

A scenic sunset over a coastal town with a marina full of boats. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the water and the town. The sky is a mix of orange, yellow, and blue. The town is built on a hillside, and the marina is filled with many boats. The overall atmosphere is peaceful and beautiful.

Orizzonti

N. **30**
GIUGNO 2021

idee dalla Basilicata

Al via l'estate



MICHELE VITIELLO

Turismo, ora si riparte davvero

© TONY VECE

“Si va verso il tutto esaurito”. Il ministro Massimo Garavaglia intervistato al Digital Talk di Orizzonti. All'evento presenti anche Rossella Tarantino, manager Fondazione Matera-Basilicata 2019, Francesco Somma, presidente Confindustria Basilicata e Antonio Nicoletti, Direttore APT Basilicata

L'Italia: un solo Paese dai mille volti, rappresentati dalle particolarità di tutte le Regioni da cui è composto. Ogni luogo ha aspetti di cui andar fieri, tradizioni diverse e culture differenti ma se c'è un elemento che accomuna il Belpaese è la sua capacità di attrazione, tanto nei confronti dei propri abitanti quanto di quelli del resto del mondo. Il turismo, in altre parole, è da sempre il fiore all'occhiello dell'Italia; e proprio questo settore, attualmente in ripartenza dopo gli effetti drammatici della pandemia, è stato l'argomento del Digital Talk tenutosi il 30 giugno

in cui il ministro del Turismo Massimo Garavaglia è stato intervistato da Mario Sechi, direttore di Orizzonti - Idee dalla Basilicata. Rossella Tarantino, manager Sviluppo e Relazioni della Fondazione Matera-Basilicata 2019, Francesco Somma, presidente di Confindustria Basilicata e Antonio Nicoletti, Direttore APT Basilicata, sono stati gli altri ospiti presenti all'incontro. In un serrato dialogo, il ministro Garavaglia e il direttore Sechi hanno parlato di risultati, delle problematiche e dei miglioramenti da concretizzare in un settore che ha più di tutti subito l'impatto della pandemia globale.



© ARCHIVIO ENI

UN SETTORE PIENO D'ENTUSIASMO

Con queste parole il ministro ha riassunto la gran voglia di fare e di mettersi in gioco di chi è impegnato nel settore. “La macchina si è rimessa in moto, in particolare dai paesi europei più vicini”, ha aggiunto, “il fatto di avere aperto prima del previsto ha consentito una ripartenza dei servizi anticipati e questo è un dato positivo. La ristorazione è in rispolvero. Per quanto riguarda le prenotazioni ci sono due segnali positivi: il primo è che Italia su Italia si prevede un 10% in più dell'anno scorso, gli stessi italiani girano più dell'anno scorso. Poi abbiamo anche la ripartenza dei flussi dall'estero”. Insomma, ci sono finalmente segnali positivi – la nota di aggiornamento vedrà un incremento del Pil, ad esempio – ma anche i servizi sono ripartiti in anticipo rispetto alle previsioni e già se ne

“Anche se è difficile fare previsioni il dato di fatto è che per l'estate si va verso il tutto esaurito”

vedono i risultati. Ristorazione, aumento delle prenotazioni, reattività dei borghi più piccoli – tutti elementi che concorrono alla ripresa del settore turistico. Certo, anche le metropoli attireranno flussi turistici, in particolare esteri, ma sono le città di medie e piccole dimensioni a mostrarsi più mobili, anche più reattive sotto un certo punto di vista.

E le aspettative, di fatto, anche nelle parole del ministro sembrano essere positive: “Anche se è difficile fare previsioni – ha detto rispondendo alle domande del direttore – il dato di fatto è che per l'estate si va verso il tutto esaurito e questo è molto importante”. Questo, però è anche un settore che ha bisogno di ripensare la propria organizzazione anche a livello istituzionale: poche persone a gestire il 13 per cento del Pil nazionale sono insufficienti, ha sottolineato il ministro, soprattutto in virtù dei circa 500 milioni di

Orizzonti
idee dalla Basilicata

IL TURISMO POST COVID



MARIO SECHI
Direttore "Orizzonti, Idee dalla Basilicata"



MASSIMO GARAVAGLIA
Ministro del Turismo

ne parliamo con



ROSSELLA TARANTINO
Manager Sviluppo e relazioni della Fondazione Matera-Basilicata 2019



FRANCESCO SOMMA
Presidente di Confindustria Basilicata



ANTONIO NICOLETTI
Direttore APT Basilicata

mercoledì 30 giugno alle ore 12.00

ACCEDI

Per accedere all'evento segui le istruzioni in allegato

L'evento verrà trasmesso anche giovedì 1 luglio alle ore 20.00 su digitale terrestre al canale 622 e sul decoder Sky al canale 5622.

“La macchina si è rimessa in moto, in particolare dai paesi europei più vicini”

”

sussidi che è complesso distribuire. A proposito di questi ultimi, è certo che rappresentino un punto importante nel percorso di ripresa ma è fondamentale “tornare a produrre e a fatturare”; solo così riusciremo ad uscire dal pantano

in cui l'epidemia ci ha gettati. In termini occupazionali, poi, siamo dinnanzi ad un “paradosso difficile da risolvere”, che si traduce in esigenza di personale qualificato che si è in parte già ricollocato ma che ha anche accettato offerte provenienti dall'estero. Formare ottime professionalità per poi lasciarle partire, invece di valorizzarle, è uno dei fenomeni su cui si rende necessario intervenire, e un supporto alle aziende è rappresentato dalla decontribuzione e dall'abbattimento dei costi fissi in generale. Ma l'Italia non è da sola: il ministro ha confermato il grande impegno profuso nelle relazioni con l'estero, con i suoi omologhi internazionali – ma non solo; e questo impegno già ha dato in parte i suoi frutti. Si pensi ad esempio al green pass, per il quale un tempo ci sarebbero voluti anni di lavoro e che invece è stato reso disponibile in pochi mesi.

