

Dall'Oasi Fiume Alento all'area interna del Bacino dell'Alento

Proposta per la costruzione di un sistema territoriale turistico

Cooperativa Cilento Servizi

Settembre 2018

Indice

1. Premessa	3
2. Il senso della proposta	5
3. Il Modello Oasi Fiume Alento	6
4. Costruire un sistema di accoglienza turistica nel Bacino dell'Alento	8
5. L'estensione del modello di accoglienza turistica dell'Oasi al Bacino dell'Alento	10
6. Obiettivi strategici	12
7. L'Oasi come piattaforma e la Cooperativa come Destination Manager	17

1. Premessa

Il presente documento è un contributo della Cooperativa Cilento Servizi, che gestisce il complesso Oasi Fiume Alento (sito in Località Piano della Rocca a Prignano Cilento) di proprietà del Consorzio di Bonifica Velia, a mettere a punto una strategia che mira a promuovere lo sviluppo nel Bacino dell'Alento di nuovi turismi - rurale, naturale, ambientale, culturale, ricreativo, gastronomico, sportivo, ecc. -, in aggiunta al turismo balneare. Nuovi turismi che, a livello nazionale ed internazionale, stanno conquistando fette sempre più ampie nel mercato delle vacanze non convenzionali.

In virtù dell'esperienza maturata nella costruzione di un modello di gestione che riteniamo possa essere considerato di successo, la Cooperativa ha deciso di uscire dall'ambito dell'Oasi Fiume Alento, di aprirsi al territorio e mettere a disposizione delle amministrazioni e degli operatori locali le proprie conoscenze e competenze per promuovere un cambiamento di indirizzo e avviare un processo di crescita basato sull'autosviluppo.

Le riflessioni che seguono incorporano le considerazioni, le analisi, gli obiettivi puntualmente individuati nell'ambito del piano territoriale integrato Parkway Alento ed illustrano l'approccio operativo che può essere seguito per costruire un sistema territoriale turistico in grado di accogliere in modo diffuso consistenti (per quanto sostenibili) flussi turistici delle tipologie sopra indicate.

Parkway Alento è un piano finalizzato a promuovere lo sviluppo equilibrato, sostenibile e inclusivo dell'area del Bacino dell'Alento attraverso la valorizzazione del patrimonio locale di risorse infrastrutturali, turistiche, paesistiche, ambientali e agricole. Per la sua realizzazione è stato sottoscritto un Accordo Quadro (AQ) in data 30 giugno 2016 dai rappresentanti legali del Parco Nazionale Cilento Vallo di Diano e Alburni, delle Comunità Montane Gelbison Cervati e Alento Monte Stella, di 23 Comuni ricadenti nel Bacino, del Consorzio di Bonifica Velia e della Fondazione Alario per Elea-Velia. Successivamente, all'Accordo ha aderito anche la Regione Campania.

Il nuovo indirizzo europeo offre una grande occasione per il rilancio dei territori rurali delle aree interne, attraverso la promozione e il finanziamento di interventi per la valorizzazione e la conservazione del capitale naturale e culturale e dello sviluppo sostenibile secondo il nuovo paradigma della *green economy*. Tutte le iniziative in atto a livello europeo invitano infatti i Paesi membri a promuovere azioni capaci di conservare i sistemi rurali, di valorizzare gli aspetti storico-culturali e di incentivare con iniziative ecocompatibili le popolazioni che ancora presidiano i territori collinari e montani. Il finanziamento delle diverse azioni previste dal Piano è rispondente e coerente anche con gli obiettivi della Programmazione Unitaria della Regione Campania, che sono quelli di:

- utilizzare in base a principi di efficienza, efficacia ed economicità i fondi messi a disposizione dalla programmazione 2014-2020 e dalle fonti di finanziamento nazionali e regionali;
- programmare e realizzare strategie per la crescita, la competitività e l'occupazione dei territori, in un quadro di sostenibilità ambientale e di inclusione sociale;
- aggregare su base territoriale le misure per la crescita dei fattori di competitività dei territori, utilizzando risorse finanziarie nazionali e comunitarie in un'ottica di complementarietà e integrazione.

Il territorio del Bacino dell'Alento (40mila ettari circa) non è stato particolarmente aggredito da nuovi insediamenti (a parte alcuni tratti di costa e di pianura lungo le principali direttrici stradali)

e si è quindi ben conservato nei suoi aspetti paesaggistici e naturalistici. Le popolazioni locali (circa 46 mila abitanti) vivono in 23 comuni e nei secoli hanno saputo ben integrare le attività agricole, maggiormente presenti nel settore medio e basso, con gli elementi più caratteristici della natura e dei paesaggi tipici del piano collinare e submontano del Cilento. Oggi, è praticamente impossibile tenere separata la valenza naturalistica da quella storica e paesaggistica in questo contesto. I versanti della valle (Monte Stella, Monte Gelbison e rilievi dello spartiacque con il fiume Calore) sono a prevalente vocazione rurale. Accanto alla produzione agricola intensiva del fondovalle, il Bacino si caratterizza infatti anche per la presenza di produzioni di qualità legate alle varietà locali (fico, ceci, fagioli, vini, olio di oliva, etc.). Il comune di Vallo della Lucania rappresenta localmente un polo urbano importante per la concentrazione di servizi ed attività nel settore terziario. La fascia costiera è caratterizzata dal peso del settore turistico balneare e da attività ad esso correlate.

Coerentemente con le vocazioni del Bacino, il partenariato promotore del piano Parkway Alento ha individuato obiettivi e azioni per uno sviluppo integrato sostenibile basato su:

- lo sviluppo dell'agricoltura locale sostenibile, con particolare riferimento alle produzioni agricole biologiche e alle attività agricole multifunzionali;
- l'introduzione di nuovi turismi - rurale, naturale, ambientale, culturale, ricreativo, gastronomico, sportivo, ecc. -, in aggiunta al turismo balneare.

Ciò al fine di ridurre le condizioni di svantaggio culturale e di disagio economico e occupazionale che caratterizzano il territorio e di *"attivare meccanismi di sviluppo territoriale che spingano verso la formazione di un sistema organizzativo e di mercato maggiormente evoluto rispetto a quello attuale, dove qualificare ed incrociare una domanda diversificata di prodotti e servizi, con una altrettanto articolata offerta"*¹.

L'Accordo Quadro prevede che:

- il Parco Nazionale del Cilento Vallo di Diano e Alburni svolga compiti di coordinamento e di indirizzo del processo di realizzazione del programma Parkway Alento;
- il Consorzio di Bonifica Velia operi quali "soggetto attuatore" per:
 - la realizzazione degli interventi di rinaturalizzazione e riqualificazione della fascia idrografica dell'Alento;
 - il completamento della strada Diga Alento – Stio;
 - la costruzione di una condotta duale al servizio del litorale Ascea-Casalvelino;
 - la ristrutturazione dell'area mercatale di Casalvelino Scalo;
 - la realizzazione di interventi a favore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale locale volti alla valorizzazione delle produzioni della Dieta Mediterranea riconosciuta dall'Unesco come patrimonio dell'umanità;
- la Fondazione Alario per Elea – Velia svolga i compiti di *"organo operativo"*, limitatamente alle attività formative e di miglioramento del capitale umano.

Per l'attuazione degli interventi indicati nel piano Parkway Alento, i sottoscrittori dell'AQ hanno avviato le procedure per pervenire alla stipula di un Accordo di Programma (AP) con la Regione Campania e per poter attingere a risorse dalle fonti finanziarie disponibili.

