

**LE POTENZIALITÀ TURISTICHE DI UN'AREA PROTETTA TRA
NATURA ED ENERGIA: IL PARCO NAZIONALE DELL'APPENNINO
LUCANO, VAL D'AGRI, LAGONEGRESE**

A.Bencivenga^{}, M.Breil^{**}, M.Cassinelli^{***}, L. Chiarullo^{*}, A.Percoco^{*}*

SOMMARIO

Tra i compiti propri dei parchi nazionali vi è la valorizzazione e promozione, anche per fini turistici, delle risorse naturali, storiche e culturali presenti nel territorio sottoposto a vincolo.

Il presente contributo descrive il processo di ricerca attivato per la definizione di una strategia di sviluppo turistico nel più giovane Parco Nazionale d'Italia, quello dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese, in Basilicata. Si tratta di un'area protetta con un patrimonio naturalistico di rilievo, rappresentato da un lato dalle risorse floristiche e faunistiche sottoposte e vincolo, dall'altro da uno dei giacimenti petroliferi più rilevanti dell'Europa Continentale.

La ricerca è stata condotta con un approccio partecipativo, coinvolgendo, per la valutazione dei possibili scenari di sviluppo, gli utenti, reali e potenziali, dell'area. Il lavoro si è articolato in una fase esplorativa, che ha coinvolto stakeholders locali, sia pubblici che privati, e in una fase di indagine, svolta attraverso la somministrazione, ai visitatori reali e potenziali del Parco, di un questionario, di cui una sezione era dedicata a un esercizio di valutazione contingente.

I risultati mettono in risalto come il binomio natura-energia possa rappresentare per quest'area un volano per differenziarsi in modo competitivo dalle aree limitrofe, strutturando un'offerta innovativa che integri lo scenario naturalistico con quello energetico, e quindi un prodotto innovativo di edutainment.

* Fondazione Eni Enrico Mattei, Via del Convento, 16, 85059, Viggiano (PZ), e-mail: angelo.bencivenga@feem.it, livio.chiarullo@feem.it, delio82@libero.it, annalisa.percoco@feem.it

** Fondazione Eni Enrico Mattei, Isola San Giorgio Maggiore, 30124 Venezia, e-mail: margaretha.breil@feem.it

*** Fondazione Eni Enrico Mattei, Corso Magenta, 63, 20123 Milano, e-mail: mariaester.cassinelli@feem.it

1. IL TURISMO NELLE AREE PROTETTE

La legge quadro 394/91 sulle aree protette, con cui l'Italia si è dotata di una normativa specifica per la salvaguardia, la gestione e lo sviluppo delle aree protette, introduce il concetto secondo cui la tutela del patrimonio naturale rappresenta un'attività complessa, tesa a garantire un equilibrio tra gli aspetti paesaggistico-ambientali, quelli antropici e quelli economici, nell'ottica di una protezione ecosistemica dell'area. La promozione di iniziative “atte a favorire lo sviluppo economico e sociale delle collettività eventualmente residenti all'interno del parco e nei territori adiacenti” viene inserita, dalla stessa legge, tra i compiti principali da svolgere da parte dell'Ente Parco (legge 394/1991, art. 14).

Le aree protette sono considerate, quindi, non solo entità da tutelare e proteggere, ma anche strumenti di valorizzazione economica e sociale di determinati territori, da sviluppare e gestire in maniera integrata e sostenibile.

Tale impostazione implica, quindi, un'idea di tutela che risulti organica e integrata alla programmazione dello sviluppo di questi ambiti a particolare valenza ambientale.

In particolare, è ormai riconosciuto, da oltre due decenni, il contributo che il turismo può offrire per la promozione socio-economica nelle aree protette (McNeely, Thorsell, Ceballos-Lascuráin, 1992).

Il settore turistico viene visto generalmente come opportunità per le aree protette anche per le caratteristiche proprie del settore. Il turismo infatti è una delle industrie mondiali in maggiore crescita, che produce, a livello globale, tra effetti diretti e quelli indiretti, oltre il 9% del PIL¹. La capacità del turismo di contribuire a uno sviluppo di lungo termine viene confermata da una serie di studi internazionali che evidenziano l'apporto del turismo alla crescita economica di Paesi in via di sviluppo (Brau et al., 2010).

Sen (1999) e Daly (1990) avvertono però che crescita economica non implica automaticamente benessere diffuso: infatti i redditi generati non necessariamente verranno distribuiti sul territorio e le infrastrutture turistiche create non necessariamente miglioreranno le condizioni di vita delle comunità locali; e questo non solo in relazione ai Paesi in via di sviluppo, ma anche relativamente alle regioni economicamente marginali presenti nei Paesi industrializzati. Il dibattito indica che gli effetti sociali causati dal turismo possono essere anche negativi e che le speranze di sviluppo economico vengono spesso disattese (Mitchell and Ashley, 2010; Clarke, 1981). In particolare, il turismo: comporta un aumento del grado di utilizzo delle risorse locali (territorio, forza lavoro, capitali disponibili); può provocare effetti di “spiazzamento” nei confronti delle attività tradizionali; può generare effetti di “dimostrazione”, legati all'introduzione di nuovi stili e modelli di vita e di consumo, che possono comportare tensioni territoriali e costi sociali e ambientali; può indurre dei cambiamenti fisici e delle alterazioni nei meccanismi di funzionamento degli ecosistemi; può avere effetti territoriali, in termini di modificazioni nell'uso del suolo e nell'organizzazione dello spazio.

Il complesso delle possibili trasformazioni indotte dall'attività turistica impone la necessità di pianificare e definire modelli di sviluppo turistico compatibili con la vocazione del territorio e in grado di garantire il permanere nel tempo delle condizioni che generano esternalità positive, senza però alterare le caratteristiche che rappresentano la *conditio sine qua non* per lo sviluppo dell'attività turistica.

L'area protetta, in tal senso, può essere considerata un “prodotto turistico” che identifica in

1 Nel 2009 il settore “viaggi e turismo” ha generato il 9,4% del PIL mondiale, creando circa 220 milioni di posti di lavoro (7,6% del totale degli occupati a livello mondiale) (World Travel and Tourism Council, 2009: <http://www.wttc.org>)

maniera specifica un determinato territorio e che si pone tre ordini di finalità: promuovere la tutela e valorizzazione ambientale, garantire la redditività economica delle attività turistiche all'interno dell'area e assicurare un'equa distribuzione dei benefici connessi all'attività turistica (Beato, 2000).

In particolare, l'ecoturismo, definito come una «forma di viaggio responsabile all'interno di aree naturali relativamente poco disturbate, e finalizzato ad apprezzare la natura senza impattare negativamente nell'area e ad attivare un coinvolgimento socio-economico della popolazione locale» (Ceballos-Lascuráin, 1996), si presenta come la tipologia di turismo maggiormente auspicabile nelle aree protette.

Da settore di nicchia, l'ecoturismo sta divenendo sempre più attività economica di rilievo per molte realtà caratterizzate da un patrimonio naturalistico ancora intatto e da forme di socialità che conservano i propri caratteri identitari.

Come dimostrano gli ultimi dati disponibili (Ecotur, 2011), si tratta di una forma di turismo che sembra resistere alla crisi e che, anzi, sta registrando una continua crescita. Nel 2010, infatti, le presenze nelle strutture ricettive ufficiali hanno superato quota 99 milioni (+ 0,5% rispetto al 2009), generando a livello nazionale un volume d'affari pari a 10,75 miliardi di euro (+ 0,3% rispetto al 2009).