L'invito di partecipazione al Digital Talk “Il turismo post Covid”, che si è tenuto il 30 giugno alle 12 su piattaforma virtuale.



© CONFINDUSTRIA

“
È necessario
senza dubbio
rafforzare il brand
e puntare
sulle eccellenze
del territorio
”



© TONY VECE



© ROSSELLA ATARANTINO

“
L'esempio di
Matera è da
manuale, è così
che si costruiscono
casi di successo
”

IL FRONTE LUCANO

La Basilicata è protagonista principale del discorso sul turismo: è necessario senza dubbio “rafforzare il brand”, come ha detto Francesco Somma, e puntare sulle eccellenze del territorio senza dimenticare il digitale, che sta coinvolgendo – con la sua rivoluzione – tutti i settori produttivi. Si pensi all’iniziativa Destinazione Basilicata, Startup innovativa che, con il coinvolgimento di professionisti e comuni andrà a rendere personalizzabile l’esperienza virtuale che si concretizzerà nel momento in cui verrà vissuta quella

turistica. Sfruttare le potenzialità dei territori è fondamentale, così come è fondamentale un’educazione al territorio italiano (il 60 per cento degli italiani conosce la Basilicata solo di nome, ad esempio) e in questo ambito è proprio il digitale che si rivelerà fondamentale: il primo passo sarà la ristrutturazione del portale italia.it per renderlo un hub digitale che avrà bisogno della “collaborazione tra Regioni, operatori e grandi player” per funzionare al meglio.

I numeri lucani sono incoraggianti: Rossella Tarantino ha evidenziato

la grande crescita di Matera. Parliamo di circa un milione e mezzo di presenze nel 2019, di importanti impatti sul Pil regionale, di circa 48 Paesi che hanno “scoperto” Matera – il tutto grazie ad una formidabile campagna di comunicazione e al programma culturale messo in campo durante l’esperienza di Capitale della Cultura Europea, programma che ancora è rilevante per Matera e la Basilicata.

Si deve proseguire in questa direzione, aumentando la risonanza internazionale degli eventi territoriali; l’esempio di Matera è da

manuale, è così che “si costruiscono casi di successo, con la conseguente esigenza di replicare il modello all’insegna di organizzazione e sostenibilità”. Il tema del turismo sostenibile, non solo in senso ambientale, è decisivo: il turismo deve sempre essere di qualità e di qualità devono essere tutte le infrastrutture – specie quelle che riguardano i collegamenti – ad esso connesse. Spazio e tempo hanno un’importanza cruciale: bisogna “distribuire i flussi turistici sul territorio e renderlo fruibile nel tempo”, in modo rapido ed efficiente.

A sinistra,
turisti
passeggiano
in via
San Biagio
a Matera.



© FREEPIK

“STRATEGIE NUOVE ED INNOVATIVE”

Un turismo nuovo, innovativo, digitale: Antonio Nicoletti ha, da un lato, sottolineato l’importanza della crescita continua e, dall’altro, ha parlato di miglioramento della comunicazione, di appeal internazionale e di nuovi strumenti da utilizzare. Entrare nei grandi mercati nazionali ed internazionali è cruciale per riuscire a collocare la Basilicata – e l’Italia – in una nuova posizione sulla scena mondiale. E lo stesso ministro ha rimarcato l’importanza dell’innovazione e del miglioramento, anche servendosi di strumenti smart, adeguati alle nuove esigenze post Covid – si pensi a nuovi pacchetti integrati, ad esempio, da offrire ai turisti internazionali e nazionali. E i dati si rivelano sempre più fondamentali, in questa nuova epoca digitale; dati che servono a personalizzare, adeguare e migliorare i servizi – un lavoro da fare in tandem con i grandi player nazionali. I tempi sono maturi per una svolta che condurrà a nuovi orizzonti a portata dell’Italia.



© APT BASILICATA

“
È importante la
crescita continua
ma è importante
anche migliorare
la comunicazione,
l’appeal
internazionale e
i nuovi strumenti
da utilizzare
”

Viaggiare lentamente a Matera

Al via la ripresa estiva, con la riapertura dei servizi e delle strutture e l'arrivo di turisti anche stranieri.

Massima accoglienza a chi sceglie il viaggio lento

“Il trollear dei trolley è un tintinnio nei nostri cuori”. Campeggia a caratteri cubitali questo post su Facebook e, per gli abitanti della città, è un riecheggiare di suoni d'affezione molto rasserrenanti, quasi una vibrazione terapeutica che, come un mantra, torna ad animare le piazze, i vicoli e le strade del centro storico di Matera.

La pandemia ha colpito pesantemente durante l'inverno 2020-2021, dopo un'estate che aveva aperto scenari di speranza, di fiducia per l'immediato futuro. Infatti, leggendo i dati Apt Basilicata, ad agosto 2020, a Matera, sotto il solleone, si sono registrati 45.899 arrivi e 70.944 presenze di turisti italiani, numeri superiori addirittura ai 38.580 arrivi e alle 65.168 presenze del mese di agosto 2019. Poi di nuovo chiusure, silenzi pandemici e coprifuoco. A colpi di resilienza, qui si scandiscono i ritmi di vita della città millenaria.