¹ Accordo quadro per lo sviluppo territoriale del Bacino dell'Alento

2. Il senso della proposta

Ragionare sull'organizzazione di un sistema di accoglienza turistica diffusa nell'area interna del Bacino dell'Alento significa provare a fornire un contributo rispetto al tema della riorganizzazione e riqualificazione dell'offerta turistica del Cilento, partendo dalla considerazione che oggi, quest'area si misura e compete innanzitutto con i territori turistici della Puglia, della Calabria e della Basilicata, ma anche con tutte quelle mete turistiche che offrono la vacanza *sole-mare low-cost* in giro per il mondo. Oggi, in Cilento il turismo investe quasi unicamente la linea costiera con un prodotto balneare medio-basso di carattere regionale e stagionale, mentre l'ampia area interna, seppure forte di una notevole valenza naturalistico-ambientale (il Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano è stato inserito nel 1997 nella rete delle Riserve della Biosfera del programma MAB - *Man and Biosphere* - dell'UNESCO ed è iscritto dal 1998, come paesaggio culturale, nella *World Heritage List* dell'UNESCO) e di numerose vocazioni minori, ma significative - cultura, archeologia, tradizioni, folklore, gastronomia e produzioni tipiche agro-silvo-pastorali di qualità -, pur presentando eccellenti potenzialità in termini di implementazione di nuovi prodotti turistici (si pensi, ad esempio, ai borghi storici, valorizzabili anche in chiave di "*alberghi diffusi*" per l'accoglienza), è al momento esclusa e soffre ancora dei negativi fenomeni dell'emergenza occupazionale, dello spopolamento (con la fuga dei giovani) e dell'invecchiamento della popolazione. Attualmente, quindi, in Cilento prevale una offerta di prodotti turistici che trascura risorse di pregio, perché non se ne comprende ancora, in modo sufficiente, il forte potenziale attrattivo e l'importanza della qualità del prodotto.

La Cooperativa Cilento Servizi è consapevole che il contesto cilentano, come la storia locale ci insegna, si caratterizza per carenze e incapacità organizzative e di coordinamento tra i diversi livelli istituzionali, per cui ritiene fondamentale e prioritario assumersi la responsabilità di svolgere un ruolo di capofila nello strutturare un programma che, per superare l'insieme delle criticità che hanno condizionato precedenti esperienze di programmi integrati, tenga in doverosa considerazione una concreta pianificazione di gestione, che possa determinare una sostenibilità economica e una massima ricaduta economica, sociale e occupazionale.

La logica di partenza è lavorare su quanto è disponibile, nel senso che il programma punta soprattutto a dare valore a quanto già esiste, rifunzionalizzando e riorganizzando i luoghi della residenza, delle produzioni, del paesaggio, della memoria, ecc., le architetture storiche, i vecchi edifici pubblici non utilizzati, le attività tradizionali e tutte le energie locali, razionalizzando e finalizzandole a servizio di una unica idea di sviluppo. Non un catalogo di idee, progetti e risorse, ma una strategia che organizzi il territorio e i processi.

La nostra strategia, quindi, mira a formare le condizioni e le occasioni per costruire e rivitalizzare iniziative imprenditoriali nei settori del turismo verde e si propone da un lato di legare azioni e attività al più ampio disegno di sviluppo territoriale, dall'altro a perseguire il reale coinvolgimento delle popolazione, in particolare degli attori locali, al fine di realizzare un percorso di sviluppo del territorio condiviso e partecipato.

Il compito essenziale di un programma strategico è quello di creare tutti i presupposti affinché tutti i Comuni e tutti gli attori nel territorio non agiscano in maniera disgiunta e autoreferenziale, ma attraverso un'unica visione condivisa e un'unica linea guida operativa per creare una interrelazione tra il territorio e tutti i soggetti, attori economici e sociali, tale che il turismo rurale possa offrire crescita e l'opportunità di promozione e commercializzazione dei prodotti dell'artigianato e delle produzioni agricole tipiche.

Per uno sviluppo sostenibile e duraturo è necessario passare da una logica turistica puntuale (Comune per Comune) ad una logica di offerta turistica integrata di area vasta, concepita come

insieme di attività, servizi e fattori attrattivi che siano in grado di sollecitare nuovi meccanismi di crescita socio-economica.

3. Il Modello Oasi Fiume Alento

Per quanto riguarda specificamente l'area interna del Bacino dell'Alento, in questi anni è emersa e si sta consolidando la "buona pratica" costituita dall'Oasi Fiume Alento (che comprende anche un Sito d'Importanza Comunitaria), a valle e a monte della diga di Piano della Rocca, che è diventato un "grande attrattore" naturalistico-ambientale gestito dal 2006 dalla Cooperativa Cilento Servizi, con più di 45 mila visitatori paganti all'anno (dal 1° marzo al 1° novembre, per un terzo studenti).

L'Oasi Fiume Alento sta dimostrando che è possibile sia realizzare grandi opere pubbliche e gestire con successo e professionalità l'ambiente a beneficio dell'occupazione e degli abitanti (con la diga e i suoi sistemi di controllo e gestione, il potabilizzatore, la centrale idroelettrica, il centro di monitoraggio Iside) sia valorizzare turisticamente un territorio interno del Cilento, facendo educazione ambientale e divulgazione tecnico-scientifica, in particolare, legata alle problematiche della tutela della risorsa idrica e della valorizzazione del patrimonio culturale e naturale locale.

Oggi, l'Oasi Fiume Alento dispone di un ampio spazio coperto nel quale è stato realizzato un centro polifunzionale di accoglienza e di informazione per i visitatori, un ristorante, un attrezzato market dove si vendono i prodotti tipici del luogo, una sala convegni, laboratori didattici, uffici, una foresteria e altri servizi per i visitatori. Come area territoriale, l'Oasi comprende:

- l'alveo del fiume Alento, a valle della diga, per la lunghezza di 8 Km e con 65 ettari di terreno, un tempo allagati dalle piene;
- 8 ettari di zone umide dove vivono vari animali, fra cui si registra la presenza della lontra e di più di ottanta specie di uccelli;
- un parco attrezzato nell'area a valle della diga, arricchito da un laghetto artificiale di 5.000 mq, alimentato da una fontana, una piazza, un parco-giochi per bambini, un campo per il tiro con l'arco, un'area di sosta per pic-nic, un bar, un ristorante, una foresteria, una cappella, una sala convegni, un orto botanico, ecc.;
- due oasi, di cui una costituita dall'area naturalistica a monte della diga lungo la fascia di rispetto circumlacuale dell'invaso, lunga 13 km, larga da 40 a 60 metri e attraversata da una pista ciclo-pedonale, e un'altra lungo le sponde del fiume Alento che comprende sette stagni fuori alveo, il laghetto Fiumicello, percorsi pedonali, punti di osservazione per *birdwacting*, ecc.;
- la presenza degli assortimenti vegetali tipici dell'area cilentana che rende il luogo di particolare bellezza;
- la diga di Piano della Rocca, gli impianti di potabilizzazione e l'area tecnologica (cunicolo d'ispezione e centro servizi per il monitoraggio dell'opera) che sono parte degli itinerari turistico-didattici dell'Oasi e rappresentano le prime grandi opere "moderne" e tecnologiche realizzate in Cilento.

A breve è prevista inoltre la realizzazione di due piste ciclo-pedonali attrezzate, a destra e a sinistra del fiume Alento, da Piano della Rocca alla foce marina del fiume nella piana di Casal

Velino-Ascea, comprensive di opere di rinaturalizzazione e riqualificazione della fascia idrografica dell'Alento.

