comunale (Progetto Architetto Semeraro)
Recupero e musealizzazione Galleria Ferroviaria. Illustrare la storia geologica di questo tratto dell'Appennino percorrendo un tunnel sotterraneo in cui proprio il De Lorenzo possa fare da cicerone (una sorte di Caronte). La realizzazione della scenografia interna avverrebbe attraverso la proiezione di un ologramma, di immagini tridimensionali e di colonne sonore composte ad hoc per la rappresentazione. Lo stesso percorso verrebbe strutturato in modo da renderlo fruibile anche per i non vedenti (braille) e per le persone affette da disturbi dell'udito (LIS).	Amministrazione Comunale (Progetto Architetto Semeraro)
Attivare in via definitiva il Museo della Fabbrica di San Nicola all'interno della chiesa. Completare infrastrutture di allestimento, sistema di allarme al fine di portare in mostra i numerosi reperti attualmente conservati negli archivi comunali e della soprintendenza.	Amministrazione Comunale e Soprintendenza
Miglioramento viabilità/raggiungibilità Madonna della Neve (C'è già un primo finanziamento per asfaltare un primo tratto di strada con aree di sosta, ma va implementato)	Amministrazione Comunale

Comune di Lauria

Idea progettuale	Soggetto proponente
Recupero del Castello Ruggero. ("Studio di fattibilità. Rilievo conoscitivo e ipotesi di conservazione di un territorio" consegnato nell'aprile 2016 all'Unione dei Comuni del Lagonegrese)	Associazione Amici del Castello Ruggero
Fondazione Beato Lentini. Progetto di valorizzazione della casa museo e del vicino stabile di proprietà della fondazione per allestire una mostra multimediale del Beato con ologrammi e strumenti LIS	Fondazione Lentini (Parrocchie e Amministrazione Comunale)

Comune di Maratea

Idea progettuale	Soggetto proponente
Recupero Torre Picone nel Centro Storico (centro di interscambio culturale)	Amministrazione Comunale
Progetto SeiMuSei. Rete di musei allargata sul territorio: implementazione Museo archeologico del mare, rete delle chiese come Museo del Sacro e dell'arte, LitoMuseum (aperto a Santa Caterina), Maratea città dell'ambiente, Centro Culturale/Villa Tarantini per arti musicali e teatrali, Villa Nitti per progetti a termine.	Associazione DNA (in corso di validazione dall'Amministrazione Comunale)
Completamento Itinerari Turistico Religiosi (attualmente 27 pannelli e sito web)	Associazione Pleiadis
Piccoli interventi di salvaguardia e valorizzazione di alcune opere siti di maggior pregio sul territorio.Tra questi si evidenziano: - Ipogeo di San Pietro/deumidificazione, allestimento luminoso - Affreschi di San Vito/recupero conservativo e illuminazione - Grotta di Zu Jancu/accessibilità stradale, cancello di protezione	Interessati vari soggetti del territorio

Comune di Nemoli

Idea progettuale	Soggetto proponente
Palazzo Filizzola (Idea di realizzazione del Museo della civiltà rurale). Lo stabile è stato recuperato solo in minima parte, ovvero una sala di 100 mq che sarà destinata a sala convegni.	Amministrazione Comunale
Recupero vecchia ramiera/ferriera e vicina ex centrale idroelettrica (oggi privata)	Pro Loco di Nemoli

Comune di Rivello

Idea progettuale	Soggetto proponente
Convento di Sant'Antonio. Valorizzare refettorio e dell'importante affresco "l'ultima cena" (Giovanni Todisco, 1559) con installazione luminosa dedicata e apparecchi multimediali per una maggiore interazione (esempio strumenti di realtà aumentata) e fruibilità da parte di persone con disabilità.	Amministrazione Comunale
Adeguamento area attigua alla chiesa di Sant'Antonio per ospitare il trittico della chiesa di santa Maria in Poggio oggi negli archivi della soprintendenza di Matera. Lo stabile recuperato ma è necessario un adeguato sistema di allarme e impianto di deumidificazione.	Amministrazione Comunale
Riavviare le attività di recupero archeologico in località Serra città (da dove provengono molti dei reperti custoditi oggi nel museo archeologico	Amministrazione Comunale e Soprintendenza
"DietaMed – Presidio della Dieta Mediterranea – Centro multifunzionale della ruralità". Idea in nuce descritta nel documento di analisi del territorio.	Amministrazione Comunale