Tuttavia, l'ecoturismo, pur ispirandosi ai principi della sostenibilità ambientale, economica e sociale, non rappresenta necessariamente una forma di turismo sostenibile.

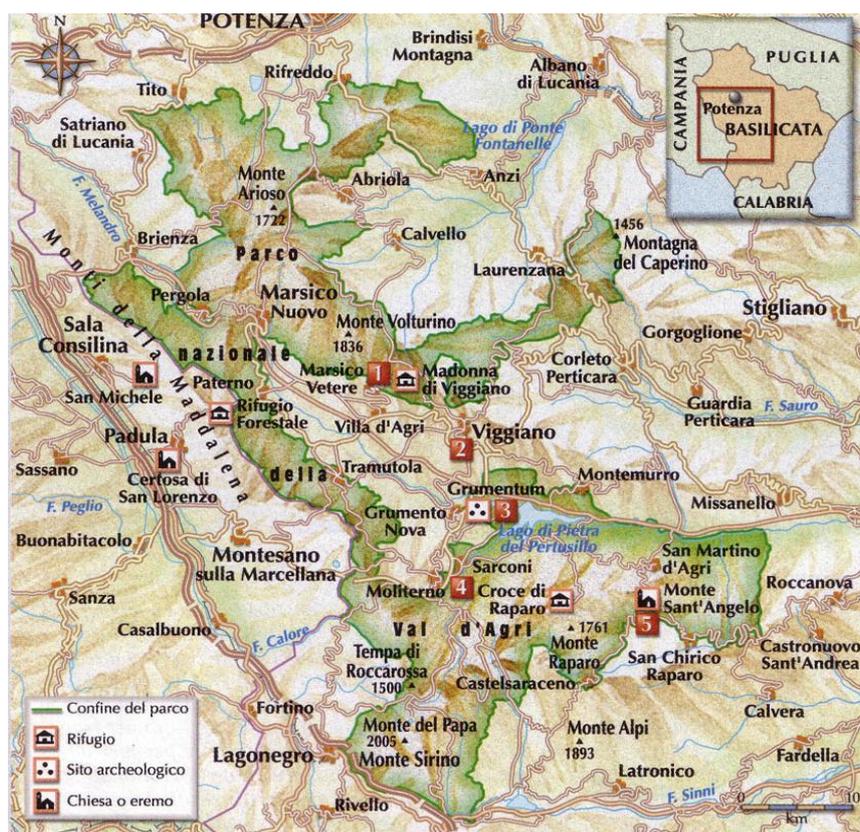
Ciò impone per le aree protette la sperimentazione di un'attenta pianificazione dello sviluppo turistico in un'ottica sistemica, che concili le esigenze della tutela della natura e dell'identità culturale del territorio con quelle dello sviluppo turistico ed economico in generale.

Nelle aree protette, quindi, l'ambiente, i beni culturali, il paesaggio, la biodiversità, l'identità locale non vanno difesi dal turismo, ma in funzione del turismo, per assicurare ad esso redditività e continuità nel tempo.

2. INQUADRAMENTO TERRITORIALE DEL PARCO NAZIONALE DELL'APPENNINO LUCANO

Il Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, Val d'Agri, Lagonegrese (il più giovane d'Italia, istituito nel 2007) occupa l'area Sud Ovest della Basilicata e si estende su una superficie di circa 700 Km², un comprensorio che interessa 29 comuni.

Figura 1: I confini del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano



Il patrimonio naturale di quest'area è rappresentato da un lato da una flora e da una fauna di grande rilievo, dall'altro dal più vasto giacimento di petrolio dell'Europa continentale, la cui estrazione, avviata negli anni '30, è stata potenziata negli anni '80.

Il territorio è in gran parte montuoso e comprende alcune delle vette più alte dell'Appennino Meridionale, tra cui il monte Volturino (1836 m.) e il complesso del Sirino-Papa, che raggiunge i 2000 metri di altitudine. L'area montuosa è attraversata dal fiume Agri, le cui acque sono raccolte in uno dei più grandi invasi artificiali d'Italia: il "Lago del Pertusillo", costruito negli anni '60 per scopi irrigui, idroelettrici e potabili. Il "nucleo" naturalistico, potenzialmente utilizzabile per uno sviluppo turistico dell'area, è costituito proprio da queste emergenze (montagna e lago), a cui si affianca un patrimonio floristico e faunistico di rilievo, in buona parte inserito nella rete europea Natura 2000. Si tratta di 14 siti (SIC e ZPS), all'interno dei quali sono presenti numerose specie animali protette, tra cui il lupo, la lontra, la faina, l'airone bianco, e un variegato patrimonio floristico, tra cui le faggete dei Monti Maruggio, Arioso e Pierfaone, l'abete bianco dell'Abetina di Laurenzana e le numerose specie di orchidee selvatiche.

A questo patrimonio ambientale e paesaggistico si affianca un'altra risorsa naturale di grande valore: il petrolio, la cui scoperta in Basilicata si fa risalire ai primi del '900, anche se solo negli anni '30 vengono perforati i primi pozzi. La produzione, inizialmente modesta, viene poi bloccata negli anni '50, anche a causa del contesto storico e geopolitico internazionale². In

2 La ripresa degli scambi internazionali e la caduta dei prezzi del petrolio, rendendo antieconomico lo sfruttamento dei giacimenti indigeni, segnarono la fine di quella che potremmo definire la fase *pionieristica* dell'attività petrolifera in Basilicata (Piano di Indirizzo Energetico Ambientale, Consiglio Regionale della Basilicata, 2009)

seguito, l'emergenza petrolifera degli anni '70 e l'innovazione tecnologica nella ricerca e nello sviluppo dei giacimenti hanno dato avvio a una nuova campagna esplorativa che, nel corso degli anni '80, ha portato alla scoperta dei giacimenti di petrolio più importanti della Basilicata, situati rispettivamente nella valle dell'Agri e nell'area dell'Alto Sauro. Nel loro insieme queste due aree costituiscono uno dei maggiori giacimenti on-shore³ dell'Europa Continentale. Attualmente la produzione media annuale di olio greggio è di circa 34 milioni di tonnellate⁴; tale dato permette di attribuire alla Basilicata il primato, in Italia, per produzione di petrolio⁵, che contribuisce per il 6% al fabbisogno energetico nazionale⁶.

Dei 25 pozzi attualmente presenti nell'area, 13 risultano essere all'interno del perimetro del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, Val d'Agri, Lagonegrese, il che impone a tutti gli enti istituzionali l'espletamento di numerose azioni di prevenzione ambientale e di salvaguardia dell'equilibrio dell'ecosistema.

Il ritorno economico delle estrazioni petrolifere sul territorio lucano è garantito dal versamento delle royalties al 7%, da parte delle compagnie petrolifere, alla Regione e ai comuni direttamente interessati dalla presenza di pozzi. Nel 2010 in Basilicata sono arrivati oltre 76 milioni di Euro⁷.

Le royalties versate alla Regione vengono poi trasferite ai 30 comuni che rientrano nel Programma Operativo Val d'Agri Melandro Sauro Camastra, strumento programmatico volto a migliorare il contesto di vivibilità ambientale, a potenziare la dotazione infrastrutturale e a sostenere le attività produttive locali di tutti quei comuni all'interno dei quali si svolgono attività legate a quella estrattiva⁸.