In questi anni l'esperienza positiva della Cooperativa Cilento Servizi nella gestione dell'Oasi Fiume Alento, ha dimostrato che beni naturalistici, ambientali e gastronomia possono essere leve di crescita e di sviluppo socio-economico del territorio. Oggi, infatti, la Cooperativa occupa circa 30 persone, essenzialmente donne e giovani in buona parte laureate e sottratte all'emigrazione verso altre aree, impegnate nella tutela e valorizzazione dell'ambiente e del paesaggio, nella manutenzione del verde, nella raccolta differenziata dei rifiuti, nell'offerta ai visitatori, alle scuole, ai gruppi organizzati, alle famiglie, di visite guidate, laboratori didattici, escursioni, gite in battello, percorsi naturalistici, itinerari in bicicletta, a cavallo, ecc..

E' grazie a questo impegno, che l'Oasi Fiume Alento è divenuta un polo multifunzionale di importanza regionale, interregionale, nazionale ed internazionale per lo svolgimento di attività sportive, ricreative, didattiche ed escursionistiche che riscuote grande interesse presso larghe fasce di pubblico ed in particolare fra i giovani studenti di scuole di ogni ordine e grado provenienti non solo dalla Regione Campania, ma anche dalle regioni vicine, tra cui il Lazio, la Puglia, la Lucania e la Calabria. Un attrattore turistico, sportivo, ricreativo, naturalistico ed ambientale in grado di offrire ai turisti della costa, ai visitatori provenienti dalle aree metropolitane, ai giovani delle scuole e ai cultori della natura un centro di educazione ambientale e di divulgazione tecnico-scientifico, un luogo di *birdwatching*, di svago, di visite guidate, di percorsi didattici, di passeggiate a piedi, a cavallo, in bicicletta con pedalata assistita o in *mountain-bike* e di attività sportive (canottaggio, tiro con l'arco, pesca, equitazione, ecc.).

E' evidente, alla luce delle riflessioni finora svolte, che il modello di accoglienza turistica sviluppato nel complesso Oasi Fiume Alento dalla Cooperativa Cilento Servizi ScpA può essere esteso all'intero territorio del Bacino dell'Alento, con l'obiettivo di dare avvio ad una nuova stagione, ad un nuovo corso per uno sviluppo economico del territorio che sia legato al turismo naturalistico esperienziale sostenibile.

Oggi – a differenza di un passato non molto lontano quando il *tempo libero* era opposto e residuale al *tempo della produzione* – il turismo è uno degli ambiti in cui si rappresentano e prendono forma bisogni e desideri di una società complessa e pulviscolare. La vacanza si è trasformata: da momento rigenerativo a *pratica interattiva* dove vivere *l'individualità* delle emozioni, la *soggettività* delle esperienze e la *comunità* degli stili di vita e delle pratiche relazionali di consumo. La vacanza si è quindi individualizzata, personalizzata, *tribalizzata*. E' diventata *un ambiente* sempre più perturbato da sensibilità e culture che alimentano nuove e diverse rappresentazioni e *visioni del mondo*.

In relazione a questo processo evolutivo che interessa la *molecolarizzazione* dei comportamenti di vacanza, il confronto tra località turistiche si espande, superando la retorica della "*bellezza del luogo*", per ridefinirsi nei concetti di qualità dell'offerta turistica, di specificità e caratterizzazione del sistema territoriale, di risorse e di abilità comunicative/relazionali. Al centro di questo complesso passaggio vi è quindi una nuova e diversa semantizzazione del territorio: ambiente naturale ed ecologico, ma anche luogo antropomorfo, luogo dell'esperienza segnata dall'incontro, dall'ibridazione, dal mutamento. In questo senso, il territorio assume un nuovo valore che rimanda alla sua capacità di offrirsi ai visitatori come risorsa finalizzata alla realizzazione di *esperienze culturali*.

Forse, e per questo, il Bacino dell'Alento può essere rivisitato e valorizzato secondo nuove prospettive che non ripercorran "*tardi e male*" ciò che è stato sperimentato e superato altrove nell'ambito del fenomeno del turismo di massa, ma assumano consapevolezza delle sue

peculiari risorse di natura ambientale, culturale, sociale ed imprenditoriale e – in relazione a questo processo di ri/assunzione di una propria identità – si apra alla sperimentazione, all'innovazione ed alla produzione di immagini e di percorsi di futuro nei quali il *turistare* identifichi nuovi e creativi sentieri di sviluppo socio-economico per le comunità locali.

4. Costruire un sistema di accoglienza turistica nel Bacino dell'Alento

E' a partire dall'Oasi Fiume Alento, dall'esperienza consolidata all'interno di questo "grande attrattore" ambientale, lavorando per una sua piena integrazione con il territorio, che la Cooperativa Cilento Servizi ritiene che sia possibile provare a costruire un sistema territoriale per l'accoglienza turistica diffusa dell'area interna del Bacino dell'Alento.

Si tratta di progettare, confezionare e offrire un prodotto turistico informato da una cultura sistemica, che a partire da un insieme di *greenways* (una rete attrezzata di "percorsi verdi" per la "mobilità dolce", non motorizzata) fortemente integrate con le diverse risorse presenti nel contesto (borghi, paesaggi, aziende agricole ed artigianali, etc.), sia in grado di valorizzare le specifiche connotazioni territoriali in modo sostenibile tutto l'anno, anche nei periodi di bassa stagione, coinvolgendo la pluralità degli attori territoriali (dalle amministrazioni locali alle aziende agricole e della ristorazione).

Il Bacino dell'Alento è caratterizzato da numerose linearità, naturali ed antropiche - fiumi, canali di bonifica, piste in terra battuta, strade interpoderali, sentieri e antichi percorsi devozionali - che per le loro caratteristiche lo rendono un luogo ideale in cui attivare delle *greenways*. Se in passato la funzionalità dei sentieri è stata pienamente assolta dalle popolazioni locali e quindi questi percorsi hanno servito egregiamente ai loro scopi di mobilità, da quando si è verificato lo spopolamento dell'ambiente montano e collinare e si è generalizzato l'uso dell'auto privata da parte dei residenti, essi sono stati progressivamente abbandonati. Oggi, con le nuove opportunità offerte dal turismo rurale, questi percorsi rappresentano una grande occasione per mettere a sistema tutte le risorse significative presenti nel contesto per dare vita ad un sistema turistico integrato.

Il turista "compra" la sua temporanea fruizione di un territorio specifico, se e in quanto i gestori del territorio hanno organizzato le condizioni affinché questo proponga occasioni di conoscenza, di benessere, di curiosità, di emozioni, di esperienze, di socializzazione, di incontro, di avventura. Queste occasioni vanno perciò individuate, riconosciute, organizzate e, periodicamente, verificate nel gradimento e sottoposte ad un *check-up* per essere rimesse a punto. Infatti, se il turismo è fruizione di un territorio, offerto sul mercato per venire negoziato, allora esso è sottoposto alle dinamiche del mercato, alla concorrenza, al gusto del consumatore, con tutto quello che ciò comporta.

Nessun territorio può ritenere di riuscire a gestire un'offerta di qualità a molti livelli, mirata a molti *target* di consumatori, perché questa ambizione genera confusioni, conflitti e un uso distorto delle risorse rispetto alle specificità che il territorio, nel rispetto della sua vocazione, può proporre. Bisogna fare delle scelte, partendo dalla lettura del territorio, dalla valutazione delle risorse endogene e dall'inventario di quanto è necessario per poterle valorizzare.