Comune di Trecchina

Idea progettuale	Soggetto proponente
Un percorso di sculture naturali con modellamento pietre lungo il sentiero che conduce dal centro di Trecchina al Santuario del Soccorso, un itinerario religioso a tappe con opere realizzate dallo scultore Tricarico	Amministrazione Comunale

Un modello di sviluppo turistico religioso a partire dalle buone pratiche

La delineazione di un modello di sviluppo turistico religioso deve mirare a creare un sistema territoriale che recuperi, valorizzi e promuova, attraverso una strategia coordinata e integrata il patrimonio liturgico, storico, artistico, architettonico, museale, ricettivo e ludico di un territorio.

L'approccio sociologico-territorialista, che pone il territorio alla base della costruzione della ricchezza durevole, quale giacimento in grado di manifestare la propria identità e i propri caratteri identificativi, sostiene che attraverso il recupero dei tratti storici e dell'eredità culturale-religiosa del territorio si favorisce la rivitalizzazione di luoghi, spazi, edifici e siti dedicati al culto altrimenti destinati all'oblio. La rete capillare dei borghi di cui l'Italia dispone, borghi poco conosciuti e afflitti dall'abbandono e/o spopolamento, ma dalla inesplorata ricchezza storico-artistica e religiosa, rappresenta proprio il contenitore dove attivare questi processi di recupero e sviluppo.

Formule innovative di promozione turistica integrata legata al turismo religioso sono già state applicate e riconducibili a diversi territori italiani, in particolare alla Sardegna e all'Umbria, che hanno già generato, all'interno dei rispettivi portali turistici, delle proposte mirate per i turisti religiosi con percorsi in cui l'aspetto culturale s'interseca in quello religioso in modo tale da favorire anche la conoscenza capillare del territorio. La lettura di questi modelli deve suggerire l'approccio giusto e fungere da linee guida per lo sviluppo di un sistema turistico integrato sul tema religioso e culturale della Valle del Noce.

La Sardegna ha attivato il progetto "Turismo identitario, culturale e religioso", formalizzato non a caso durante l'anno nazionale dei Cammini, un percorso multiforme, con varie tappe, più che "fisico", connotato di una fortissima dimensione spirituale e identitaria. È una proposta di turismo sostenibile ed 'emozionale' alternativa e, allo stesso tempo, complementare ad altri prodotti tematici, che arricchisce l'offerta regionale, crea motivazioni di viaggio, diversifica nello spazio e nel tempo i flussi e consente una forte integrazione fra costa e aree interne. Il tema della sentieristica, dei cammini, dei percorsi, delle ciclovie, della mobilità sostenibile in generale, si inserisce perfettamente nella strategia di posizionamento del prodotto Sardegna sui mercati internazionali, basato sulla qualità della vita. I Cammini di Santu Jacu e San Giorgio vescovo interessano in tutto circa 30 comuni, il Cammino di Santa Barbara ne coinvolge 19 delle province del Sulcis - Iglesiente e del Medio Campidano.

La Regione Umbria offre, accanto ai classici itinerari che vedono protagonisti San Francesco D'Assisi e Santa Rita da Cascia, altre proposte, ad esempio il progetto "Camminando sulla Via Francigena", una rete sociale di pellegrini e camminatori che hanno come obiettivo principale quello di promuovere e valorizzare la cultura del Cammino in Italia e all'estero e la figura del pellegrino/viandante, ma anche contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico dei territori attraversati dai cammini. Da annoverare è anche "L'itinerario della Santità Femminile", dal nord al sud dell'Umbria lungo la vita e le testimonianze di sante e beate, nonché, nell'ambito della sezione intitolata «Tra sacro e profano», vengono proposti i santuari terapeutici, tali per la vicinanza del luogo religioso a corsi d'acqua dalle proprietà terapeutiche, come ad esempio: l'Abbazia di San Felice presso loc. Castel San Felice - Sant'Anatolia di Narco (PG), le cui acque del fiume Nera venivano usate nelle pratiche terapeutiche in quanto ritenute «miracolose».

