



Tourism Transition: il modello Dolomiti Lucane.

Marcella De Filippo

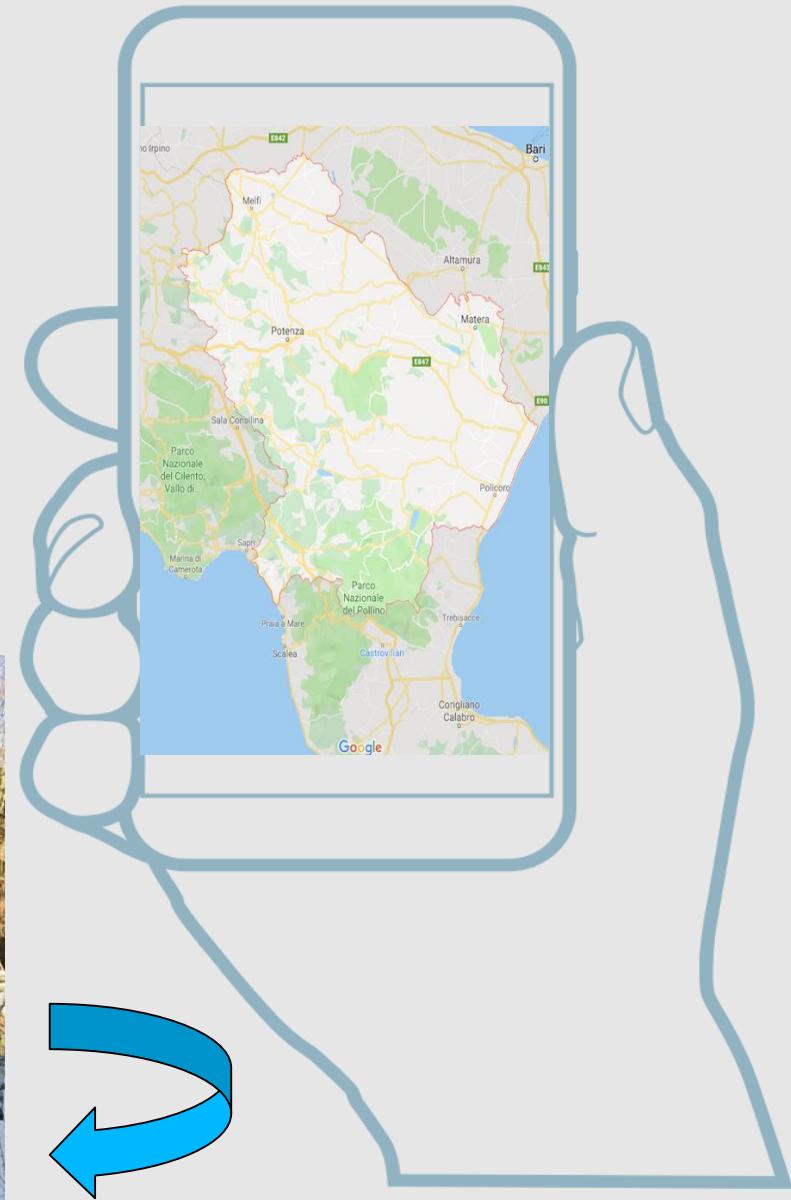
GIORNATE DEL TURISMO
Napoli, 22 Ottobre 2019

LA BASILICATA

IL 94% DEI COMUNI SONO RURALI
LA % PIU' ALTA DI TUTTO IL MEZZOGIORNO



FENOMENI DI SPOPOLAMENTO
FRAGILITA' DEL SISTEMA ECONOMICO
DISOCCUPAZIONE
DISAGIO



LA BASILICATA TURISTICA TRA GLI ANNI '90 E IL 2000

- A inizio degli anni '90 il **75% dei comuni era privo di strutture di supporto all'attività turistica**, la politica non considera il turismo un settore strategico.
- **la società civile ha difficoltà a riconoscere i valori del proprio territorio.**
- **Agli ultimi posti tra le regioni italiane (Bain & Company) per incidenza di spesa turistica, convenienza e immagine-> "LA BELLA SCONOSCIUTA"**



LA BASILICATA TURISTICA a inizio 2000

- **Circa la metà degli esercizi ricettivi nasce tra la fine degli anni 90 e il nuovo millennio**-> Oltre 2200 posti letto nell'ultimo quinquennio del '90, tassi di crescita superiore a quella delle altre regioni del Sud.
- **Tra 99 e 2000 aumento del 6-7% delle presenze, fino al 10% nelle località costiere, crisi dell'entroterra.**

Si avvia un'intensa stagione di progettazione integrata nelle aree interne (Leader, PIT)



CAMBIA PARADIGMA TURISTICO-> Turismo dell'esperienza

Secondo B. Joseph **Pine** e James H. **Gilmore** ("The Experience Economy", 1999) la soddisfazione e la fidelizzazione del consumatore sono determinate dalla capacità delle organizzazioni di **superare le attese della domanda** con **proposte nuove** e del tutto **inaspettate** (Pine e Gilmore, p. 117).