La ripresa estiva, con la riapertura

dei servizi e delle strutture e l'arrivo di turisti di prossimità ma anche stranieri dall'accento francese, belga e molti svizzeri a zigzagare tra le strade, adesso si intravede all'orizzonte.

Ironia della sorte, la nuova alba sorge proprio nel giorno della liberazione. Il 25 aprile 2021 cominciano a rialzarsi le saracinesche, le piazze e gli alberghi si ripopolano timidamente, gli operatori turistici cominciano a riproporre offerte a turisti e viaggiatori.

Tommaso Mariani, neo presidente del Consorzio degli Albergatori di Matera, gongola in vista delle prenotazioni che, per l'estate, stanno crescendo a ritmi incoraggianti e afferma, sebbene i dati siano ufficiali, che “la situazione si sta stabilizzando, registrando ad oggi quasi un 40 per cento di prenotazioni provenienti, al momento, per lo più dalle regioni limitrofe”.

Il numero dei turisti è via via cresciuto a partire proprio dalla fine di aprile. Ma è da metà maggio che i residenti del centro storico



© TONY VECE

possono riascoltare “il trollear dei trolley” accogliendolo come un dolce tintinnio che si espande al passaggio sulle pietre rugose di via Ridola, via San Francesco, piazza Sedile, via Duomo. Ridotti gruppi di forestieri, spesso solo coppie, con lo zainetto sulle spalle circolano curiosi fra le

strade e le chiese del centro storico. Ancora pochi, rispetto ai tempi passati, ma molto coraggiosi. Torna a risalire il profumo dalle cucine dei ristoranti che negli ultimi 10 anni, da quando Matera aveva iniziato la sua cavalcata verso il 2019, anno da capitale europea della cultura, si poteva sentire per

le vie della città, ad ogni ora del giorno e della sera. Profumi, suoni e voci che erano diventati sempre più intensi a partire dal 2010, quando l'assemblea cittadina decise di candidare Matera a quella competizione, fino all'anno da capitale, con una presenza turistica che nella Città dei

Sassi, subito dopo la proclamazione, avvenuta il 17 ottobre del 2014, si è praticamente raddoppiata passando da 281.414 arrivi nel 2014 fino a 447.721 nel 2017 fino a sfiorare il milione di presenze nel 2019. “Una bella storia per il Mezzogiorno - ha dichiarato il ministro France-

schini, in sede di presentazione dei risultati di valutazione di Matera 2019 - quando sarà finita la pandemia, il turismo internazionale tornerà, quindi la grande sfida sarà quella di distribuire i flussi su tutto il territorio, a partire dal Sud. E Matera in questo senso è per tutta l'Italia un esempio di turismo so-

stenibile”. Ed è proprio la sostenibilità al centro del nuovo patto di sviluppo e collaborazione nel settore del turismo siglato tra associazioni di categoria ed enti istituzionali. Regole e visione nel rispetto del territorio: “E-Matera”, il patto messo a punto dall'amministrazione co-

G20, la Città dei Sassi torna alla ribalta

Il vertice riporta la città al centro del mondo e potrebbe fare effetto traino per la ripresa del turismo

Matera è tornata sotto i riflettori della scena internazionale offrendo il suo centro storico patrimonio dell'Unesco come scenografia per i lavori del G20 Esteri. L'auspicio è che questo ritorno alla ribalta faccia da volano al settore turistico. Nella città del pane e dell'acqua, nella città resiliente per antonomasia sin dagli albori dell'umanità, i grandi della terra hanno firmato l'impegno ad affrontare le emergenze alimentari del pianeta con l'obiettivo di avere un mondo libero dalla fame entro il 2030. È questo il “patto di Matera”, cioè la dichiarazione ministeriale firmata nell'ambito della tre giorni del G20 che si è svolto a Bari, Brindisi e, appunto, nella Città dei Sassi. L'indicazione guida è venuta dal ministro degli Esteri e della Cooperazione, Luigi Di Maio, nel suo discorso di apertura del Ministerial Meeting Foreign and Development. A via Ridola, davanti all'ingresso di palazzo Lanfranchi, i ministri dei paesi del G20 e le delegazioni diplomatiche hanno trovato tre installazioni giganti in 3D, tre parole - People, Planet, Prosperity - le “P” della presidenza italiana ad indicare la necessità di riequilibrare il rapporto tra l'umanità e il suo ambiente e ridurre le disuguaglianze tra continenti. Multilateralismo e cooperazione internazionale, a cominciare dalla distribuzione dei vaccini, gli strumenti

per la sfida globale. “Con le due Conferenze Onu - ha detto Di Maio - sui cambiamenti climatici (COP26) e sulla biodiversità (COP15), abbiamo un'occasione imperdibile, per attuare gli Accordi di Parigi, con l'adozione di impegni ambiziosi di breve termine e il sostegno all'obiettivo della neutralità climatica, che auspichiamo essere al 2050, in base agli impegni presi da un numero crescente di Paesi. Il G20 ha una particolare responsabilità nel favorire questi progressi. L'Italia darà il proprio contributo attraverso la Presidenza del Gruppo e come partner del Regno Unito per la COP26”. Matera ha retto la sfida dell'accoglienza, grazie anche a un piano di sicurezza che ha visto schierati centinaia di poliziotti rocciatori per la particolare conformazione dei Sassi. Notevole lo sforzo organizzativo che ha visto operatori economici e culturali in prima fila. I Paesi membri del G20, che insieme rappresentano l'80 per cento del Pil mondiale, il 75 per cento degli scambi commerciali ed il 60 per cento della popolazione, sono: Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, Giappone, India, Indonesia, Italia, Messico, Russia, Sud Africa, Arabia Saudita, Corea del Sud, Turchia, Regno Unito, Stati Uniti e Unione Europea. La Spagna è invitata come ospite permanente. **(L.S.)**