Unitamente a quanto realizzato in queste due regioni è significativo segnalare l'esperienza dell'Abruzzo che, fortemente legata alla tradizione locale e ai ritmi della vita rurale e pastorale, presenta testimonianze di matrice religiosa. Numerosi sono i santuari, a volte collocati in cavità naturali, a volte espressione della maestria tecnica di architetti ed ingegneri del XII-XIII secolo, custodi di reliquie e testimonianze straordinarie della religiosità cristiana. Ne è un esempio il progetto «La valle delle Abbazie», che si pone l'obiettivo di promuovere e favorire il turismo religioso attraverso la realizzazione di un itinerario turistico religioso, che metta a sistema le importanti abbazie e gli edifici religiosi presenti sul territorio dell'Unione dei Comuni e dei Comuni partners, luoghi di fede e di preghiera ma anche capolavori architettonici ed artistici nonché centri di comunità monastiche che hanno avuto un ruolo determinante nello sviluppo economico di quella parte di territorio. Gli obiettivi specifici sono proprio quelli di: incentivare il turismo religioso; tutelare e valorizzare il patrimonio culturale, storico, la memoria e le tradizioni popolari delle valli del Vomano e del Mavone; promuovere le abbazie nel contesto delle azioni per lo sviluppo territoriale attraverso un approccio integrato, rapportandosi con le altre risorse e iniziative proprie dei territori di riferimento; favorire la creazione di rapporti di integrazione con attori del territorio che offrono altri servizi (alloggio, ristorazione, trasporto, guide, ecc.) e la destagionalizzazione dei flussi turistici; consentire una più completa fruizione dei beni monumentali, artistici, archeologici e naturalistici; diffondere una maggiore consapevolezza dei custodi di questo patrimonio, storico, culturale e religioso; mettere a rete l'itinerario con il circuito regionale e nazionale dei cammini e degli itinerari a carattere turistico-religioso.

La Valle del Noce, come più volte espresso nel presente documento, non contiene particolari risorse religiose e culturali che caratterizzano in maniera forte ed unitaria il territorio.

L'elemento di forza di tutti e sei comuni del comprensorio è la capillarità della distribuzione dei siti inseriti in un contesto ambientale di particolare pregio. Il modello di sviluppo turistico religioso non potrà quindi basarsi sulle unicità dei siti quanto piuttosto sulla capacità di organizzare un'offerta integrata in grado, come detto in premessa, di far vivere un'esperienza totalizzante.

In tal senso il modello di riferimento più interessante in termini di sviluppo turistico religioso, per il territorio della "Valle del Noce", è senza dubbio "**Il Parco Culturale Ecclesiale**". Si tratta di un modello di organizzazione che mette al centro la fruibilità e la valorizzazione dei beni culturali della Chiesa nella forma del "Parco", ovvero un'area legata non solo al territorio geografico, ma anche alla cultura, alle tradizioni, agli stili di vita, alle esperienze religiose come risposta alla necessità di tutela, di valorizzazione nella sua specifica peculiarità storica, culturale, ambientale, economica, spirituale.

Nel 2014 l'Ufficio Nazionale per la Pastorale del tempo libero, turismo e sport della CEI, ha sviluppato una nuova idea di fruizione dei territori letta nella prospettiva della «Pastorale integrata»: non disperdere un patrimonio incredibile di risorse umane, culturali, storiche e di fede rappresentato dalle cattedrali, dai santuari, dai monasteri ed eremi, dai musei ecclesiastici, dalle feste patronali, alle vie di pellegrinaggio fino alle foresterie, alle case per ferie, alle strutture di accoglienza semplice.