Da un punto di vista demografico, il territorio sul quale il Parco insiste è tra i meno popolosi d'Italia: in media, i 29 comuni dell'area protetta hanno una popolazione residente di poco superiore alle 3000 unità. Il territorio è inoltre connotato da una densità demografica molto bassa, pari a 45 abitanti per kmq (nettamente inferiore a quella nazionale, che si attesta intorno ai 190 abitanti per kmq) e da un indice di vecchiaia⁹ pari a 154¹⁰, al di sopra non solo della media nazionale (144), ma anche di quella regionale (148,2) (Istat, 2011).

Le dinamiche demografiche dei residenti sono caratterizzate da una continua emigrazione, che interessa il territorio del Parco, così come anche molte altre aree interne della Basilicata, dall'inizio del '900. Inizialmente erano la miseria e le precarie condizioni del sistema produttivo a rendere quasi obbligatorio l'abbandono di queste zone impervie e spesso malsane (D'Alessandro, 1974); oggi, invece, la motivazione dell'esodo è principalmente la ricerca di un mercato del lavoro maggiormente dinamico e adeguato alla formazione e alle aspettative

3 On-shore: area di ricerca e produzione di idrocarburi in terraferma

4 Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione Generale per le risorse minerarie ed energetiche, ultimo aggiornamento 07/04/2011

5 Piano di Indirizzo Energetico Ambientale, Consiglio Regionale della Basilicata, 2009

6 Tale percentuale si stima destinata a salire al 10% nel 2015, con l'entrata in produzione del giacimento di Tempa Rossa, posto nell'alta valle del Sauro, nel cuore della Basilicata

7 Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione Generale per le risorse minerarie ed energetiche, ultimo aggiornamento 07/04/2011

8 La dotazione finanziaria del Programma Operativo è di 350 milioni di euro. Tale disponibilità economica si concretizza, per i comuni dell'area, in occasioni per la riqualificazione e il recupero di centri storici e di importanti contenitori culturali, per la realizzazione di nuove infrastrutture viarie o per il potenziamento di quella esistente, per la valorizzazione delle risorse naturali e culturali, per la realizzazione di interventi volti a migliorare la dotazione di servizi e la qualità della vita dei residenti, per il sostegno economico ai settori manifatturiero, dell'agricoltura, del commercio, del turismo

9 L'indice di vecchiaia è un indicatore demografico dato dal rapporto percentuale tra la popolazione in età anziana (65 anni e oltre) e la popolazione in età giovanile (meno di 15 anni). Questo indicatore viene utilizzato per misurare il livello di invecchiamento della popolazione (Istat)

10 Ns. elaborazione su dati Istat

dei giovani, spesso diplomati e laureati (Strazza, 2008). Attualmente questo fenomeno sta assumendo dimensioni allarmanti e rischia nei prossimi decenni di ripercuotersi in maniera negativa anche sulla tipologia e sulla quantità di servizi per il cittadino presenti nei comuni dell'area.

Per quanto riguarda l'economia locale, questa è tuttora dominata dal settore agricolo (l'area della Val d'Agri è la zona della regione con la più alta concentrazione di prodotti agricoli "tipici", molti dei quali dotati anche di marchi di qualità Doc, Dop, IGT, IGP) e conta solo poche attività industriali, principalmente legate alle attività estrattive, e terziarie, concentrate (queste ultime) nei comuni del fondovalle e in vicinanza delle principali arterie di comunicazione dell'area: la Fondavalle dell'Agri e, nell'area a nord-ovest, nel Lagonegrese, l'autostrada A3 Salerno-Reggio Calabria.

3. L'OFFERTA TURISTICA DEL PARCO NAZIONALE APPENNINO LUCANO VAL D'AGRI LAGONEGRESE TRA NATURA, STORIA ED ENERGIA

Un territorio può diventare destinazione turistica nel momento in cui l'offerta turistica locale incontra e interagisce con la domanda turistica che ha scelto quella meta per la sua vacanza (Costa, Manente, Furlan, 2001).

Perché un territorio possa essere identificato come prodotto turistico, e quindi promosso e venduto sul mercato, è indispensabile che le risorse di cui dispone siano adeguatamente valorizzate ed organizzate in modo da essere fruibili dai turisti.

In altri termini, la presenza in un territorio di elementi di tipo ambientale e culturale rappresenta una delle condizioni necessarie per uno sviluppo turistico, ma non sufficiente per attivare da sola dei flussi turistici. Un bene si trasforma in risorsa turistica, infatti, nel momento in cui subentra il fattore organizzativo (sociale ed economico) che rende effettivamente fruibile la risorsa (sistemi delle strutture produttive, del trasporto, della comunicazione, dell'informazione) (Berardi, 2007).

Allo scopo di definire le potenzialità di sviluppo turistico del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese, si è deciso di utilizzare un approccio partecipato e di combinare diverse metodologie, sia qualitative, che quantitative.

Nella prima fase dell'indagine sono stati organizzati degli incontri che hanno permesso da un lato di coinvolgere direttamente gli stakeholders locali fin dalle prime fasi dello studio, dall'altro di delineare dei possibili scenari di sviluppo turistico dell'area.

Gli incontri hanno fatto emergere le principali risorse che potrebbero fungere da attrattore turistico all'interno del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese, riconducibili essenzialmente a tre tematismi: natura, storia-cultura, energia.

La presenza di complessi montuosi imponenti affiancati da cime dal profilo più dolce e meno elevato, la folta vegetazione dei pendii, le terre rosse degli altopiani e la presenza di tre laghi e di innumerevoli torrenti generano un paesaggio variegato e ricco di qualità sceniche ed ambientali.

Da un punto di vista turistico, tale patrimonio risulta ancora sottoutilizzato a causa dell'assenza di una strutturata organizzazione dell'offerta. Il trekking e l'escursionismo, due delle attività più diffuse nelle aree protette, sono praticabili solo in alcune aree: la maggior parte dei sentieri, infatti, versa in condizioni di abbandono ed è oggi utilizzata quasi esclusivamente dai pastori per condurre il bestiame al pascolo. Le carte turistiche attualmente a disposizione dei visitatori (realizzate sia dall'Ente Parco, sia dall'Agenzia Promozione Territoriale della Basilicata) o la recente guida, a cura della rivista "Trekking & Outdoor",

forniscono utili indicazioni a cui tuttavia manca un riscontro sul territorio (segnaletica e cartellonistica) che possa guidare e orientare l'escursionista¹¹. Si tratta però sempre di iniziative che interessano una minima parte del territorio, dotato di più di 500 Km di rete sentieristica¹².

Tra gli altri sport, oltre allo sci invernale praticabile in 6 comuni dell'area, dotati complessivamente di circa 20 impianti di risalita, iniziano a diffondersi, grazie all'iniziativa di amministrazioni locali e associazioni sportive, opportunità per il nordic walking, per l'arrampicata, per gli appassionati di mountain-bike, per l'equiturismo, che rimangono però ancora poco promosse e in parte sconosciute al di fuori dell'area.

Altro "nucleo" attrattivo che potrebbe catalizzare l'interesse dei turisti è costituito dal diffuso patrimonio storico-culturale, materiale e immateriale. Nell'area, se si esclude l'area archeologica di Grumentum, una delle più estese d'Italia, non è presente alcun attrattore culturale rilevante. Tuttavia esistono una serie di piccoli attrattori che, se messi in rete, potrebbero configurarsi come prodotto turistico indirizzato ad una particolare tipologia di visitatore, interessato ai luoghi densi di specificità, caratterizzati ancora da una forte identificazione della gente con il proprio territorio. Da un punto di vista abitativo infatti, l'intero territorio è caratterizzato da piccoli paesi e da agglomerati rurali che conservano caratteristiche storico-architettoniche e socio-culturali di grande interesse. I centri storici, i beni architettonici dedicati al culto, le residenze storiche rappresentano un potenziale patrimonio turistico, a cui si affiancano le manifestazioni religiose (in particolare legate al culto mariano) e folkloristiche (che riprendono usi e tradizioni del passato).