In questa prospettiva, "turismo" sono i prodotti che il territorio vende in loco a consumatori esterni, temporaneamente presenti sul territorio stesso. Questi consumatori, di provenienze, lingue e culture diverse, sono destinati a crescere, perché la mobilità è una conquista sociale ed il suo uso a fini di conoscenza, ricreazione, riposo, etc., è un diritto.

L'offerta turistica può essere configurata come integrazione di funzioni diverse, mentre il "*prodotto*" turistico può essere definito come opportunità e capacità di realizzare una integrazione fra le caratteristiche proprie del territorio e le abilità imprenditoriali locali. Le caratteristiche proprie del territorio sono i fattori da cui dipende la funzione di attrazione di una località, le caratteristiche paesaggistiche, naturalistiche, ricreative o culturali in genere offerte nel complesso dal luogo di visita. In questo senso, il valore del prodotto turistico è legato tanto alla sua unicità ambientale, culturale, alla sua specifica configurazione paesaggistica, alle condizioni climatiche, quanto alla presenza di stili di vita e tradizioni – culturali, agricole gastronomiche, etc. -, alla produzione artigianale tipica, alla disponibilità puntuale di emergenze naturalistiche e di richiami specifici.

Le abilità imprenditoriali locali, invece, rimandano alla dotazione di servizi e alla capacità di fare accoglienza: condizioni indispensabili per la realizzazione del viaggio, del soggiorno o della vacanza. Se, infatti, è solo a partire dal territorio che il prodotto turistico acquisisce ricchezza e complessità, e soprattutto quelle connotazioni specifiche che ad esso conferiscono carattere di unicità e irripetibilità, si può altrettanto dire che l'offerta turistica presuppone cinque elementi da cui è impossibile prescindere: l'*accessibilità*, la *ricettività*, l'*accoglienza*, gli *eventi* e l'*idea forza*. Se il prodotto turistico è un prodotto eminentemente territoriale, localistico, l'esperienza turistica, o la fruizione/consumo di tale prodotto, implica il coinvolgimento - esplicito o implicito, diretto o indiretto - dei cinque elementi richiamati:

- la dotazione di infrastrutture di medio raggio che consentano una facile *accessibilità* alla località (localizzazione logistica, raggiungibilità dai bacini di origine dei turisti e sua gestione);
- la presenza di strutture residenziali o di ospitalità a carattere complementare che assicurino appropriati livelli di *ricettività*;
- l'organizzazione di servizi di base a livello territoriale (ad esempio, la gestione dei rifiuti, la depurazione delle acque, la viabilità e i trasporti locali; i servizi sanitari, sociali, informativi, ecc.), atti a garantire la fruibilità, l'attrattività e vivibilità (qualità della vita) del luogo in termini di *accoglienza*, nell'accezione più ampia della *qualità del sistema territoriale* (qualità degli enti locali, del servizio ferroviario, del paesaggio e dell'ambiente, ecc.);
- la creazione e la promozione di *eventi* culturali e occasioni di *loisir* adeguati;
- un'*idea forza*, un'*identità territoriale*, condivisa, sulle risorse endogene valorizzabili in modo sostenibile, che costituisca punto di coordinamento ideativo e organizzativo, nonché di immagine.

In altri termini, si tratta di adottare un approccio sistemico per la valorizzazione turistica del territorio che conseguentemente implica comportamenti organizzativi condivisi e una logica di concertazione tra tutti gli attori interessati sulle strategie di messa a punto, sviluppo e promozione del prodotto turistico che si intende promuovere e vendere. La creazione di un'offerta turistica territoriale presuppone che tra gli interessi locali ci siano solidarietà e integrazioni operative: che si faccia sistema, che si faccia rete, che si programmino in modo coerente delle attività e dei servizi di accoglienza, che si fissino degli standard di arrivo e di risultato.

5. L'estensione del modello di accoglienza turistica dell'Oasi al Bacino dell'Alento

La strada da perseguire per costruire un'offerta turistica attraente, qualificata e ricca nel Bacino dell'Alento deve dirigersi verso la valorizzazione della diversità delle singole aree che compongono il territorio e, quindi, mettendo in campo strategie mirate all'integrazione tra offerta ricettiva e quella di prodotti o servizi inerenti l'enogastronomia, l'ambiente, i nuovi paesaggi dell'energia rinnovabile (come l'Oasi Fiume dell'Alento), la mobilità lenta e la sentieristica a basso impatto ambientale, le produzioni tipiche ed identitarie del territorio, l'artigianato, ma anche i servizi di *wellness* e gli eventi culturali identitari (ad esempio, Velia Teatro nell'Area Archeologica di Elea-Velia; le fiere di S. Lucia o della Frecagnola a Cannalonga; Jazz in Laurino; Mojoca a Moio della Civitella; Gli Antichi Suoni a Novi Velia; i Ciccimaritati a Stio; Settembre dei fichi ad Orria; ecc.).

Alcune esperienze concrete locali e nazionali ci dimostrano che sul piano turistico prosperano, tra i diversi territori, quelli che hanno orientato la propria offerta verso il salutismo, quelli che offrono esperienze ben segmentate (ad esempio, cicloturismo, escursionismo, enogastronomia), quelli che sono riusciti a spettacolarizzare/teatralizzare attività e lavori ormai distanti dal vissuto comune di coloro che vivono nelle aree metropolitane (produzione di prodotti tipici, pescaturismo, etc.) e quelli che hanno messo a punto nuove forme di *slow travel* per una fruizione integrata di visite, di lettura dei paesaggi e dei beni culturali, di rapporto con gli abitanti, di consumo di prodotti dei territori, di ascolto e comprensione di tradizioni artistiche e culturali. Soprattutto trova successo chi correda questa attività di comprensione dei nuovi bisogni e delle peculiari sensibilità dei clienti con una efficace attività di promozione e soprattutto con l'offerta di sperimentare nuove esperienze di qualità.

In ogni caso, la chiave del successo è che attività ricettive, servizi, attrattività e promozione devono avere un unico indirizzo, quello della definizione di un posizionamento qualitativo di mercato soddisfacente e competitivo, che deve essere realmente condiviso in profondità, stabilendo regole di comportamento e di operatività da seguire da parte di tutti i soggetti interessati e coinvolti. L'ottimizzazione dei modelli di qualità delle strutture e il miglioramento dei livelli di professionalità devono venire accettati come impegni comuni e condizioni per incrementare nel tempo la qualità di servizi erogati e posizionamento di mercato e per arrivare a costruire forme di filiera e di rete sistemiche che assicurino sinergie sul territorio. La "*filiera*" turistica (alberghi, ristorazione, campeggi, bed & breakfast, agriturismo, affitto case e camere, alberghi diffusi, eventi culturali, sagre e feste paesane, ecc.) compete insieme ai luoghi a tal punto da intravedere l'esigenza, come d'altronde già fatto in alcune realtà del Paese, di sviluppare la costituzione di veri e propri "*distretti turistici*".