munale, punta a preservare il patrimonio e le risorse storiche, ambientali e naturali, accrescere la redditività del sistema artigianale, manifatturiero, agricolo, commerciale e turistico e creare di pari passo uno sviluppo culturale e un benessere diffuso.

Matera si appresta così ad accogliere chi sceglie il viaggio lento, la mobilità dolce per accedere alle risorse naturalistiche, storiche e museali, a rendere accessibili e fruibili tutti i luoghi per turisti con disabilità speciali, a lottare contro l'abusivismo, a programmare gli eventi e ad implementare un sistema di monitoraggio della sostenibilità.

Matera abbraccia già da tempi antichissimi la tutela, l'equilibrio e la sostenibilità come valori universali e la sua antica resilienza è testimoniata dal suo continuo adattarsi alle vicende politiche, economiche e culturali che l'hanno portata nel tempo, da una situazione di vergogna nazionale a patrimonio Unesco, proprio per le straordinarie modalità di conservazione delle acque, fino a conquistare l'olimpico di capitale europea della cultura 2019.

Una città in cui la comunità riprende fiducia in un continuo riadattarsi alle situazioni.

E oggi, dopo il silenzio pandemico, la città si rimette in moto, gli ormai tradizionali ape calessino tornano a strombazzare per le vie del centro con i loro forestieri a bordo. E anche loro, le guide turistiche, tornano a sorridere e a raccontare la città con gli altoparlanti, con la paura lasciata alle spalle e un orizzonte senza dubbio diverso, ma sereno. Stanno per tornare anche gli eventi culturali: musica, cinema, teatro nei borghi e nei rioni periferici, e anche libri e parole nuove da abitare, per dare respiro a una bellissima estate materana.



“Niente previsioni ma sono molto fiducioso”

Intervista al direttore generale dell'Apt, Antonio Nicoletti. Il marketing turistico punterà molto sulla graphic novel e sul gaming, con Minecraft

Alla fine del 2019 l'Agenzia di promozione territoriale della Basilicata (Apt) è passata sotto la guida di Antonio Nicoletti. Un incarico nato sotto i migliori auspici, visti i risultati avuti da Matera nell'anno da capitale europea della cultura.

Nessuno allora avrebbe mai potuto immaginare cosa sarebbe accaduto al mondo intero dopo appena un paio di mesi. Ma Nicoletti, nonostante la pandemia, non si è perso d'animo, e fra lockdown e regioni colorate, e in presenza o in streaming ha messo in campo

una serie di azioni a livello nazionale e internazionale per mantenere alta l'attenzione sulla Basilicata. Come, solo per fare un esempio, la partecipazione all'edizione digitale della Borsa internazionale del turismo.

Ci sono proiezioni per il futuro?

In questo periodo storico non credo molto nelle proiezioni, vista la variabilità spesso imponderabile della diffusione dell'epidemia. E chi lancia numeri alla luce degli anni precedenti temo che operi un azzardo che non possiamo permetterci. Ma, anche se non posso basarmi su dati scientifici, posso dire che sono molto fiducioso sull'andamento del turismo in Basilicata per il 2021. Lo dico non solo perché è una regione dalle caratteristiche adatte per le attuali esigenze del viaggiatore, ma anche per il monitoraggio sul sentiment, sul desiderio di viaggio, e perché ascolto gli operatori e percepisco una voglia di ripartenza che avrà effetti positivi sull'industria della vacanza.

L'Apt sta preparando il piano strategico del marketing turistico. Quali sono alcune delle voci principali?

Stiamo presentando il piano in tutta la Basilicata incontrando gli operatori per avere le loro opinioni. Ma posso dire che ci sono obiettivi ambiziosi, con alcuni elementi fondamentali che mirano ad allungare la stagione turistica in tutti i mesi dell'anno. Vogliamo superare la logica degli itinerari per comunicare una idea di Basilicata più coerente con le aspettative di un turismo moderno e, allo stesso tempo, sostenibile. La Basilicata può davvero offrire tutto quello che un visitatore cerca. Inoltre vogliamo lavorare con la logica del brand promuovendo le tipicità dei territori sulla base dei concetti di diversità e unicità. Ci sarebbe molto altro da dire, ma per il momento mi fermo qui.

In che modo la Basilicata verrà raccontata?

Vogliamo provare a raccontarla utilizzando diversi strumenti in



© APT BASILICATA

Antonio Nicoletti

È direttore generale dell'Agenzia di promozione territoriale della Basilicata (Apt) da fine 2019. Ingegnere, materano, Nicoletti ha lavorato per importanti committenti pubblici tra cui il Foromez, la Regione Basilicata, la Regione Puglia, l'Università degli Studi della Basilicata, il Comune di Bari, il Comune di Matera, Sviluppo Basilicata.

grado di raccogliere l'interesse di un vasto pubblico. Punteremo molto, ad esempio, sulla graphic novel. Non meno importante la strategia del gaming. Ad esempio con Minecraft, uno dei giochi più famosi al mondo, sarà possibile esplorare il Metapontino all'epoca della Magna Grecia e di Pitagora. Sarà un modo per comunicare cultura attraverso il gioco e per incentivare l'arrivo di turisti in questi luoghi, come accade già con l'industria del cinema.