Anche in questo caso si tratta spesso di risorse e beni spesso riqualificati e ristrutturati, anche recentemente, ma non adeguatamente valorizzati, e quindi difficilmente fruibili da un turista¹³.

Altro potenziale nucleo attrattivo può essere rappresentato dall'enogastronomia, dal momento che la Val d'Agri è una zona ricca di prodotti dotati di marchi di qualità (Doc, Dop, IGT e IGP).

L'area sconta poi una generale inadeguatezza dei servizi informativi e promozionali, sia in termini di quantità e di distribuzione sul territorio, sia in termini di qualità e di propensione all'innovazione. Solo recentemente è stata prodotta, a cura dell'Ente Parco, una carta tematica (scaricabile anche dal sito Web del Parco) che presenta il ricco patrimonio storico-culturale dell'area. Si tratta tuttavia di un elenco di beni e luoghi che spesso sono difficilmente accessibili, sia perché aperti saltuariamente (o solo in alcuni periodi dell'anno), sia perché difficilmente individuabili sul territorio a causa della quasi inesistente segnaletica turistica.

Del tutto assente un'integrazione delle proposte turistiche e delle attività che vengono organizzate dai comuni e dalle associazioni locali, che risultano quindi spesso simili e/o concorrenti. Nonostante la capillare diffusione delle Pro-loco, associazioni finalizzate alla promozione turistica del territorio e alla prima accoglienza dei turisti, poche sono le azioni di marketing e di posizionamento che potrebbero far conoscere le eccellenze e le tipicità anche

11 Interessante e innovativa l'idea di mettere a disposizione, tramite il sito del Parco Nazionale, 5 itinerari georeferenziati, scaricabili gratuitamente dal turista e utilizzabili mediante un'apparecchiatura con GPS. I 5 itinerari permettono di conoscere la variegata offerta del giovane Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, Val d'Agri Lagonegrese permettendone una fruizione in modo innovativo

12 Un SIT per l'analisi della rete di sentieri dell'alta Val d'Agri a servizio del turismo rurale, Manera, Margiotta, Castronuovo

13 Gli innumerevoli interventi per lo sviluppo turistico si sono limitati spesso al restauro e alla riqualificazione di tali beni, anche attraverso l'impiego dei fondi provenienti dal Programma Operativo Val d'Agri, senza tuttavia prevedere anche un'organizzazione dell'offerta, nella convinzione che ristrutturazione della risorsa e utilizzo per fini turistici della stessa fossero sinonimi

al di fuori dal contesto locale.

La Val d'Agri riveste inoltre nella regione un ruolo fondamentale per la produzione di energia. L'area, infatti, è caratterizzata dalla presenza di diverse tipologie di fonti energetiche, tra cui: i giacimenti petroliferi, il parco eolico nella zona tra Viggiano e Montemurro; la diga del Pertusillo, che sbarra il fiume Agri all'altezza della stretta del Pertusillo; il parco fotovoltaico di Viggiano.

L'attività estrattiva, avviata negli anni '30, è entrata a regime solo a partire dagli anni '80. In questo periodo, grazie all'innovazione tecnologica nella ricerca, vengono individuati i giacimenti di petrolio più importanti della Basilicata, situati nella valle dell'Agri e nell'area dell'Alto Sauro. Ad oggi nell'area si contano 25 pozzi attivi¹⁴, molti dei quali sono collegati con oleodotto sotterraneo al centro olio di Viggiano, dove avviene il primo trattamento di desulfurizzazione del greggio.

Il fotovoltaico è un altro sistema di produzione di energia alternativa che sta prendendo piede in Basilicata. Il territorio lucano ha un indice di irraggiamento solare annuo fra i più alti d'Italia; nonostante ciò, però, la Basilicata produce soltanto l'1% dei complessivi 193 GWh prodotti a livello nazionale. Uno dei più grandi parchi fotovoltaici lucani si trova proprio in Val d'Agri, nel comune di Viggiano.

Grazie agli altipiani che caratterizzano la morfologia del territorio, anche il vento risulta una fonte energetica presente e quindi sfruttabile nell'area della Val d'Agri. Attualmente l'unico parco eolico presente nella valle è quello del comune di Montemurro, che comprende 36 aerogeneratori, per una potenza complessiva di 29,1 MW.

La Basilicata, infine, risulta una regione ricca anche da un punto di vista idrico. Il sistema idrografico lucano è costituito da cinque fiumi con foce nel mar Jonio, da cinque laghi naturali e quattro artificiali. Di questi nove invasi presenti sul territorio, solo uno è utilizzato per la produzione di energia idroelettrica (il lago Pertusillo).

I luoghi legati alla produzione di energia possono rappresentare forti punti di attrazione e curiosità per i turisti. Creare percorsi di conoscenza dell'energia ed itinerari dedicati, che permettano una visita al centro olio di Viggiano, alle pale eoliche di Montemurro o alla diga del lago Pertusillo, potrebbe essere la risposta ad un turismo di nicchia, esperienziale, che associ l'intrattenimento all'educazione, lo svago alle necessità di formazione e di conoscenza su tematiche legate alle energie, rinnovabili e non. Anche in questo senso poche sono le iniziative già presenti sul territorio; le carenze non sono però legate solo ad un'inadeguata organizzazione dell'offerta, ma anche ad una diffusa convinzione che le uniche "risorse" locali su cui la valle potrebbe puntare per un proprio rilancio turistico siano quelle tradizionalmente intese: montagna, enogastronomia, storia-cultura, quasi che il petrolio e le altre fonti energetiche qui presenti non possano rappresentare per l'area delle opportunità anche da un punto di vista turistico.

Per far fronte alle necessità di intervenire sulle risorse energetiche diffuse sul territorio del Parco nell'ottica di integrazione delle stesse, l'Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata e la Fondazione Eni Enrico Mattei hanno ipotizzato due differenti strategie di valorizzazione. Il primo, promosso dall'Apt, intende realizzare nell'area un attrattore di nuova generazione "Viaggio al centro della Terra", che prevede una struttura dove è possibile effettuare il viaggio al centro della terra e una serie di aree tecnologiche di tipo ludico e didattico. Il progetto della FEEM si pone come obiettivo quello di realizzare un Parco tematico diffuso sui temi dell'Energia, EnerAGRIa, proposto alla Regione Basilicata. Il progetto, a metà tra un parco scientifico e un parco ludico-didattico, vuole rappresentare un grande attrattore turistico per l'area, capace di porsi allo stesso tempo come strumento di

14 Fonte: UMNIG - <http://umnig.sviluppoeconomico.gov.it>

riappropriazione del territorio, proprio a partire dalla risorsa energetica¹⁵.

4. I SERVIZI TURISTICI: INDAGINE SULLE STRUTTURE RICETTIVE

Una descrizione dell'offerta turistica dell'area del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano non può tralasciare l'analisi di alcuni dei servizi indispensabili per poter ospitare turisti, tra cui la ricettività/ristorazione e l'intermediazione turistica.

A questo scopo, è stata condotta un'indagine, attraverso la somministrazione di un questionario rivolto agli operatori del settore ricettivo dell'area, volta ad indagare le principali caratteristiche (quantitative e qualitative) delle strutture, con particolare interesse per il loro livello di sostenibilità.