LA FILOSOFIA DEGLI ATTRATTORI

Entrare nel circuito della comunicazione attraverso un prodotto che risponda ad una domanda di unicità e originalità per generare **reputazione** e **attrattività**, a partire dalle risorse dell'entroterra.



NOTORIETA'

REPUTAZIONE

ATTRATTIVITA'

I PILASTRI DELLA PROGETTAZIONE

1. non fosse tecnocratico ma condiviso -> l'animazione locale

2. Che mettesse a disposizione dei soggetti locali un expertise, una competenza ulteriore a quella che il territorio esprimeva;

2. Che creasse una collaborazione fattiva tra il mondo locale e l'expertise costituito per generare le condizioni di contesto affinché il progetto potesse generare risultati.

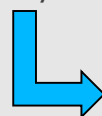


LA GRANCIA: UN PROGETTO DI AREA ESTESA

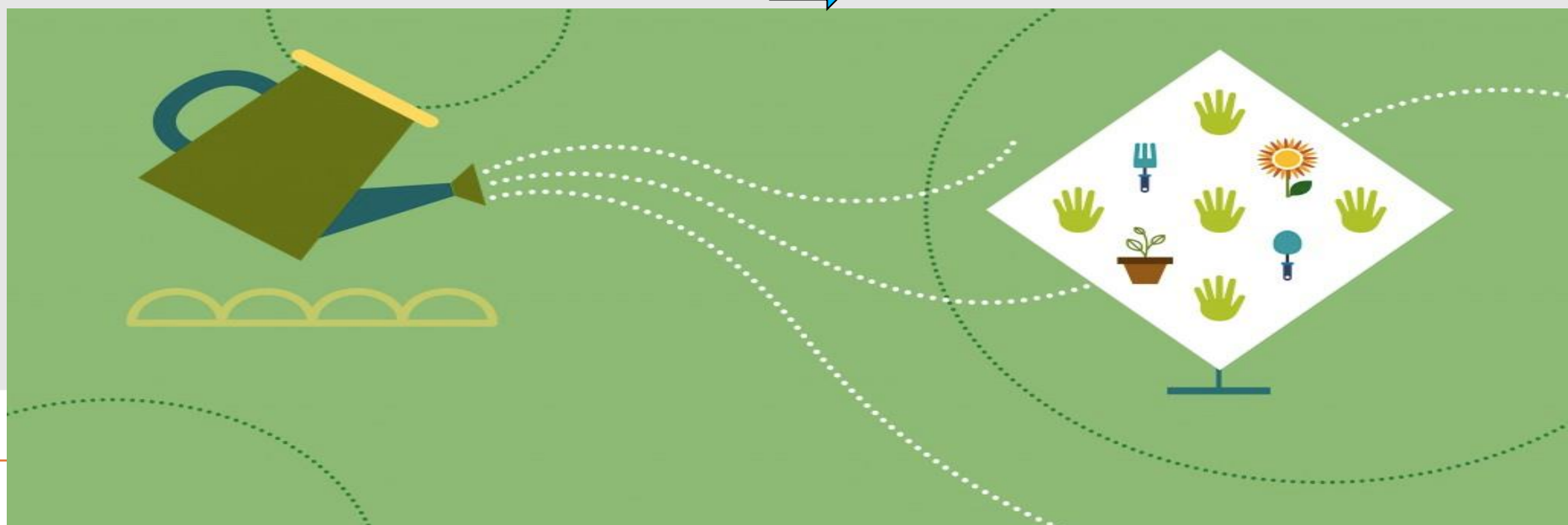
GRANCIA_> Nella foresta della Grancia a 3 km dal borgo **spazio unico di animazione in cui le diverse storie della Basilicata** (Federico II, Orazio, il brigantaggio) **attraverso diverse forme di rappresentazione in aree spettacolari organizzate secondo la logica del parco a tema.**

IRRADIAZIONI **nei comuni vicini**, in un **progetto di area estesa dove creare altre dimensioni di racconto e di fruizione.**

- Volo dell'Angelo nelle Dolomiti Lucane (da esempi visti nelle Alpi),
- Lagopesole multivisione su Federico II,
- Filano progetti di valorizzazione del pecorino,
- Vaglio interventi sull'area archeologica (Altimira)