ANDREA DI CONSOLI

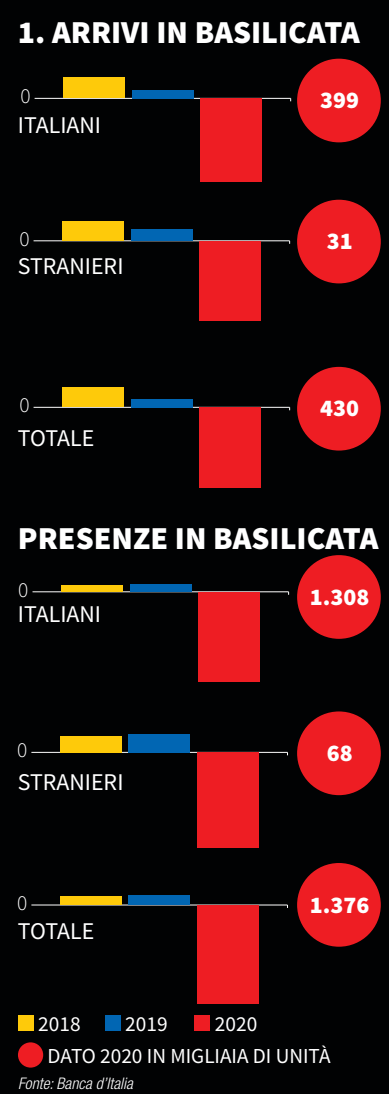
Il prezzo più alto



Il turismo è stato uno dei settori più colpiti dal Covid in Basilicata. Nel 2020 si sono registrate la metà delle presenze rispetto al 2019. La fotografia dell'economia lucana nell'ultimo rapporto di Banca d'Italia

Per provare a capire quali siano stati gli effetti della pandemia sull'economia lucana è fondamentale leggere lo studio "L'economia della Basilicata", predisposto dalla Banca d'Italia all'interno dei report dedicati alle singole regioni italiane e diffuso da pochi giorni. La premessa da fare, necessariamente, è che gli effetti della pandemia sono ancora in corso, e difficilmente determineranno un nuovo equilibrio - locale e globale - in tempi brevi. Pesa, per esempio, l'incognita sugli effetti concreti che ci saranno quando si deciderà - non solo qui in Italia - di essere meno "protettivi" in materie quali la cassa integrazione e i licenziamenti, la sospensione dei mutui e dei debiti bancari, la procrastinazione di alcune scadenze fiscali. Per ora si è ancora in una situazione di parziale "protezione" da parte delle politiche pubbliche, che però non potrà reggere ancora a lungo, principalmente a causa dell'abnorme debito pubblico accumulato, per ora fermo al 160 per cento del rapporto debito/Pil, e che la stessa Unione europea ha più volte valutato con discreta preoccupazione, visti comunque gli allentamenti attuati in materia di vincoli di bilancio.

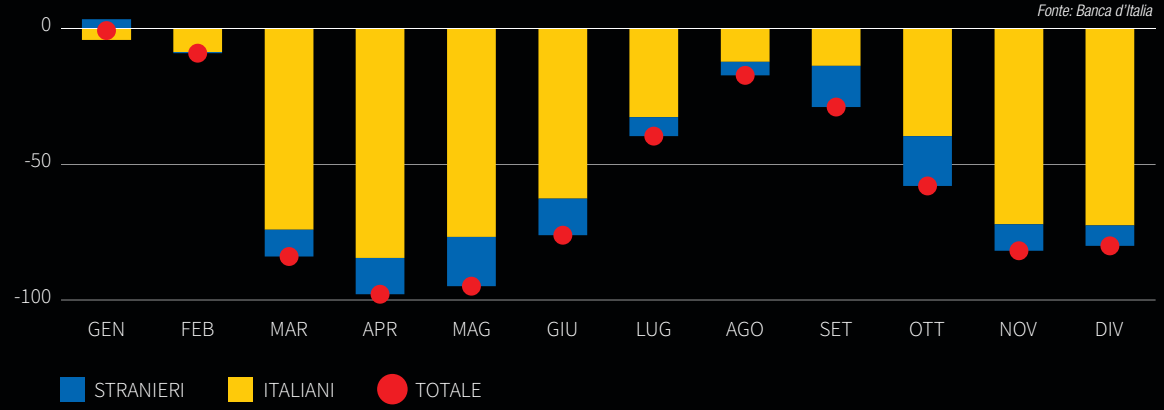
Bisogna anche dire che l'allentamento avviato dalle misure "protettive" sarà comunque mitigato da un balzo in avanti del Pil (qualcuno lo prospetta "a V") di questi mesi estivi, assai probabilmente favorevoli alla nostra economia, e dall'arrivo, a luglio, della prima tranche di finanziamenti del Recovery Plan. Una situazione vitale, disperata, euforica e disordinata, in cui a prevalere saranno sbalzi, aritmie, saliscendi, andamenti al-