Il sistema ricettivo dell'area è stato potenziato nell'ultimo decennio¹⁶ e si basa su 96 strutture, in prevalenza alberghi (il 40% del totale) e agriturismo. Si tratta spesso di strutture di piccole-medie dimensioni a conduzione familiare, in alcuni casi chiuse nei periodi di minore affluenza o aperte solo su prenotazione. Tranne tre comuni di piccole dimensioni, i restanti 26 comuni dell'area dispongono nel proprio territorio di almeno una struttura. Circa 2 comuni su 3 hanno una disponibilità inferiore ai 50 posti letto. Dall'indagine emerge come la maggior parte delle strutture ricettive impieghino lavoratori locali e utilizzino prodotti a forte "contenuto territoriale", come quelli artigianali e agricoli: si tratta di strutture quindi ben integrate con il sistema economico locale.

Da un punto di vista della sostenibilità ambientale, solo il 13% delle strutture utilizza fonti di energia rinnovabili. Emerge invece una sensibilità maggiore rispetto all'utilizzo delle risorse: l'83% adotta misure di contenimento dei rifiuti; l'88% adotta misure per la riduzione di consumi di acqua ed energia (riduttori di flusso dell'acqua e lampade a basso consumo) e il 79% sensibilizza gli ospiti, tramite suggerimenti scritti, ad avere comportamenti rispettosi dell'ambiente. Bassa però è la percentuale delle strutture (14%) dotate di una certificazione di qualità ambientale.

Infine, emerge il ruolo delle strutture ricettive in termini di promozione del territorio, che fungono da punti informativi dislocati sull'intera area protetta: il 67% infatti possiede materiale informativo sugli eventi, le tradizioni e i luoghi del Parco Appennino Lucano.

A questa disponibilità alberghiera ed extra alberghiera potrebbe sommarsi il vasto patrimonio immobiliare privato, spesso messo a disposizione dei turisti. Complessivamente, su tutto il territorio del Parco sono presenti più di 46.000 abitazioni private, di cui circa 10.000 risultano vuote¹⁷. Si tratta di un patrimonio inutilizzato, in parte perché in stato di degrado, in parte perché non rappresenta più l'abitazione principale del proprietario. Come emerge da uno studio presentato nel "XVI Rapporto sul turismo italiano"¹⁸, infatti, in Basilicata, per ogni turista ufficialmente rilevato (alloggiante in strutture ricettive del territorio), altri tre alloggiano in strutture/abitazioni messe a disposizione direttamente dai privati¹⁹.

15 Il Parco si pone, tra gli obiettivi, la promozione di un network dei comuni interessati dalla presenza di fonti di energia, oltre che dal patrimonio storico e culturale

16 Dal 1999 al 2009 in Val d'Agri vi è stata una crescita di circa il 30% del numero delle strutture ricettive, con un conseguente incremento del numero di posti letto a disposizione (fonte www.aptbasilicata.it)

17 Dati ISTAT 2001 – XIV, Censimento generale della popolazione e delle abitazioni

18 La rilevanza degli appartamenti per vacanza fra consolidamento del mercato e difficoltà, in AA.VV, XVI Rapporto sul turismo italiano, Franco Angeli, 2009

19 In molte aree interne della Basilicata, come ad esempio la Val d'Agri, questo fenomeno è particolarmente diffuso ed è associato al "turismo di ritorno", una forma di turismo "particolare", che caratterizza molte

Molto limitata rispetto alle necessità del territorio è la struttura di incoming operante nell'area del Parco. Si tratta di imprese turistiche che esercitano attività economiche per la produzione, commercializzazione, intermediazione e gestione di prodotti e di servizi concorrenti alla formazione dell'offerta turistica; si tratta quindi di agenzie che, in un contesto ancora a molti poco noto, come quello del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, potrebbero giocare un ruolo significativo nella promozione e commercializzazione di pacchetti o tour turistici.

Le agenzie di viaggio e turismo presenti nel territorio dell'area protetta ed iscritte nel registro regionale²⁰ sono 11 (da quanto emerge dall'indagine effettuata, la loro azione di promozione del territorio si limita ad un'attività di outgoing, poco integrata con l'offerta turistica locale e per lo più scollegata dalle strutture ricettive locali), mentre sono 6 i consorzi turistici e le associazioni di imprese attualmente attivi nell'area e nei dintorni.

Il fenomeno dell'associazionismo tra gli operatori turistici si limita a poche realtà, che, pur partecipando a fiere e ad altre manifestazioni di settore, svolgono la propria funzione informativa e promozionale, avvalendosi, a volte, solo delle piccole agenzie di viaggio locali, oppure tramite il proprio sito Web (un consorzio ne è privo), e proponendo la propria offerta attraverso una depliantistica insufficiente a promuovere adeguatamente il sistema turistico locale.

Il Parco Nazionale dell'Appennino Lucano è infine assente dai cataloghi dei maggiori Tour Operator nazionali. La commercializzazione del prodotto turistico "Parco Nazionale della Val d'Agri", quindi, avviene prevalentemente attraverso relazioni dirette tra strutture ricettive e utente finale. Unica eccezione sono due Tour Operator che adottano una precisa strategia promozionale di tipo "push" rivolta al mercato²¹.

5. ANALISI DELLA DOMANDA POTENZIALE: IL PROFILO DEL TURISTA DEL PARCO NAZIONALE

Per comprendere le dinamiche di un sistema turistico, è indispensabile conoscere e analizzare la domanda turistica e, quindi, i mercati. Ciò perché, proprio in funzione della domanda, è possibile definire il sistema, i prodotti che si possono strutturare, i beni e servizi da organizzare e le politiche da mettere in campo a supporto dell'attività turistica.

Del resto, la produzione turistica si materializza solo nel momento e nel luogo in cui i prodotti vengono acquistati dai turisti. Ecco perché risulta strategica la conoscenza delle caratteristiche della domanda (in termini quantitativi, ma anche e soprattutto in riferimento ai comportamenti): per orientare o organizzare l'offerta e la gestione delle risorse in modo coerente con le esigenze espresse dalla domanda.

Come già detto, il Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese è uno dei territori della Basilicata turisticamente ancora poco rilevanti. Infatti, nonostante la dotazione di risorse e il potenziamento dell'offerta ricettiva registrata nell'ultimo decennio²², il territorio

Regioni del Sud Italia, il cui impatto economico, sociale e culturale non è sempre assimilabile a quello delle altre tipologie di turismo. Questa tipologia di turismo si configura, in qualche misura, come vitale per gli operatori economici e per la comunità locale stessa: la presenza di emigrati o di loro discendenti, che, in estate, per periodi anche lunghi, utilizzano servizi, supermercati e ristoranti, dà all'economia locale un'importante linfa per sorreggersi e autosostenersi

20 Dato aggiornato al 31/12/2009

21 La strategia "push" consiste nel concentrare le risorse sugli intermediari che operano nei canali della distribuzione

22 Dal 1999 al 2009 in Val d'Agri vi è stata una crescita di circa il 30% del numero delle strutture ricettive, con

del Parco Nazionale mantiene un tasso di sviluppo turistico molto basso. I dati dell'Agenzia di Promozione del Territorio della Basilicata mettono in evidenza come nell'intervallo 2007-2010 la Val d'Agri, pur registrando un incremento dei flussi turistici²³ (in prevalenza italiani), risulti, rispetto all'intero territorio regionale, tra le aree con il minor numero di arrivi (8% sul totale registrato in regione) e di presenze (5% sul totale registrato in regione).