NASCE POLITICA DEI GRANDI ATTRATTORI
Formalizzata nel piano turistico del 2008

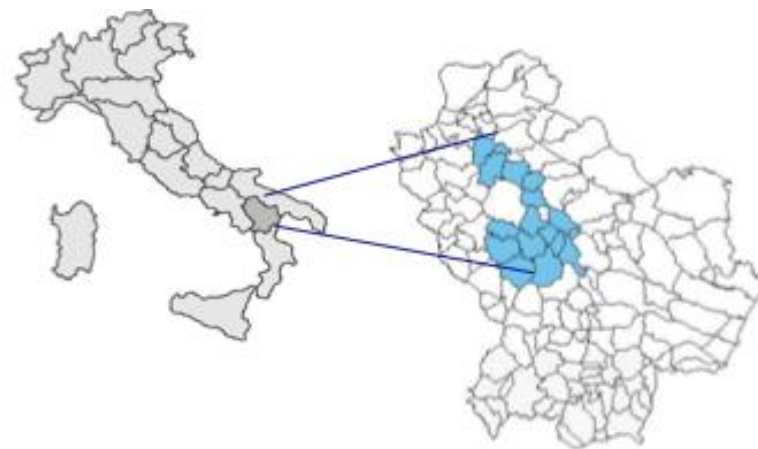




IL VOLO DELL'ANGELO A CASTELMEZZANO E PIETRAPERTOSA

Arroccati sulle **Dolomiti Lucane**, sono parte del **Parco Regionale del Gallipoli Cognato** (3 ZSC). Pietrapertosa è il comune più alto della Basilicata (1088 m s.l.m.). Soggetti a una grave crisi demografica, dal 2000 hanno perso il 19% della popolazione (oggi 1855 abitanti).

Classificati ai sensi della direttiva 75/260/CE come **zone agricole svantaggiate- comuni montani totalmente delimitati** e dalla strategia nazionale per le aree interne come **comuni periferici**.



IL VOLO DELL'ANGELO: i primi anni di attività

"Il progetto si avvia **nel 2002** quando si chiude l'intesa con il brevettatore di **fantasticable**. Con i **PIT** ci fu l'occasione per applicare il progetto. "Nel 2007 a un mese e mezzo dall'apertura complice il web capì che avevamo svoltato... **Il volo era diventato virale**"

Sindaco Castelmezzano

**+ 20% NEGLI ARRIVI
+ 59% NELLE PRESENZE
IN UN SOLO ANNO**



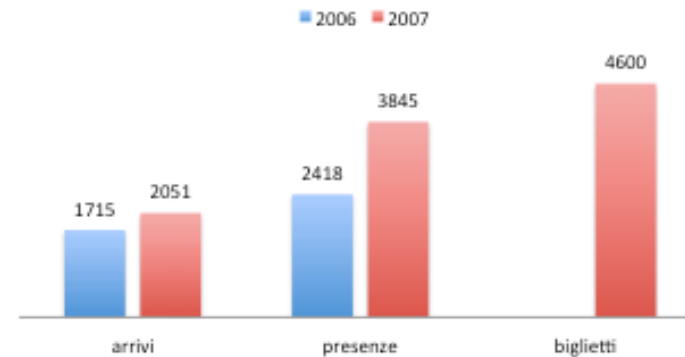
"Prima del volo le prospettive del paese erano negative. Posso reggere? Il volo ha dato una speranza."

Ristoratore Pietrapertosa, 2008

È qui, da queste creste inchiodate al cielo, che spiccano il volo angeli e streghe all'inseguimento dei falconi, principi delle vette, sul confine incerto fra veglia e sogno"