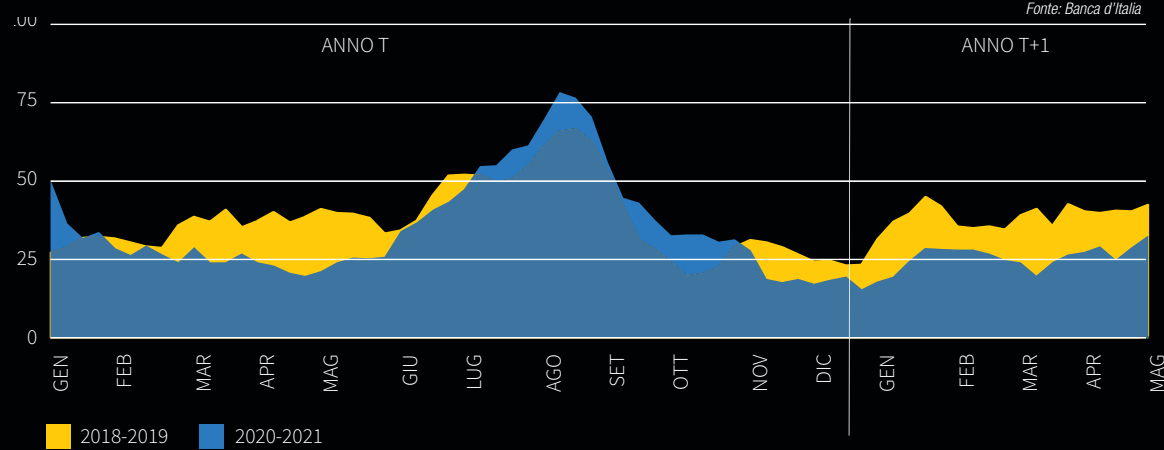
talenanti, nuovi vuoti e nuovi pieni da indagare con rapidità, per intervenire con maggiore efficacia. La Basilicata nel 2020 ha risentito come il resto del Paese degli effetti del rallentamento dell'economia mondiale, benché con andamenti non univoci. Nell'automotive, per esempio, è vero che i primi mesi di pandemia nel 2020 hanno segnato un significativo calo dell'export (complessivamente, su

base annua, il calo è stato del - 8,9 per cento), ma bisogna dire che durante l'estate del 2020 il settore ha subito un'improvvisa accelerazione, per poi ripiombare in cicli meno favorevoli, anche a causa delle incertezze globali a proposito del mercato delle materie prime. Lo stesso discorso vale per l'oil & gas, che è vero sì che ha visto un significativo calo del valore della produzione, ma al contempo ha registrato una significativa crescita delle quantità estratte in seguito all'avvio dello sfruttamento, in Basilicata, del giacimento di Tempa Rossa. I settori che hanno vissuto meno scossoni sono principalmente due: quello delle costruzioni e l'agricoltura. A subire invece i danni maggiori sono stati il settore commerciale non alimentare e il turismo in generale, che è il comparto che ha pagato il prezzo più alto durante questa pandemia. Secondo i dati provvisori dell'Agenzia di Promozione Territoriale di Basilicata, nel 2020 si sono registrate circa 1,4 milioni di presenze presso le strutture ricettive lucane, il 49,7% in meno rispetto al 2019. Questo ha sicuramente rappresentato un importante elemento di mortalità delle aziende turistiche, che però è stata in parte arginata con politiche di sostegno - non solo nazionali, ma anche regionali - tese a dare liquidità sui conti correnti e a procrastinare il più possibile la morsa dell'Agenzia delle Entrate (in un quadro come questo, con una significativa riduzione delle entrate fiscali e con un arretrato nei versamenti delle tasse e dei tributi, è assai probabile che si renderà necessaria una sorta di moratoria condivisa, e abbastanza irrealistica qualsiasi proposta di riduzione della pressione fiscale). Un altro aspetto da attenzionare è la situazione del credito. In Basilicata operano ben 25 banche, e il dato che immediatamente

2. PRESENZE TURISTICHE NEL 2020



3. INDICAZIONI DI INTERESSE DA RICERCHE SU GOOGLE



colpisce è una certa contraddittorietà del sistema - anche qui: non andamenti univoci, ma tendenze contrastanti, difficilmente sintetizzabili con una formula univoca - perché sono contemporaneamente aumentati i depositi bancari (nel 2020 i depositi bancari delle famiglie e delle imprese sono aumentati del 10,8%; nel 2019 l'aumento era stato solo del 4,2%), diminuiti gli indebitamenti delle famiglie (principalmente a causa del calo del mercato immobiliare, nel senso che meno persone nel 2020 hanno accesso mutui per acquistare una casa) e cresciuto il ricorso al credito da parte delle imprese in sofferenza a causa del calo della produzione. Per quanto riguarda le finanze

pubbliche regionali, invece, bisogna registrare un aumento dei trasferimenti statali in ambito sanitario, anzitutto per mettere in campo concrete iniziative per evitare il collasso della Sanità. Last but not least, va segnalata una diminuzione delle royalties percepite dalla Regione Basilicata: nel 2020, infatti, sono diminuite del 10,1%, portando a 110 milioni di euro i soldi versati dalle compagnie petrolifere agli enti pubblici regionali (l'85% finisce nelle casse regionali, e il restante 15% ai comuni direttamente interessati dalle attività estrattive). Ma questo calo, in qualche misura, è compensato dall'aumento delle risorse trasferite in Basilicata dallo Stato centrale. Lo studio della Banca d'Italia si

sofferma poi sulla digitalizzazione in Basilicata, che sconta ancora gravi ritardi, e sulle politiche messe in campo per rendere il sistema economico e produttivo lucano nel suo insieme più moderno, più competitivo, più efficace per affrontare le tante incognite del prossimo futuro. Una parte del sistema produttivo uscirà rafforzato da questa stagione di blocchi e improvvise accelerazioni; un altro sarà in affanno; un pezzo, invece, soccomberà. Seguire costantemente l'andamento numerico e statistico dell'economia, perciò, diventa non soltanto importante come sempre, ma ora più che mai fondamentale.