Considerato che l'istituzione formale del Parco è molto recente (2007) e alla luce degli innumerevoli progetti in fase di avvio²⁴, è plausibile ipotizzare per i prossimi anni un potenziamento dell'attrattività turistica di questo territorio e parallelamente un incremento dei flussi di visitatori.

Allo scopo di definire le potenzialità di sviluppo turistico del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese, si è deciso di avviare anche un'indagine volta ad analizzare la potenziale domanda del Parco Nazionale.

Nello specifico, è stata effettuata un'analisi rivolta alla potenziale domanda turistica dell'area, selezionata tra i turisti in vacanza in Basilicata. Obiettivo dell'indagine, condotta attraverso la somministrazione di un questionario, è stato duplice: da un lato, comprendere quale tipologia di turista si dichiara interessato al prodotto Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, dall'altro, far emergere elementi e servizi che dovrebbero caratterizzare l'offerta del Parco al fine di offrire un prodotto turistico di qualità rispondente alle aspettative dei turisti.

Il questionario è stato strutturato in tre sezioni. La prima ha l'obiettivo di delineare il profilo "turistico" dell'intervistato, al fine di individuare la tipologia di vacanza che è solito fare (durata e numero di vacanze fatte nell'arco dell'anno, preferenze motivazionali, spese sostenute in media per il turismo nell'arco di un anno, etc.). La seconda sezione cerca di delineare le caratteristiche della vacanza in corso in Basilicata (motivazione e modalità di scelta della destinazione, tipologia di alloggio e indicazione approssimativa delle spese previste per la vacanza). La terza sezione indaga sulle potenzialità turistiche del Parco Nazionale, richiedendo agli intervistati, attraverso l'utilizzo di una scala di utilità, un giudizio rispetto a una serie di servizi/azioni proposte che occorrerebbe potenziare o attivare per favorire la fruizione di quest'area.

Le ultime domande di questa sezione sono dedicate a un esercizio di Valutazione Contingente²⁵: sono stati proposti agli intervistati alcuni possibili scenari di sviluppo dell'area protetta, rispetto ai quali viene chiesta la disponibilità a pagare per un possibile biglietto di ingresso al Parco.

Il "bene" proposto ai turisti coinvolti nella nostra indagine e sottoposto al giudizio degli intervistati è rappresentato da una visita al Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, a cui è associato un biglietto di ingresso, il cui costo è legato alla disponibilità a pagare dell'intervistato. Tre erano i differenti scenari proposti. Il primo è relativo allo status quo, e

un conseguente incremento del numero di posti letto a disposizione (fonte www.aptbasilicata.it)

23 Nello specifico, si è passati dai 20.500 arrivi del 2007 ai 27.700 del 2010. Anche in termini di presenze, l'andamento risulta positivo, oscillando tra le 63.000 del 2007 e le 77.400 del 2010 (fonte www.aptbasilicata.it)

24 In particolare, si fa riferimento ai PIOT (Pacchetti Integrati di Offerta Turistica). Si tratta di progetti strategici condivisi da attori pubblici e privati, finalizzati a mettere in rete le diverse risorse presenti sul territorio, con la partecipazione del mondo delle imprese locali. Il finanziamento di tali progetti rientra nell'ambito dell'Asse IV (Valorizzazione dei Beni Culturali e Naturali) del Programma Operativo Fesr Basilicata 2007-2013

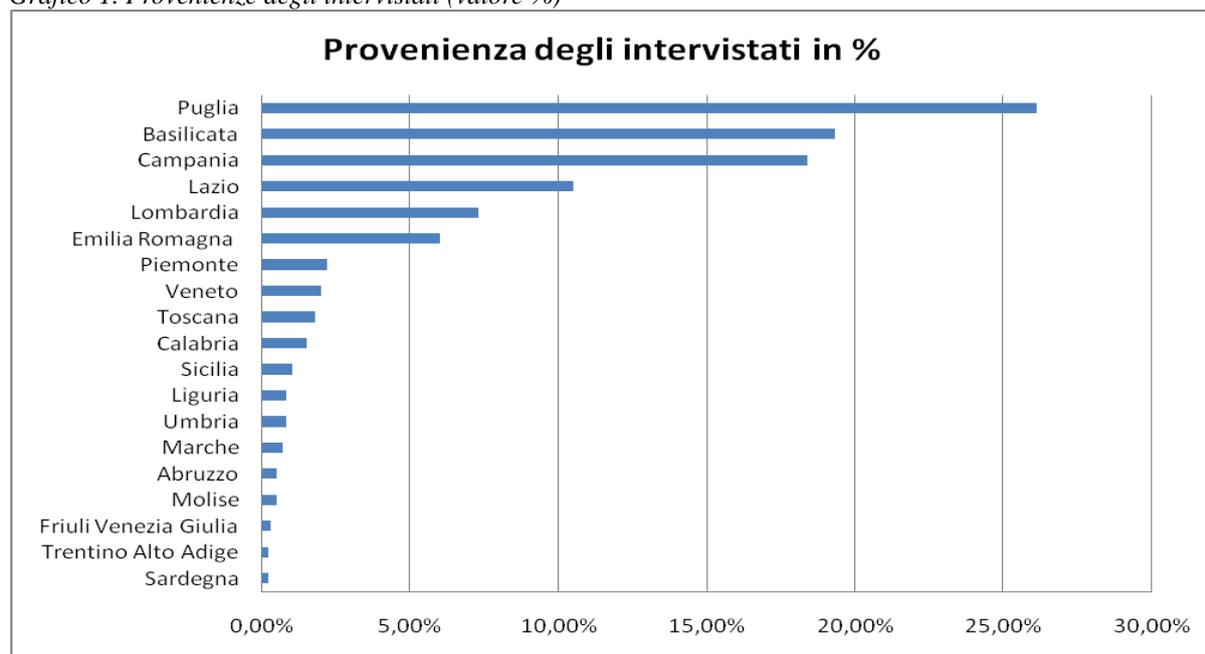
25 La valutazione contingente è una tecnica di osservazione del comportamento economico dell'individuo, sviluppata al fine di giungere a una valutazione monetaria di beni senza mercato, quali tipicamente i beni ambientali, ed è uno strumento di indubbia efficacia nelle fasi di individuazione e misurazione monetaria del consenso sociale attribuito dalle comunità direttamente o indirettamente interessate all'attuazione di progetti. Essa si basa sulla creazione di un mercato ipotetico per un bene per il quale non esiste mercato, permettendo di catturarne il valore economico totale

presenta quindi un Parco Nazionale con scarsi servizi per i turisti, ma con un patrimonio naturalistico in gran parte incontaminato. Il secondo consiste in un miglioramento qualitativo del primo, reso possibile da un significativo potenziamento dell'offerta turistica (dal punto di vista sia dei servizi per i turisti, sia delle attività proposte). Infine l'ultimo scenario presentava un possibile sviluppo turistico dell'area, reso possibile però anche grazie alla realizzazione di percorsi e parchi tematici legati all'energia.

Complessivamente sono stati raccolti 664 questionari, di cui 620 rilevanti ai fini della nostra indagine. Il campione è stato intercettato all'interno di cinque bacini turistici potenziali da cui il Parco dell'Appennino Lucano potrebbe attingere²⁶: si tratta di aree relativamente vicine e, in alcuni casi, con un'offerta turistica affine a quello che potrebbe essere il prodotto turistico principale del Parco dell'Appennino Lucano, l'ecoturismo e il turismo natura.