Il Parco Culturale Ecclesiale[5] è un sistema che se profondamente radicato in un territorio, diventa capace di mettere in relazione comunità parrocchiali, monasteri, santuari, aggregazioni laicali, come le Confraternite, ricche di tradizioni (culto, devozioni, feste), e custodi di opere e segni nati dalla fede del nostro popolo. È un tessuto connettivo in grado di valorizzare spazi aggregativi e ricettivi, antiche vie di pellegrinaggio, iniziative culturali tra le più disparate, tradizioni radicate nella cultura e nella religiosità popolare.

L'Ufficio Nazionale CEI per la Pastorale del Turismo sport tempo libero ha sviluppato una "Rete dei Parchi Culturali Ecclesiali", la cui adesione è soggetta alla presentazione di una specifica domanda con relativa modulistica. Il tutto è contenuto nel documento di "Idee e linee orientative per la realizzazione di un Parco Culturale Ecclesiale" in allegato al presente rapporto.

Il primo Parco culturale ecclesiale formalmente istituito in Italia è quello di Capo di Leuca, nato ufficialmente il 24 febbraio 2016. La rete territoriale formata da Regione Puglia, Comuni, Imprenditori, GAL «Capo di S. Maria di Leuca», Coldiretti, Confcooperative e tutta la rete del Progetto Policoro, risponde esattamente agli obiettivi insiti nell'utilizzo dello strumento Parco culturale ecclesiale, ossia creare una collaborazione tra Chiesa e Istituzioni, costruire reti al fine di non disperdere i vari tentativi di attrattività, ma al contrario renderli significativi. Il Parco Culturale Terre del Capo di Leuca dunque, con il suo patrimonio liturgico, storico, artistico, architettonico, museale e ricettivo della Diocesi di Ugento – S. Maria di Leuca, vuole essere un sistema profondamente radicato nel territorio capace di mettere in relazione le 43 comunità parrocchiali, la Basilica di S. Maria de Finibus Terrae, i Santuari diocesani, le realtà caritative e sociali tese all'inclusione sociale, le aggregazioni laicali ricche di tradizioni; un tessuto connettivo in grado di valorizzare spazi aggregativi e ricettivi, l'antica via di pellegrinaggio Via Leucadensis sulla Via Francigena e iniziative culturali tra le più disparate, che non siano però intese come offerta da vendere ma come sistema che produce cultura, promuove il dialogo e la pace, diventa evangelizzante. Il sistema territoriale di capo di Leuca tende a diventare la mano tesa dell'Europa verso i Paesi che si affacciano nel Mediterraneo, rispondendo alla sua vocazione di terra di incontro e dialogo tra le culture.

Il denominatore comune tra i territori interessati dalla Valle del Noce è di natura demo antropologico culturale religioso; esiste un'etnia comune che possiede caratteristiche peculiari che sposano la spiritualità con l'operatività e che potrebbe essere posta al centro della motivazione del costituendo "Parco": la civiltà bizantina.

Le case history e i modelli sopra descritti conducono tutti a tre azioni principali che dovranno essere intraprese, molte delle quali coincidono in gran parte nel progetto di realizzazione del Sistema Turistico Valle del Noce:

1. Individuazione delle risorse/percorso/luogo di attuazione, delle principali risorse dell'area e individuazione di zone caratterizzate da tradizioni comuni, e, se presenti, opere riferibili allo stesso autore o ambito.
2. Una struttura centrale di coordinamento, integrata a un'attività di promozione attraverso eventi, itinerari, pro loco, guide e associazioni/operatori culturali. Le iniziative devono riguardare l'ambito culturale (promozione e divulgazione dell'esistente, mostre temporanee, iniziative culturali, convegni e festival), di culto (pellegrinaggi, feste patronali) e di ricerca (itinerari e cammini).
3. Attivazione di strumenti di base per rendere un'informazione adeguata al visitatore, comunicazione curata non soltanto per quanto riguarda i contenuti (completezza e sintesi, esattezza, aggiornamento) ma anche per il linguaggio e l'aspetto grafico unendosi al brand del sistema territoriale (Valle del Noce), una dicitura univoca che rifletta l'identità del luogo sotto l'aspetto storico-religioso.