Le misure in materia di mobilità adottate dal Governo a partire da marzo hanno determinato una notevole riduzione degli spostamenti con finalità turistica. Secondo i dati provvisori dell'Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata, nel 2020 si sono registrate circa 1,4 milioni di presenze presso le strutture ricettive lucane, il 49,7 per cento in meno rispetto all'anno precedente (grafico 1). Il calo dei flussi è stato più intenso nei mesi primaverili, per attenuarsi durante la stagione estiva, grazie all'allentamento delle misure restrittive (grafico 2). Negli ultimi mesi dell'anno, tuttavia, la dinamica negativa è tornata ad accentuarsi, risentendo dei maggiori livelli di contagio e del nuovo rafforzamento delle misure di contenimento. Le indicazioni di interesse, estrapolate dalle ricerche su internet, si collocano, nei primi mesi del 2021, su livelli inferiori a quelli precedenti la diffusione del contagio, ma superiori allo scorso anno (grafico 3).

L'anno della svolta

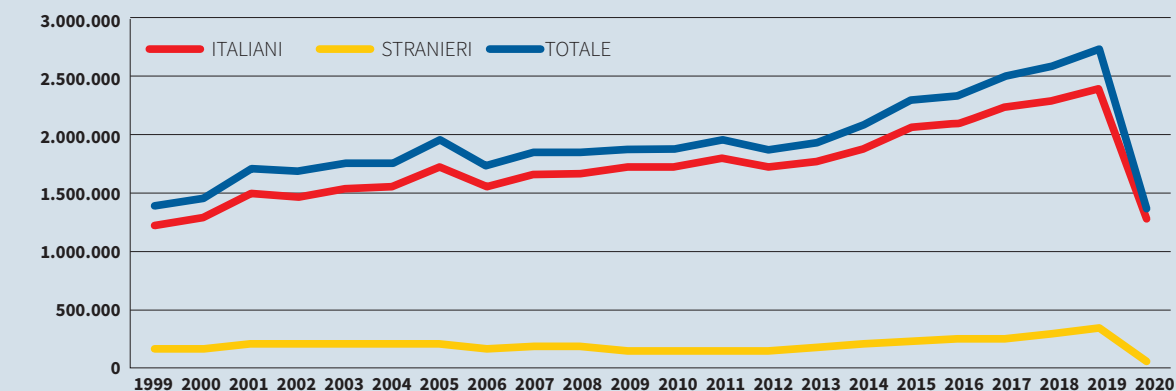
GIOVANNI
PADULA

economista
urbano
e direttore
di CityO

Il turismo dovrà riconquistare le posizioni perse a causa della pandemia e rafforzare i propri legami con la parte più dinamica (e verde) dell'economia regionale, moltiplicando così il suo apporto al Pil



ANDAMENTO STORICO DELLE PRESENZE DI TURISTI IN BASILICATA



Il turismo lucano, dopo una crescita costante, negli ultimi due anni ha subito un crollo notevole dovuta alla pandemia, come è evidente nella grafica relativa alle presenze registrate negli ultimi vent'anni. Nella foto, un suggestivo scorcio del lago Pertusillo.

può diventare il peso del settore turistico sull'economia regionale. In gioco c'è quindi anche la trasformazione del turismo lucano in un settore che moltiplica i propri collegamenti con le aree più dinamiche dell'economia, si pensi per esempio al ruolo crescente delle industrie culturali e creative nell'offerta turistica, o alle forme di mobilità intelligente e sostenibile nel distribuire i flussi turistici in Basilicata, o ai legami del comparto congressuale del turismo con il 5G e le nuove tecnologie di comunicazione.

Grazie anche al ruolo di Matera, Capitale europea della cultura nel 2019, la Basilicata ha nell'ultimo decennio gradualmente intensificato le proprie relazioni con l'economia globale, agganciandosi di fatto anche nel settore turistico alle dinamiche dei mercati internazionali. La tendenza ad attirare sempre più turisti internazionali è stata messa in discussione dall'impatto a medio termine della pandemia. Si tratta di un fenomeno da monitorare con attenzione nei prossimi mesi e nei prossimi anni. Il turismo nazionale e "di prossimità" - quello in arrivo dalle regioni limitrofe - ha infatti acquisito un peso più alto a causa del Covid e del crollo dei viaggi su lunga distanza.

I centri lucani di turismo consolidato - Matera, Maratea e Costa Jo-

nica - hanno un peso determinante sul settore turistico regionale. Insieme queste tre realtà hanno prodotto nel 2019 l'82 per cento circa delle presenze della regione. Ciò significa che il turismo è oggi fortemente concentrato in otto comuni su 131 della Basilicata. Ma il paniere di risorse turistiche della regione è potenzialmente molto più vasto: a Matera città d'arte, al turismo borgo-mare di Maratea, ai centri balneari della Costa Jonica si aggiungono altre aree: il Vulture, il comprensorio del Pollino, la Val d'Agri e una serie di borghi e piccoli centri. Gran parte di queste aree sono ancora poco visitate, si trovano nelle zone interne della regione e posseggono un elevato potenziale nel turismo che sposa natura, cultura, paesaggio, escursionismo, enogastronomia.