*Mimmo San Martino
Vito ballava con le streghe*

Confronto flussi turistici 2006-2007

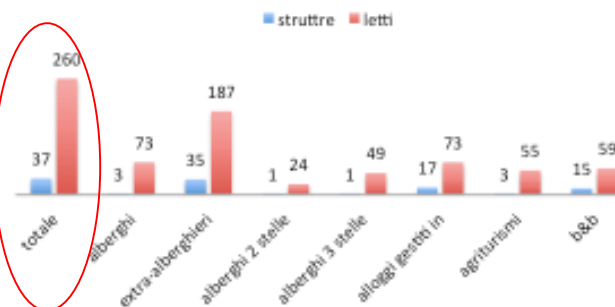


IL VOLO DELL'ANGELO: evoluzione dell'offerta e domanda turistica

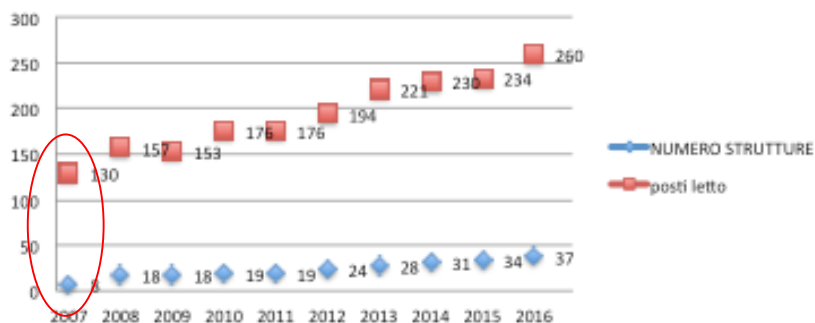
"Oggi nei paesi ci sono **37 strutture ricettive per 200 posti letto di eccellenza nel centro storico**, **6 ristoranti**, **2 pizzerie**, **5 bar**, **2 rivenditori di prodotti tipici** e **2 di souvenir**.

La vera sfida e la conseguente vittoria sta nel fatto che non c'è manipolazione da parte di un unico investitore ma **sono le famiglie del luogo che si sono date all'imprenditorialità turistica.** " *Sindaco Pietrapertosa*

Consistenza ricettiva al 2016



Andamento consistenza ricettiva nel decennio



RADDOPPIATA LA CAPACITA' RICETTIVA

- DA 2 A 15 I B&B
- DA 0 A 17 GLI ALLOGGI GESTITI IN FORMA IMPRENDITORIALE

IL VOLO DELL'ANGELO: il tessuto connettivo



IL PERCORSO DELLE SETTE PIETRE



LA VIA FERRATA



IL PONTE NEPALESE



ESCURSIONI IN QUOD



LE CICLOVIE E LA MONGOLFIERA



IL VOLO DELL'ANGELO: i punti di forza

COESIONE E COOPERAZIONE

- Il successo dell'iniziativa è derivato dal **connubio tra la politica**, determinante per la messa in campo dell'iniziativa e dei **cittadini** che sono andati a traino.
- Il volo ha agito da incentivo alla coesione territoriale, il mondo dell' **associazionismo** funziona benissimo.
- Siamo di fronte ad un **tessuto connettivo che va strutturandosi**: percorso delle sette pietre, il parco letterario, il ponte nepalese, i sentieri, i punti di osservazione ecc. ne sono la testimonianza.
- Per registrare la soddisfazione degli utenti abbiamo un **sistema di raccolta delle opinioni** per le strutture ricettive e per gli utenti del volo.

INNOVAZIONE OFFERTA E ASCOLTO CLIENTELA

COMUNICAZIONE

- il **web** ha ingigantito le potenzialità dell'attrattore
- La **stampa internazionale** si è occupata del volo (campagna Alitalia)
- il **cinema** grazie al volo si è accorto della bellezza di questi luoghi



IL VOLO DELL'ANGELO: un bilancio nel decennio



- 23 VISITATORI PER ABITANTE
- IL 53% DEI RESIDENTI LAVORA NEL SETTORE "INTRATTENIMENTO E TEMPO LIBERO"
- 70% DI ESCURSIONISMO
- 27% DI UTILIZZO DELLA CAPACITA' RICETTIVA NEL MESE DI PUNTA DEL VOLO

Sono in aumento i pernottamenti, passati da 1 a 3 notti in Agosto. Stiamo vivendo **in osmosi con Matera** (Capitale Europea della Cultura 2019)
Sindaco Castelmezzano

"Il distretto turistico di Castelmezzano e Pietrapertosa è un piccolo modello di sviluppo economico. Il volo è stata l'occasione per valorizzare un territorio unico permettendo di vivere un'esperienza altrettanto rara"

Società Consortile Volo Dell'Angelo

1 OPERATORE SU 4 CITA LE DOLOMITI LUCANE COME META DI ESCURSIONI GIORNALIERE, SUBITO DOPO MATERA

Indagine sull'impatto turistico di Matera Basilicata 2019- FEEM

PERCHE' IL VOLO E' UNA BUONA PRATICA

1. Perché nella valutazione delle politiche di sviluppo occorre **misurare non solo la crescita economica ma anche la crescita qualitativa** declinata in termini di coinvolgimento, coesione e benessere della comunità.

1. Perché il capitale sociale del territorio si è dimostrato “attivo” o “attivabile”, cioè capace di **sviluppare una visione creativa del futuro, di anticipare e prevedere scenari.**

1. Perché la governance tangibile, ovvero le unità locali di governo, hanno saputo interagire con la **governance intangibile**, ossia con la società civile e il capitale sociale che opera sul territorio, per **promuovere insieme e in modo paritario l'azione collettiva.**

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

marcella.defilippo@feem.it