5 Vedi "Idee e linee orientative per la realizzazione di un Parco Culturale Ecclesiale" della Chiesa Cattolica. http://www.chiesacattolica.it/turismo/siti_di_uffici_e_servizi/ufficio_nazionale_per_la_pastorale_del_tempo_libero__turismo_e_sport_/00060339_Parchi_Culturali_Ecclesiali.html

Bibliografia

F. Bencardino, G. Marotta | **Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione. Prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania** | FRANCO ANGELI 2004

P. De Felice | **Per un sistema turistico integrato nella provincia di Frosinone attraverso le nuove tecnologie: La via della fede tra 'itinera' monastici e 'pietas' popolare** | EUT 2014

M. Nuzzo | **Turismo religioso: percorsi culturali-religiosi come leva di sviluppo territoriale.**

Alma Mater Studiorum Università di Bologna | DOTTORATO DI RICERCA IN QUALITÀ AMBIENTALE E SVILUPPO ECONOMICO REGIONALE 2008

C. De Lucia, M. Fragassi, P. Pazienza, V. Vecchione | **Indicazioni di "policy" per il turismo religioso in provincia di Foggia**

| RIVISTA DI SCIENZE DEL TURISMO 2 -2014

S. Monetti | **Sustainable religious tourism. Commandments, ostacles and challenger** | ALMATOURISM 6-2012

G. Sesana | **Pellegrini e turisti. L'evoluzione del viaggio religioso** | HOEPLI 2006

M. Mantovani | **La crescente importanza del turismo religioso in Italia ed i percorsi devozionali** | RIVISTA DI SCIENZE DEL TURISMO 3/2011

F. Dallari, A. Trono, E. Zabbini | **I viaggi dell'anima. Cultura e territorio. Potenzialità e problemi dello sviluppo del turismo religioso** | PÀTRON 2008

Osservatorio del turismo | **I Prodotti Turistici in Campania. Il Turismo Religioso.** | 2008

M. A. Boiocchi | **Il pellegrinaggio ed il turismo religioso: la valorizzazione dei beni ecclesiastici come esperienza di fede e cultura** | AUREA. BORSA DEL TURISMO RELIGIOSO E DELLE AREE PROTETTE 2009

A. *Piersanti* | **Rivista di Scienze del Turismo** | IL TURISMO RELIGIOSO NEI BORGHI 2/2014

a cura di F.F. Gallo | **Turismo religioso: analisi e proposte per la valorizzazione del territorio abruzzese** | ARACNE 2009

A. Savelli | **Pellegrinaggio e turismo religioso: le immagini latenti** |RIVISTA DI SCIENZE DEL TURISMO 2/2014

A.Zollo | **Turismo religioso: confronto Italia-Spagna** | RIVISTA DI SCIENZE DEL TURISMO 2/2014

N. Costa | **Il turismo religioso: definizioni e caratteristiche** | ANNALI ITALIANI DEL TURISMO INTERNAZIONALE 1995

E. Nocifora | **Religious tourism and pilgrimages. The example of Rome** | ROTUR: REVISTA DE OCIO Y TURISMO 2010

J.Ejarque | **Social Media Marketing per il Turismo**, HOEPLI 2015

C. Tripodi | **Costruire il successo delle destinazioni turistiche - Destination Management e strategie di sviluppo del territorio** | EGEA 2014

Basilicata Sacra, I luoghi dello Spirito nella devozione cristiana | APT BASILICATA 2013

Basilicata | GUIDE D'ITALIA TOURING EDITORE 2016

Matera e la Basilicata | LONELY PLANET 2015

Mons. Can. Raffaele Raele | **La città di Lagonegro, nella sua vita religiosa, Mons. Can. Raffaele Raele, opera postuma, Buenos Aires** | OPTIMUS 1944

a cura di Rossino, Fittipaldi, Forte, Minervino | **Guida turistica "Lauria, un percorso di eccellenze"**

Guida "Città Attiva Lauria"