L'analisi dei dati ottenuti attraverso la somministrazione del questionario ha permesso di delineare, prima di tutto, il profilo del turista potenzialmente interessato al Parco Nazionale dell'Appennino Lucano. Dalle risposte emerge l'immagine di un turista che ha in media 44 anni, dispone di un reddito lordo tra i 20.000 e i 40.000 euro annui, ha un livello di istruzione medio-alto e viaggia con un nucleo familiare costituito in media da 3-4 persone. Si tratta per lo più (75%) di turisti abituali, che hanno già trascorso (75%) un periodo di vacanza in Basilicata. Il turista-tipo del Parco proviene, nella maggior parte dei casi, dalla stessa regione Basilicata o dalle regioni limitrofe; si suppone invece che il 20% proveniente dalle regioni dell'Italia settentrionale sia, almeno in parte, legato al fenomeno del "turismo di ritorno" degli emigranti provenienti dalla Basilicata e dei loro famigliari.

Grafico 1. Provenienze degli intervistati (valore %)



Anche la durata del soggiorno, che per alcuni rispondenti arriva fino a 90 giorni, con un valore mediano pari a 7 notti, e la sistemazione, dove le case di proprietà e l'ospitalità da amici e parenti raggiungono insieme circa il 25% del totale delle risposte, potrebbero essere espressione dello stesso fenomeno.

²⁶ Le aree di reperimento sono: la fascia costiera ionica, quella tirrenica, il Parco Nazionale del Pollino, l'area del Parco Regionale Gallipoli Cognato e Piccole Dolomiti Lucane e il Parco Nazionale Appennino Lucano-Val d'Agri-Lagonegrese

Per quanto riguarda le abitudini di viaggio, prevalgono vacanze di durata media di 1-2 settimane, per il 43% degli intervistati, e di 3 o 4 settimane, per il 30%, per la maggioranza (60%) distribuite in un'unica soluzione durante l'anno.

La metà del campione (51%) si muove prevalentemente con la famiglia, spendendo in media non più di 2.000 euro, e dichiara di essere interessato prevalentemente al prodotto-mare, anche se, tra le altre motivazioni che spingono il turista a spostarsi per vacanza, emerge l'interesse naturalistico, seguito da quello storico culturale.

Grafico 2. La motivazione principale della vacanza



Per quanto riguarda gli strumenti di promozione e marketing dell'offerta turistica, la Basilicata risulta veicolata principalmente attraverso il passaparola: il 70% degli intervistati, infatti, dichiara di aver scelto la meta dell'attuale vacanza sulla base di consigli di parenti e amici, oppure per conoscenza personale. Appare evidente la scarsa rilevanza (11%) degli altri mezzi di promozione e commercializzazione turistica (agenzie di viaggio, stampa, fiere, TV e radio), anche se maggiore efficacia viene riconosciuta al Web (13%).

I dati raccolti dimostrano una non conoscenza diffusa dell'area protetta, anche tra coloro che sono particolarmente interessati al "prodotto" natura: il 66% degli intervistati infatti dichiara di non essere a conoscenza dell'istituzione del Parco Nazionale e poco meno del 60% non sa indicare nemmeno dove sia dislocata l'area protetta all'interno del territorio regionale.

Un alto livello di interesse viene però riscontrato relativamente alla proposta di servizi che si potrebbero realizzare per potenziare l'attrattiva, non solo turistica, dell'area; tra di essi ci sono sia strumenti informativi (calendario eventi, centri visita, servizi informativi on line, postazioni multimediali), sia attività/azioni utili per il potenziamento della fruizione del Parco (tour organizzati, grandi attrattori, escursioni tematiche, trasporto pubblico, possibilità di pernottamento in borghi caratteristici, ecc.).

Per quanto riguarda i dati raccolti ai fini della valutazione contingente, l'analisi condotta ai fini di valutare la disponibilità a pagare (DAP) per alcuni possibili scenari di sviluppo turistico proposti per il Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, tutti gli scenari hanno riscosso un discreto interesse da parte degli intervistati.

In particolare, rispetto al primo scenario, relativo allo "status quo" dell'area, l'83% degli

intervistati dichiara di essere disposto a pagare un biglietto di ingresso dal costo medio di circa 7 euro, mentre, nel caso del secondo scenario, che presenta un miglioramento dell'offerta turistica, la disponibilità a pagare media sale a circa 10 euro ed è espressa dal 92% degli intervistati. L'introduzione di alcuni servizi per migliorare la fruizione dell'area protetta raccoglie quindi maggior interesse rispetto al primo scenario, sia in termini di numero di persone disposte a sostenere il costo del biglietto, sia in termini dell'ammontare massimo che si sarebbe disposti a pagare.

Il terzo scenario, che considera anche l'avvio di iniziative turistiche legate alle risorse energetiche presenti nel territorio, riscuote invece l'interesse dell'88% degli intervistati, che si dichiarano disposti a pagare un biglietto di ingresso del valore medio di poco più di 9 euro, di poco inferiore rispetto al valore indicato per il secondo scenario.

Questi dati, che vanno interpretati in modo comparato e non tanto in termini assoluti, permettono di verificare come la promozione turistica del Parco Nazionale, pur necessitando di interventi mirati e legati in modo particolare ai servizi per l'informazione e per la fruizione, attribuisca all'area protetta, dal punto di vista della domanda turistica, un valore aggiunto rispetto al valore attuale (si passa da una DAP di 7 euro per il primo scenario ad una DAP di circa 10 euro per la seconda e la terza ipotesi di sviluppo).

6. CONCLUSIONI

L'indagine svolta, coinvolgendo operatori del settore, amministratori locali e possibili fruitori del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese, ha permesso di raccogliere informazioni utili per definire non solo le potenzialità di sviluppo turistico dell'area, ma anche i differenti punti di vista rispetto alla recente istituzione del Parco e al ruolo che potrebbe svolgere nell'articolato sistema dell'economia locale.

In particolare, emerge la mancanza di una visione unitaria dell'area e quindi anche l'assenza di una visione strategica, in grado di trasformare il turismo in una reale occasione per la crescita del territorio.

L'assenza nell'area Parco di un prodotto turistico ben definito, che possa contribuire a promuovere e a favorire lo sviluppo del settore e a posizionarlo in modo competitivo con le aree limitrofe, è uno dei principali limiti che ostacola lo sviluppo turistico dell'area. Un tale prodotto potrebbe essere costruito, come evidenzia la letteratura e confermano le preferenze dei turisti coinvolti nell'indagine in qualità di potenziali utenti, sia a partire da un unico aspetto, per esempio quello prettamente naturalistico, sia aggregando e valorizzando in modo integrato le risorse locali (anche quelle non tradizionalmente lette in chiave turistica, quali ad esempio quelle energetiche) presenti sul territorio. Questo prodotto potrebbe riuscire a promuovere in modo unitario i diversi poli attrattivi della zona, sintetizzando, ad esempio, nel binomio tradizione-innovazione, un'offerta legata ai beni culturali, alle tradizioni, alle risorse naturalistiche e paesaggistiche, affiancando anche elementi legati al tema dell'energia (rinnovabile e non). In quest'ottica, l'attività di estrazione petrolifera, la più rilevante, in termini di greggio estratto, dell'Europa Continentale, potrebbe essere inserita nell'ipotetico scenario di sviluppo turistico non come un elemento di rottura e di ostacolo allo sviluppo turistico dell'area, ma proprio come elemento distintivo, presentato e offerto in modo integrato alle altre risorse presenti nell'area.