Tutto ciò rimanda alla dimensione associativa e di *partnership* tra gli operatori del territorio, cioè alla capacità di "*fare sistema*" e formare una adeguata "*massa critica*" di risorse, competenze e servizi che conferisca all'area territoriale riconoscibilità e facile individuabilità. Le esperienze più avanzate e di successo oggi in Italia evidenziano in forma più immediata la necessità di porre al centro dell'attenzione le potenzialità di una cooperazione basata su sinergie, specializzazioni complementari e coordinamento imprenditoriale ed istituzionale. E' infatti anche su questa base che si vanno delineando differenziali competitivi non trascurabili tra aree nelle quali è diffusa la consapevolezza dell'importanza dei fattori di contesto e di sistema ed aree dove questo processo non è ancora giunto ad uno stato di maturazione apprezzabile. Il successo di un sistema turistico locale dipende proprio dalla capacità di progettare e governare una realtà complessa, sistemica appunto, agendo nel contempo almeno sui cinque fronti distinti (richiamati

più sopra al punto 4) dell'accessibilità, ricettività, accoglienza, eventi e idea forza ed operando con precise e mirate politiche di promozione, comunicazione e vendita.

E' a partire da questo tipo di considerazioni che la Cooperativa Cilento Servizi ritiene di poter svolgere nei confronti delle comunità locali, degli amministratori pubblici, degli operatori del settore turistico-economico-ambientale e, più in generale, della cittadinanza, un'azione di animazione, stimolo ed accompagnamento finalizzata alla costruzione di un sistema territoriale per l'accoglienza turistica diffusa del Bacino dell'Alento.

In particolare, una efficiente ed efficace messa a sistema del territorio per l'accoglienza turistica deve necessariamente essere supportata da:

- un'attività di ascolto ed accompagnamento delle comunità locali alla progettazione e realizzazione del sistema, con particolare attenzione, oltre che agli operatori propriamente turistici, agli operatori agricoli, agli artigiani, alle piccole attività commerciali, ai giovani intorno ai temi del fare impresa e del fare comunità per costruire un territorio accogliente e del "*buon vivere*";
- la sperimentazione – da parte della Cooperativa Cilento Servizi – nella creazione, promozione e vendita di pacchetti turistici per una utenza che vuole esplorare le aree interne del Bacino dell'Alento attraverso un insieme di *greenways* che possono essere realizzate utilizzando sentieri, percorsi e strade rurali che collegano l'Oasi Fiume Alento con i comuni ad essa più vicini – Castelnuovo, Cicerale, Magliano Vetere, Monteforte, Omignano, Orria, Perito, Prignano, Salento, Sessa, Stio. Percorrendo le *greenways* sarà possibile svolgere attività ludico-ricreative, nonché visitare siti di interesse storico-culturale, naturalistico, aziende agricole e altre attività economiche locali. Si tratta di mettere a punto dei pacchetti turistici che facciano leva sui temi del turismo naturalistico/ambientale e del "*viaggio lento*" (a piedi, in bicicletta, a cavallo o con l'asino, in canoa, etc.) e che consentano di poter visitare i luoghi, usufruire di servizi di ospitalità e ristorazione (compresa la ristorazione a casa, secondo la formula del *home restaurant*, che consente di mangiare i piatti che normalmente si cucinano per il pranzo in famiglia in Cilento) e partecipare ad eventi identitari (sagre, feste, ecc.) presenti sul territorio, in modo da estendere il loro periodo di soggiorno in loco nel tempo ed allargare al territorio circostante le possibili ricadute economiche del flusso turistico. Pacchetti turistici organizzati dalla Cooperativa che prevedano, oltre alla visita all'Oasi Fiume Alento, anche il noleggio di biciclette o di veicoli elettrici, percorsi a piedi o a cavallo, il pernottamento presso agriturismi o bed & breakfast del territorio, la percorrenza di itinerari (sentieri, percorsi e strade rurali), la visita guidata di borghi, frazioni ed altre emergenze storico-culturali disseminate un po' dappertutto nelle campagne (238 sono le tipologie di architetture e micro-architetture censite dal Parco Nazionale nel Bacino e comprendono masserie, case coloniche, case contadine, chiese, cappelle, eremi, stazzi, tratturi, terrazzamenti, mulini, carcare, ponti in pietra, pozzi, frantoi, fontane, abbeveratoi, opere di captazione, conservazione e trasporto dell'acqua, ecc.) boschi, orti, artigianato, la visita di aziende agricole e di trasformazione dei prodotti agricoli e la consumazione di pranzi e cene presso la ristorazione tipica locale;
- un potenziamento da parte della Cooperativa Cilento Servizi del proprio servizio di informazioni e assistenza all'utenza turistica in relazione alle opportunità di accoglienza, ristorazione e altri servizi, percorsi naturalistici, sentieristica, eventi culturali e altri fattori di interesse turistico presenti nel Bacino dell'Alento e più in generale in Cilento e nel territorio del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni;

- l'impiego di tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni con connettività e "infrastrutture intelligenti" che reagiscano alle sollecitazioni esterne e che forniscano servizi agli utilizzatori come ad esempio gli *hot spot*, cioè aree dove è possibile accedere ad Internet attraverso una connessione *wifi* e le *app*;
- l'avvio di un processo di *governance* teso a garantire il coordinamento permanente della programmazione del sistema territoriale che fa capo allo sviluppo delle *greenways*, tenendo ben distinto il momento del coordinamento politico-istituzionale e dell'indirizzo da quello operativo, tecnico, gestionale ed imprenditoriale.

Partire dal territorio e creare sul territorio un "sistema integrato di offerta" in grado di attivare flussi turistici, attraverso la formula "sistema di accoglienza al turista", è un obiettivo che si può raggiungere solo partendo dall'integrazione e dalla qualificazione di ciò che esiste, con un marketing per programmi/pacchetti di soggiorno variati, orientati a vari segmenti di fruitori turistici (scuole, organizzazioni sociali, famiglie, sportivi, giovani, *bikers*, "camminatori", anziani, stranieri, ecc.) così da rispondere adeguatamente e appropriatamente a tipologie diverse di domanda (natura, cultura, svago, riposo, sport, salute) ben al di là di una breve presenza per la visita all'Oasi Fiume Alento, ad un bene culturale o per un bagno nel mare.

L'obiettivo deve essere quello di intercettare i nuovi comportamenti e stili di vacanza offrendo un turismo ad alto contenuto emotivo e organizzato intorno all'*economia delle esperienze*. La provocazione della "ciucciopolitana" del Cilento – un sistema di mobilità dolce lungo le rotte interne del Cilento – testimonia una delle tante e possibili opportunità di posizionamento del sistema d'offerta turistica locale. Nell'era dei voli *low cost* lo sviluppo di un'accoglienza "green" collegata all'idea del "buon vivere" rappresenta il principale (e per molti versi l'unico) fattore di competitività del Cilento interno, posto che la sola "bellezza" dei luoghi non costituisce più un fattore distintivo significativo. E' casomai la "dotazione" di qualità territoriale declinata in termini di offerta di percorsi e di esperienze ambientali, artistiche, imprenditoriali, sensoriali, gastronomiche e così via ad essere il vettore su cui organizzare l'offerta di accoglienza.

6. Obiettivi strategici

Per tale motivo il primo obiettivo strategico da perseguire si individua nella messa a sistema della vasta rete sentieristica presente nel Bacino dell'Alento per diverse centinaia di chilometri e nella sua trasformazione in una rete di *greenways* ciascuna delle quali può essere strutturata in base agli attrattori che è in grado di connettere in modo organico (tenendo conto che un escursionista a piedi, in una giornata di attività "consuma" da 10 a 20 e talvolta 25 km di sentiero), consentendo una fruizione integrata delle offerte di gastronomia, ambiente, natura, cultura e tempo libero del territorio.