A. Boccia | **La battaglia di Lauria: la memoria ritrovata. Una storia, un progetto, un event**o | EDIZIONI IOD 2016

J.Cernicchiaro | Conoscere Maratea Guida Storica-Turistica | GUIDA EDITORI 1980

Aa. Vv. | **Maratea Sacra** | ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO 1996

a cura di M. Longobardi | **Maratea Guida** | MONDO MARATEA SERVIZI TURSITICI 2008

Vademecum 2015 Valle del Noce Costa di Maratea | MONDO MARATEA SERVIZI TURSITICI 2014

a cura di Mimmo Longobardi e Pompeo Limongi | **Vademecum 2016 Maratea** | MONDO MARATEA SERVIZI TURSITICI 2015

G. Mensitieri | **Trecchina, notizie di storia costume e arte** | ZACCARA EDITORE 2016

G. Fiume, R. D'Acunto | **Quality network per lo sviluppo rurale. Un diverso modello di governance territoriale** | AREA BLU EDIZIONI 2016

Sitografia

Chiesa Cattolica, Parchi Culturali Ecclesiali | www.chiesacattolica.it

Soprintendenza Archeologia Beni Arti e Paesaggio della Basilicata | www.sbap.basilicata.beniculturali.it

MIBACT Basilicata | www.basilicata.beniculturali.it

Viaggi Spirituali | www.viaggispirituali.it

Santuari d'Italia della Chiesa Cattolica | www.santuari.it

Basilicata turistica | www.basilicataturistica.com

Apt Basilicata | www.aptbasilicata.it

Elenco Regionale delle Guide Turistiche | www.regione.basilicata.it

Wikipedia l'enciclopedia libera | www.wikipedia.org

Comune di Lagonegro | www.comune.lagonegro.pz.it

Ordine dei Frati Minori Basilicata-Salerno | www.ofmcaplucania.it

Basileus | www.basileusonline.it

Comune di Lauria | www.comune.lauria.pz.it

Guida Turisica di Lauria, Associazione Oinotros | www.lauriadascoprire.wixsite.com/percorsideccellenza

Federico II di Svevia, Itinerari dello Stupore | www.federicoitineraridellostupore.it

Comune di Maratea | www.comune.maratea.pz.it

Guida Maratea Info | www.maratea.info

Maratea di Biagio Calderano, testi autori vari | www.calderano.it

Maratea Sacra | www.marateasacra.it

Visit Maratea | www.visitmaratea.it

Comune di Nemoli | www.comune.nemoli.pz.it

Web Magazine | www.faronotizie.it

Comune di Rivello | www.comune.rivello.pz.it

Comune di Trecchina | www.comune.trecchina.pz.it

Trecchina Info | www.trecchina.info

Turismo Comune di Parma | www.turismo.comune.parma.it/it/PianoMarketing.pdf

Associazione Balneari Maratea | www.balnearimaratea.it

Gal La cittadella del sapere | www.lacittadelladelsapere.it

Unione Lucana del lagonegrese | www.unionelucanalagonegrese.it

Four Turism Blog | www.fourtourismblog.it

Travel appeal | www.travelappeal.com

ckassociati
agenzia di pubblicità e marketing

© Copyright Ck associati 2016
via Sicilia 67 - 85100 Potenza

A cura di Silvio Labanca

Direzione editoriale
Michele De Sio

Progetto grafico ed impaginazione
Antonio La Torre, Carla Sabia

Stampa
New Print

ISBN 978-88-942395-0-8

Sistema Turistico della Valle del Noce

Regione Basilicata

APT BASILICATA

Città di **Maratea**
Capofila

Città di **Lagonegro**

Città di **Lauria**

Comune di **Nemoli**

Comune di **Rivello**

Comune di **Trecchina**

Progetto per lo sviluppo e l'organizzazione del prodotto turistico-religioso integrato con l'offerta naturalistico-ambientale e sport outdoor nel lagonegrese.
CIG 6067923078 - CUP I22C14000050002

ckassociati
agenzia di pubblicità e marketing