L'indagine condotta tra gli utenti reali e potenziali conferma la necessità di interventi per la pianificazione e la ridefinizione della strategia di sviluppo del settore turistico. Da un lato, infatti, emerge la scarsa visibilità dell'area sul mercato turistico, dovuta sia alla brevissima

storia del Parco, sia alla mancanza di un'offerta che possa posizionarsi in modo competitivo su tale mercato, dall'altro, si sottolinea l'interesse per un'offerta turistica sostenibile, legata al tema naturalistico, ma che in qualche modo si integri con quello energetico per un prodotto innovativo di *edutainment*²⁷. I servizi considerati prioritari per uno sviluppo del settore turistico sono innanzitutto quelli informativi, finalizzati proprio a facilitare la conoscenza e l'accesso alle risorse tutelate dal parco.

27 Per *Edutainment* si intende una forma di intrattenimento finalizzata sia ad educare, sia a divertire

BIBLIOGRAFIA

- Agrawal, A. and Redford, K. (2006), *Poverty, development, and biodiversity conservation: Shooting in the dark?*, New York: Wildlife Conservation Society.
- Beato F., *Parchi e società. Turismo sostenibile e sistemi locali*, Liguori, Napoli, 2000
- Becheri E. (a cura di), (2009), *Rapporto sul turismo italiano 2008-2009*, F.Angeli, Milano
- Berardi S., *Principi economici ed ecologici per la pianificazione di uno sviluppo turistico sostenibile*, F.Angeli, Milano 2007
- Boardman, A., Greenberg, D., Vining, A. and Weimer, D. (2005): *Cost Benefit Analysis: Concepts and Practice*, Pearson Professional.
- Brau, R., Di Liberto, A. and Pigliaru, F. (2010): *Tourism and Development: A Recent Phenomenon Built on Old (Institutional) Roots?*, Milano: FEEM. Available at: <http://www.feem.it/userfiles/attach/20102161817494NDL2010-016.pdf>.
- Bushell, R. and Eagles, P.F.J. (2007): *Tourism and protected areas: benefits beyond boundaries: the Vth IUCN World Parks Congress*, CABI.
- Campbell, H. and Brown, R. (2003): *Benefit-Cost Analysis. Financial and Economic Appraisal using Spreadsheets*, Cambridge University Press.
- Ceballos-Lascuràin H. (1996): *Tourism, ecotourism and protected areas*, IUCN Protected Areas Programme
- Clarke, A. (1981): Coastal development in France: Tourism as a tool for regional development. *Annals of Tourism Research*, 8(3), p.447 - 461. Available at: <http://www.sciencedirect.com>
- D'Alessandro, A. (1974), Aggravata nel ventennio '51-'71 la situazione della Basilicata. *Basilicata*, XVIII(1), 47-49.
- Daly, H. (1990): Towards some operational principles of sustainable development. *Ecological Economics*, 2, p.1-6.
- Erickson, B. (ed.) (1978), Some problems of inference from chain data, in. Schuessler K. F. (1979), *Sociological Methodology*, Jossey- Bass, San Francisco pp. 276-302
- Galli, P. and Notarianni, M. (2002): *La sfida dell'ecoturismo*, Istituto geografico De Agostini, Novara
- Garrod, G. and Willis, G. (1999): *Economic Valuation and the Environment*, Edward Elgar.
- Goodman, L.A. (1961), Snowball Sampling, in *Annals of Mathematical Statistics*, Vol. 20, pp. 572- 579

- Isnart, 2009, *Indagine quantitativa sui comportamenti turistici degli italiani*
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2011). *Popolazione residente al 1 gennaio 2010 per età, sesso e stato civile, regione Basilicata*
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), (2008), *Distribuzione del reddito e condizioni di vita in Italia (2005-2006)*
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), *Indicatori demografici Anno 2010*
- Liu, Z. (2003): Sustainable tourism development: a critique, *Journal of sustainable tourism*, 11(6), p.459–475.
- McNeely J.A., Thorsell J., and Ceballos-Lascuráin H.(1992).*Guidelines: Development of National Parks and Protected Areas for Tourism*. WTO/UNEP/IUCN, Madrid
- Mitchell, J. and Ashley, C. (2010), *TOURISM AND POVERTY REDUCTION*, Earthscan.
- Regione Basilicata, (2009), Avviso pubblico per la presentazione di Pacchetti Integrati di Offerta Turistica a valere sull'obiettivo specifico IV.1 dell'Asse IV “Valorizzazione dei beni culturali e naturali del PO-Fesr 2007-2013”
- Romano S., Luongo V (2003), La valutazione del potenziale turistico del Parco Nazionale del Pollino, in *AESTIMUM* 43, pp.55-98
- Sarpi, F. (2001): "Criteri di valutazione di alcuni beni non scambiati sul mercato", in Momigliano, S. e Nuti, F. (edited by), *La Valutazione dei Costi e dei Benefici nell'Analisi dell'Impatto della Regolazione*, Rubbettino editore, Catanzaro
- Schellhorn, M. (2010): Development for whom? Social justice and the business of ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), p.115-135. Available at: <http://www.informaworld.com>
- Scherl, L.M. (2004): *Can protected areas contribute to poverty reduction?: opportunities and limitations*, World Conservation Union.
- Sen, A. (1999): *Development as freedom*, Alfred Knopf, New York
- Strazza, M. (2008), L'emigrazione lucana in età contemporanea. Evoluzione e Ricerca Storiografica, in *Archivio Storico dell'Emigrazione Italiana* (ASEI). Available at <http://www.asei.eu>
- Telleschi, A. (1997), La valorizzazione turistica, in Viganoni L.(a cura di)., *Lo sviluppo possibile. La Basilicata oltre il Sud*, ESI, Napoli:
- Tosun, C. (2001): Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), p.289 - 303. Available at: <http://www.sciencedirect.com>.

UNWTO (2004): *Tourism and Poverty Alleviation. Recommendations for action*, World Tourism Organization. Available at: <http://www.wtoelibrary.org>

Viganoni L. (a cura di), (1997), *Lo sviluppo possibile. La Basilicata oltre il Sud*, ESI, Napoli

Willingner, M. (1999): "Non-use values and the limits of cost-benefit analysis", in Mount, T. e Dore, H. I. M. (edited by), *Global Environmental Economics: Equity and the Limits to Markets*, Blackwell, Oxford.

WTO and UNEP (1995): World Charter for Sustainable Tourism. Available at: <http://insula.org/carturi.pdf>

ABSTRACT

One of the objectives of National Parks, according to the Italian legislation, is the enhancement and promotion, also for tourism purposes, of the natural, cultural and historic heritage of the protected area.

This paper aims to define a tourism development strategy for the youngest Italian National Park: the Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese National Park, located in Basilicata, a region in the south of Italy. The area is characterised by the peculiar coexistence of a valuable natural heritage, with a very rich flora and fauna, safeguarded within the Appennino Lucano National Park, and one of the largest oilfields of continental Europe.

The research has been based on a participative approach, involving real and potential users of the area in the assessment of possible future development scenarios. The work was articulated in an exploratory phase, involving local public and private stakeholders, and in a survey phase, addressed to the Park real and potential users, with a section dedicated to a Contingent Valuation exercise.

The results illustrate how the combination of nature and energy might represent, for this area, an interesting driving force to distinguish itself in a competitive manner from the neighboring areas, creating and innovative tourism offer that integrates the natural and energy scenarios, and therefore an innovative tourism product of *edutainment*.