Questa rete di *greenways* di per sé può facilmente presentarsi come un prodotto di forte attrazione turistica. I nodi della rete, rappresentati dai luoghi di attrazione, possono essere collegati da svariate tipologie di percorsi contraddistinti dalle attività che li caratterizzano e che rappresentano il luogo ideale per vivere delle esperienze attraverso programmi di turismo attivo sotto diversi aspetti, che spaziano da quello più puramente naturalistico a quelli storico-culturali e a quelli delle tradizioni culinarie. Il territorio attraversato dai sentieri, tratturi e vie storiche, infatti, può essere organizzato come un sistema di ecosistemi, nonché un insieme omogeneo e, al tempo stesso, variegato di storia, paesaggi e tradizioni che si esprime attraverso la varietà di giacimenti culturali, folklore, borghi, prodotti tipici.

L'insieme delle *greenways* attrezzate (che al 98% utilizzerebbero tracciati già esistenti) andrà a costituire l'*infrastruttura verde* per una "*mobilità sostenibile*" che potrà essere percorsa "*in modo lento*". In particolare, in base alle esigenze e alle opportunità del territorio e dei fruitori si distinguono quattro tipologie principali di percorsi:

- a piedi, differenziati per vicinanza e legati soprattutto all'escursione naturalistica e alla cultura del camminare nel verde per riscoprire quel rapporto primordiale con la natura, nonché alla conoscenza e alla fruibilità dei luoghi storici o religiosi, con possibilità di sosta e ristoro nei pressi di fontane e posti all'ombra, scegliendo così di visitare i monumenti e l'intero territorio limitando l'uso dei mezzi a motore;
- in bicicletta, per utenti dediti alle escursioni giornaliere e allo sport, con aree di sosta e ristoro e possibilità di manutenzione e idoneo parcheggio per le attrezzature;
- a cavallo o con l'asino, per utenti esperti, con luoghi di sosta e di ristoro per i visitatori e di abbeveraggio, alimentazione e ricovero per cavalli ed asini;
- in macchina-bus, delineati attraverso mete localizzate a distanze più importanti e con necessità di ampio e comodo parcheggio, di luoghi di sosta e di ristoro con possibilità di rifornimento.

Un sistema così strutturato (percorsi, borghi, architetture diffuse, aziende, offerta turistica, ecc.), oltre a far conoscere le bellezze naturalistiche e paesaggistiche dell'area, le emergenze storiche, religiose e folkloriche, i valori e la ricchezza delle tradizioni, consentirà di:

- attuare una concreta proposta di sviluppo con l'uso sostenibile delle risorse;
- mettere in contatto i vari attori locali: agriturismi, aziende agricole, ristorazione;
- rivitalizzare le attività produttive locali diffuse;
- mettere in comunicazione le aree turistiche presenti sul litorale con le aree interne;
- ampliare la stagione turistica, attualmente limitata al periodo luglio-agosto.

Il punto centrale ed innovativo della proposta può essere costituito soprattutto da itinerari alimentari, strutturati sull'offerta in rete di piatti tipici della zona, in cui si ritrovano le peculiarità dei prodotti con il sapore della tradizione. Promuovendo uno stretto legame tra alimenti e territorio si permette al turista di prendere contatto diretto con la cultura agricola e gastronomica locale, sviluppando un'offerta turistica esperienziale. In tale contesto va evidenziato il ruolo strategico da assegnare alle attività imprenditoriali agroalimentari e alle attività di produzione di conserve, confetture, liquori e derivati della farina (pane, frisilli e dolci, quest'ultimi preparati senza burro e conservanti), realizzati soprattutto dalle donne fra le mura domestiche.

Si tratta di favorire l'avvio e il consolidamento di processi di sviluppo sostenibile di carattere locale, gestiti dagli operatori presenti nell'area di intervento e basati sulle risorse endogene, siano esse materiali (risorse ambientali, architettura, produzioni alimentari tipiche, ecc.) che immateriali (cultura, tradizioni). Lungo gli itinerari delle *greenways* il "*viaggiatore lento*" avrà la possibilità di osservare la natura nei suoi aspetti di flora, fauna, vegetazione e paesaggio culturale, ma anche di vivere esperienze di straordinaria intensità legate alla storia, alla cultura e alle attività dell'agricoltura, dell'allevamento, dell'artigianato e dell'enogastronomia ancora svolte dalla popolazione locale durante le diverse stagioni annuali.

E' tramite la rete delle *greenways*, quindi, che si intendono valorizzare le specifiche identità ambientali, paesaggistiche, storico-culturali e agricole di ciascun territorio comunale e nel contempo potenziare la visione di "*sistema turistico integrato*". In prossimità dei nodi strategici di questa rete di *greenways* dovrebbero essere realizzate delle "*porte*" attrezzate dotate di parcheggi di scambio e di punti informativi su percorsi e sentieri (in modo da fornire adeguate informazioni riguardo al grado di difficoltà e alle emergenze naturalistiche, ambientali e culturali, ospitalità diffusa, ristorazione, prodotti tipici ed artigianali, sagre ed eventi culturali, ecc.).

Una delle principali *greenways* potrebbe avere come tema conduttore l'acqua, con particolare riferimento alla numerosa presenza di laghi nel Bacino, connettendo in un unico percorso il lago della diga di Piano della Rocca con gli invasi Carmine-Nocellito nel comune di Cannalonga, della Petrosa e di San Giovanni nel comune di Ceraso, dove potranno essere rese fruibili delle aree per i visitatori, seguendo il modello dell'Oasi Alento.

Un secondo obiettivo strategico riguarda la manutenzione del paesaggio culturale lungo le *greenways* attraverso la promozione e realizzazione di interventi per la conservazione e, ove possibile, per la riutilizzazione nell'ambito dell'agricoltura multifunzionale di una pluralità di beni culturali in ambito rurale - terrazzamenti con muretti a secco, edifici (chiese, torri, mulini ad acqua, conventi, palazzi baronali, rifugi e minuscoli villaggi), pischere per la raccolta dell'acqua e il mosaico di piccoli campi e orti - ereditati dalla storia e dalla civiltà contadina.

Il Bacino dell'Alento è un'area che comprende una varietà di ambienti e paesaggi ancora preservati che non trovano riscontro in nessun'altra area della penisola e che possono essere particolarmente interessanti per il turismo rurale e naturalistico. Gli innumerevoli siti, manufatti della tradizione rurale, cristallizzati nel momento del loro abbandono, proprio per l'eccezionale stato di conservazione e per l'alto contenuto di saperi e valori, altrove in Italia ormai scomparsi, in relazione al turismo rurale esperienziale possono essere *un fattore di riferimento culturale e di sviluppo, una fonte di conoscenza e, soprattutto, una grande occasione di lavoro per le nuove generazioni*. Per tale motivo, Pietro Laureano, uno dei maggiori esperti di paesaggi rurali, definisce questi luoghi, un tempo "*simbolo di povertà e di miseria*", oggi, "*spazi geniali e modelli per il futuro*". Da qui, l'interesse da un lato a "*conservare*" e "*proteggere*" il peculiare ambiente naturale e il ricco paesaggio culturale del Bacino e, dall'altro, a pianificare correttamente l'uso sostenibile del territorio, contrariamente a quanto è avvenuto in gran parte della penisola, in cui l'utilizzazione dei beni ambientali e paesaggistici è stata troppo spesso intensiva e disfunzionale rispetto alla vocazione del territorio.

Il recupero della fitta maglia di piste poste lungo i canali di bonifica, di strade interpoderali, di sentieri e di antichi tratturi che si dipanano tra le aree montane, collinari e di fondo valle al fine di organizzare *greenways* variamente connotate (pedonali, ciclabili e a cavallo) e di alto valore naturalistico e paesaggistico, e la loro gestione come un unico sistema, può consentire di valorizzare tutte le risorse significative presenti nelle aree del Bacino dell'Alento: dagli insediamenti storici ai vari nuclei sparsi e ai maggiori siti di particolare pregio presenti, dando la possibilità ai visitatori di disporre di una vasta rete di itinerari da percorrere in tutte le stagioni.

Di seguito, vengono elencate, in via preliminare e a titolo esemplificativo, le diverse tipologie di risorse che - insieme al paesaggio naturale e culturale, alle aziende agricole e di allevamento, alla ristorazione di territorio e agli eventi (sagre, feste religiose e popolari, etc.) - potranno essere valorizzate come "*attrattori*" nell'ambito delle *greenways* in ciascuno dei territori dei diversi Comuni:

- Cannalonga-Moio: Museo della civiltà contadina di Moio - oasi Civitella-Diga Carmine-Nocellito - area archeologica - ospitalità diffusa - nodo interscambio

- Ceraso: diga Fabbrica, agrocampaggio; percorso valle del Palistro - vivaio Isca - Tempa Pantanella; Palazzo de Marsilio, case coloniche per ospitalità diffusa - nodo interscambio
- Novi: Santuario Monte Gelbison, ex Convento dei Celestini, ecovillaggio "Parulo", Mulini idraulici Nevetano, nodo interscambio
- Vallo: Badia Pattano – Complesso fieristico (da rifunzionalizzare e caratterizzare) - nodo interscambio primario
- Gioi: convento – rete locale di percorsi; valle dei mulini - ospitalità diffusa – nodo di interscambio
- Stio: rilancio ostello della gioventù a Gorga – valle dei mulini- nodo interscambio primario
- Salento: Paese-Albergo – rete locale di percorsi – ospitalità diffusa
- Campora: rete locale di percorsi naturalistici – mulino idraulico - ospitalità diffusa - nodo interscambio di sistema
- Magliano: Chiese rupestri (San Mauro - Santa Lucia) - Museo Paleontologico - Forra Calore - ospitalità nei centri (vecchio e nuovo)
- Monteforte: Paese-Albergo (dispone nel centro abitato di un nucleo di circa 20 case abbandonate)
- Sessa: valle dei mulini - Palazzo Coppola - megaliti del Monte Stella - ospitalità diffusa – Paese Albergo – rete locale di percorsi - nodo di interscambio
- Cicerale: rete locale di percorsi naturalistici, ospitalità diffusa; ruderi di Corbella (antica dogana)
- Castelnuovo – Castello Angioino – le opere dell'artista contadino Guerino Galzerano
- Casal Velino – Ascea: porte e nodi di interscambio di sistema - vasta rete di strade e piste interpoderali e di bonifica nella valle dell'Alento – soluzione per il ponte sull'Alento – ospitalità diffusa nelle frazioni collinari (Terradura-Catona, Acquavella, ecc.) – scavi archeologici di Elea-Velia
- Lustra: Castello di Rocca Cilento
- Omignano – Stella Cilento: Monte Stella (santuario), rete locale di percorsi - ospitalità diffusa
- Perito-Orria: Selva dei Santi, murale di Piano Vetrale, Casa Paolo De Mattheis, aziende agricole e Fattoria dell'Alento (500 bufale)
- Rutino: cantine delle aziende vitivinicole Alfonso Rotolo, Barone, ecc.
- Prignano: Oasi Fiume Alento, paesaggio e cultura del fico e cantina dell'azienda vitivinicola De Conciliis.

Un terzo obiettivo strategico riguarda il recupero e la riqualificazione dei borghi storici che sono uno degli elementi distintivi del paesaggio culturale del Bacino dell'Alento. Il turismo dei borghi può diventare una realtà solo se si attua una svolta attraverso una nuova politica urbanistica di riassetto urbano che miri ad elevare la qualità dell'ambiente, del decoro, non solo per i turisti, ma anche per la vita di coloro che vi abitano stabilmente.

Bisogna mettere in atto strumenti per aggiornare, correggere e sostituire ovunque attività e opere obsolete e inutili, comunque non più vitali, con prospettive dinamiche e convincenti. Non opere, ma opportunità, nel rispetto dell'etica e in coerenza con le specifiche risorse del territorio nel segno della sostenibilità ambientale.

Un'azione di recupero e riqualificazione dei borghi da realizzare in linea, ad esempio, con gli standard previsti dal circuito delle Bandiere Arancioni del Touring Club Italiano, in modo da rilanciare e sostenere le attività del turismo rurale e, ove è possibile, dare anche la possibilità ai visitatori di poter godere di quell'ospitalità caratteristica delle popolazioni cilentane organizzata in termini di "*ospitalità diffusa*" (piccole pensioni, bed & breakfast, agriturismo, affittacamere,

piccoli alberghi, paese albergo o albergo diffuso), ma anche di quell'offerta enogastronomica di una ristorazione (anche a casa) che utilizza i prodotti locali di qualità ed è plasmata sulla tradizione della Dieta Mediterranea che sa utilizzare al meglio le varietà vegetali e le razze animali dell'agrobiodiversità del territorio e che si è andata sempre più affermando nella moderna scienza dell'alimentazione.

I borghi e le campagne con presenza di architetture diffuse abbandonate, collegati dalle *greenways* rappresentano contesti di grande pregio che si prestano ad una nuova forma di turismo che si caratterizza per il contatto con i residenti e che consente di evitare di risolvere i problemi della ricettività turistica realizzando nuove costruzioni del tutto avulse dal contesto architettonico locale. Le costruzioni pertanto potranno essere recuperate ed adibite a posti tappa: i borghi storici e le case rurali sono luoghi ideali per accogliere i turisti, luoghi da scoprire, valorizzare e anche da vivere. Edifici di pregio (come palazzi baronali, castelli, conventi, ecc.), spesso di proprietà pubblica, già restaurati o in corso di restauro, possono diventare centri di accoglienza e di attività di vendita, esposizione, residenza e fruizione turistica. Anche antichi casali e case rurali possono aprirsi ai visitatori che desiderano vivere esperienze diverse e non solo ai cultori della storia e dell'architettura tradizionale.

La Bandiera Arancione è stata istituita dal Touring Club Italiano nel 1998 e seleziona e certifica i borghi dell'entroterra in base a rigorosi parametri turistici e ambientali, prevedendo l'eliminazione dei detrattori e una particolare attenzione alla qualità del decoro urbano. E' stata pensata dal punto di vista del viaggiatore e della sua esperienza di visita: viene assegnata alle località che non solo godono di un patrimonio storico, culturale e ambientale di pregio, ma sanno offrire al turista un'accoglienza di qualità.

Un quarto obiettivo strategico riguarda la formazione degli operatori locali e dei giovani alle professioni e al fare impresa nei settori dell'agricoltura sostenibile, della trasformazione e preparazione dei prodotti alimentari e del turismo sostenibile. Puntare a costruire un sistema territoriale eccellente che ha come motori economici turismo e agricoltura sostenibili, oggi, nel contesto della competizione globale, richiede un impegno coerente, condiviso e continuativo di tutte le componenti della società locale che, insieme, si danno degli obiettivi comuni e si mettono sotto sforzo per raggiungerli.

All'interno di questa prospettiva, si tratta di avviare un lavoro di modernizzazione culturale del sistema territoriale che insista sul passaggio da competenze pratico-operative (organizzate intorno al "*saper fare*", cioè alla cultura della produzione e dei saperi taciti) ai nuovi assetti dell'economia territoriale organizzata intorno ai saperi formalizzati, ai servizi, all'economia dei desideri e delle esperienze, alla cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità.

In particolare, per rafforzare il tessuto imprenditoriale locale nei settori agricolo, artigianale, della piccola impresa manifatturiera, del turismo e dei servizi occorre operare per aggregare gli imprenditori (ad esempio, attraverso la costituzione di reti d'impresa) in modo da aumentare la loro massa critica. Un'azione particolarmente importante in campo agro-alimentare che dovrebbe spingere ristoratori e trasformatori (panificatori, pastai, produttori di insaccati, sott'olio, conserve, succhi di frutta, marmellate, ecc.) ad operare in sinergia con i produttori locali di materie prime (grano, ortofrutta, olio, fichi, latte, carne, ecc.) attraverso la strutturazione di filiere che utilizzino prodotti a km 0 certificati. Contestualmente, è necessario diffondere quelle competenze professionali dell'economia dei servizi (logistica, marketing, credito e finanza, formazione manageriale e professionale, cooperazione, creatività, controllo della qualità dei servizi erogati) che sono sempre più alla base del processo di generazione di valore economico e che possono consentire la nascita di nuove imprese e il rafforzamento di

quelle esistenti attraverso il miglioramento della loro struttura organizzativa, funzionale ed operativa, superando quegli elementi di criticità che ne condizionano negativamente il percorso evolutivo.

In questo contesto, una priorità per il territorio è mettere in campo percorsi di formazione professionale, di inserimento lavorativo e di creazione d'impresa coerenti con i bisogni e le vocazioni economiche territoriali – agricoltura e turismo sostenibili - in modo da fornire nuove prospettive sia a quella fascia crescente di giovani NEET (*not in education, employment or training*), 15-35enni che non studiano e non lavorano, sia a quelle persone adulte che perdono il lavoro e che oggi hanno scarse possibilità di nuova formazione e di reinserimento lavorativo. A questo proposito, occorre mettere in campo - in sinergia con soggetti già operanti sul territorio nel campo della formazione, come l'Istituto d'Istruzione Superiore Ancel Keys di Castelnuovo Cilento e la Fondazione Alario per Elea-Velia Onlus di Ascea - un'azione importante nei campi della formazione professionale e culturale, dell'inserimento lavorativo, della diffusione delle innovazioni e delle attività culturali, della nascita ed accompagnamento di nuove imprese. Ad esempio, attivando un laboratorio didattico permanente per la piccola trasformazione dei prodotti agricoli e per la gastronomia del territorio e della Dieta Mediterranea, nonché percorsi di formazione per *guide di esperienze* e per il marketing, l'organizzazione e la gestione di attività e destinazioni turistiche, figure professionali coerenti con le esigenze di acquisizione di nuove competenze qualificate da parte del territorio nella logica della creazione di un sistema di accoglienza turistica di qualità.

7. L'Oasi come piattaforma e la Cooperativa come Destination Manager

E' all'interno di questo tipo di disegno complessivo di riorganizzazione territoriale che può essere pienamente valorizzato il ruolo di "*grande attrattore*" svolto dall'Oasi Fiume Alento e quello di gestore imprenditoriale del "*sistema turistico*" della Cooperativa Cilento Servizi.

L'Oasi, infatti, può assumere il ruolo di centro geografico e di *piattaforma* di un'offerta turistica territoriale che comprenda l'intero Bacino dell'Alento e che quindi faccia perno, oltre che sulle visite educative e ricreative all'interno del suo parco, anche su un sistema di *greenways* che è in grado di integrare l'Oasi con il resto del territorio, nonché su una serie di eventi – culturali, enogastronomici, musicali, etc. – "*sistemic*" e di particolare qualità e risonanza che siano in grado di diventare dei moltiplicatori di curiosità e di interesse per l'intero comprensorio, oltre che attraverso un'attività di promozione e comunicazione di tipo istituzionale, anche e soprattutto attraverso il racconto di chi avrà già vissuto queste esperienze e ne darà notizia ad altri attraverso il passaparola. Realizzare eventi di questo tipo, però, richiede un forte investimento che può essere ammortizzato e recuperato solo nel medio-lungo periodo e che quindi può essere realizzato solo se c'è una condivisione da parte del territorio di un preciso e coerente disegno dello sviluppo del comprensorio legato, appunto, alla qualificazione e messa a sistema dell'offerta di accoglienza complessiva (ospitalità, percorsi materiali ed immateriali, cura del territorio, ecc.).

La Cooperativa Cilento Servizi può assumere il ruolo di *Destination Manager*, ossia di gestore imprenditoriale del "*sistema turistico*", svolgendo diversi compiti di "*sistema*":

- la pulizia, manutenzione e sistemazione della "*infrastruttura verde*" territoriale delle *greenways*, composta da piste ciclabili, ippovie, caditoie, cunette, banchine ed arginelli stradali, di punti di osservazione, cartellonistica e pitturazione;
- le attività di comunicazione, di marketing e di organizzazione di eventi;

- la fornitura di servizi di guida turistica ed esperienziale ai visitatori e alle scuole;
- l'approntamento di un progetto *web – app open data* - basato sulla costruzione di un sistema di dati di analisi territoriale che consenta la formazione di mappe tematiche su supporto GIS (geolocalizzazione) con il compito di interrogare temi e orientare e supportare le decisioni dei visitatori rispetto ai tipi di offerta presenti sul territorio, dai diversi itinerari per la "*mobilità lenta*" alle iniziative, agli eventi, alle attività economiche, ai servizi e alle peculiarità ambientali della zona in cui si trovano;
- la gestione del sistema di mobilità sostenibile (fornitura e scudimento/manutenzione di bici, cavalli, asini, navette elettriche, canoe, ecc.);
- l'organizzazione di eventi culturali e sportivi per soddisfare le esigenze e le aspettative dei turisti (ad esempio, promozione e istituzionalizzazione di eventi culturali e di gare ciclo-podistiche che coinvolgano tutti i paesi del Bacino, strutturati al fine di consolidare l'idea dell'appartenenza ad un distretto che vuole crescere nel segno del cambiamento, secondo una impostazione coerente e con una visione condivisa);
- la vendita di pacchetti turistici e la gestione dei flussi di visitatori come un'agenzia di viaggio che opera da *tour operator*, con un proprio portale web per l'e-commerce e per la gestione dell'incoming (prenotazione, accoglienza e sistemazione sul territorio nelle strutture esistenti di ospitalità diffusa e ristorazione) dei turisti-visitatori.

La Cooperativa deve sempre più strutturarsi per operare come un soggetto imprenditoriale organizzato in aree funzionali (tecnica, amministrativa, didattica, comunicazione e marketing multicanale) e gestito con criteri imprenditoriali, con un direttore che ha un ruolo di responsabile globale.

Un soggetto imprenditoriale che dovrà avere come fonte di entrata la vendita di una *card* che garantisce l'accesso al *sistema territoriale turistico del Bacino dell'Alento*, ossia al complesso di infrastrutture, strutture e servizi (a partire dall'offerta dell'Oasi Fiume Alento) e una percentuale della spesa complessiva sostenuta dai visitatori all'interno del "*sistema turistico*", in modo che sia possibile alla Cooperativa assicurare la copertura sia dei propri costi di gestione sia di quelli relativi alla manutenzione e al continuo adeguamento del "*sistema turistico*" stesso (soprattutto delle sua "*infrastruttura verde*").