Così come i fattori trainanti del turismo a Matera sono cambiati nel tempo, anche i driver del turismo nelle diverse mete lucane vanno identificati con attenzione e messi al centro delle strategie turistiche degli operatori privati e delle istituzioni. Il passato recente, che per Matera e la Basilicata ha coinciso con un'ascesa straordinaria della notorietà turistica internazionale, ha oggi un peso minore di fronte alle incognite del futuro emergente.

Il 2021 potrà essere ricordato non solo, si spera, come l'anno dell'uscita dalla pandemia ma anche come l'anno della svolta green dell'Unione europea, del Next Generation EU e dell'approvazione del PNRR: l'Europa e il mondo intero iniziano seriamente a fare i conti con il cambiamento climatico e la transizione energe-

tica. Anche il turismo è al centro di questa grande trasformazione. In bilico tra gli impatti devastanti della pandemia e il ritorno ai flussi turistici che negli anni scorsi l'hanno resa una delle regioni più attrattive d'Italia, la stessa Basilicata si prepara a risalire la difficile parete di un'economia turistica colpita dalla crisi proprio mentre il profilo

del settore si adatta ai cambiamenti in corso. Non sarà una sfida facile.

Anche per le mete turistiche lucane l'impatto del Covid e dei lockdown è stato devastante: se osserviamo la serie storica in un lungo arco di tempo la Basilicata - dopo un crollo del 49,6 per cento nel 2020 - è tornata ai livelli di presenze tu-

ristiche del 1999. La china è ripida e il ritorno ai livelli del 2019 richiederà anni.

In gioco non c'è solo una parte crescente del prodotto interno lordo della regione: secondo le stime il peso del turismo sull'economia lucana varia tra il tre e il sei per cento a seconda di quanto "si allarga" il ventaglio di attività legate

al turismo prese in considerazione. Nello stimare l'impatto economico di un settore come il turismo è bene tenere presente il concetto di moltiplicatore: è un parametro che indica come e in che misura l'economia regionale reagisce ad una variazione dei flussi turistici e della spesa ad essi collegata, in particolare la "porzione di spesa"

che rimane sul territorio e che si distribuisce tra alberghi, ristoranti, mezzi di trasporto, servizi culturali. Più il turismo riesce a collegarsi a settori ad elevato valore aggiunto - in cui per esempio salari e stipendi sono più alti e le innovazioni vengono adottate con maggiore rapidità - più il valore del moltiplicatore turistico è alto e maggiore



Innamorarsi delle attese,
respirare i luoghi,
bruciare nelle assenze
come l'amante errante,
che cerca nell'amato
l'oggetto della sua mancanza.

Camminare taciturni
nelle pieghe dei paesi,
sfiorare con le dita
la vita dentro le case,
ascoltare il rumore liquido
dei passi dei bambini,
ed il respiro stanco
e grigio dei vecchi.
Tutto parla,
in un silenzio devastante.

Ogni cosa di questo mondo
fa sentire sulla pelle
un lontano furore di eternità.

Da "Ora Mediterranea", Sergio Ragone
Edigrafema 2020



© GETTY IMAGES

nelle nostre vite, appartiene al nostro Dna, è parte integrante e costituente del nostro destino. Un destino che noi lucani abbiamo già ribaltato, determinando così un nuovo possibile tempo futuro per noi stessi e per il territorio che abitiamo ogni giorno. Un futuro in cui la bellezza darà del tu alla tecnologia e all'impresa, in cui sarà possibile produrre sviluppo e buona energia, realizzando compiutamente la rivoluzione green che ci aspetta. Adesso che l'estate è finalmente arrivata, regaliamoci il gusto di perderci in questo gomitolo di vie, tra sorrisi gentili e volti che diventeranno ben presto amici. Rivello è un passo nel futuro, quello dal cuore antico, è il luogo della speranza e della dolcezza, della concretezza intelligente delle sue donne e delle ambizioni pulite dei suoi figli. Al lettore vogliamo regalare un'ulteriore suggestione che nasce dallo sguardo che si è tuffato nel mare lì lontano, dopo un lungo cammino che porta fino al monte Coccovello, e che si è fatto verbo.

Su un'altura che domina la Valle del Noce, in provincia di Potenza, si adagia Rivello, uno dei borghi più suggestivi della Basilicata.

SERGIO RAGONE

Rivello, scrigno di luce della Valle del Noce

Il piccolo borgo, uno dei più suggestivi della Basilicata, è tornato a far parlare di sé grazie alla sua bellezza e ad una promozione turistica intelligente, che passa anche per i social

Devi fermarti per poterla ammirare. La sosta nella piazzola che incontri risalendo la valle del Noce è ormai una tappa fissa per ogni viaggiatore. Da lì Rivello si mostra in tutta la sua eleganza, a petto pieno e con un respiro profondo, lo stesso che serve per trattenere tutte le vibrazioni positive che trasmette. A guardarla da lì viene voglia di rubarla, di metterla in tasca per poterla portare con sé sempre e ammirarla ogni volta che la pioggia di dolore e violenza si abbatte sul mondo e sulle nostre vite. Quando poi l'attraversi, a piedi, per vedere meglio cielo e terra, senti sulla pelle tutta quella bellezza ed il peso di una storia che parla con gentilezza e solennità. Nelle sue strade strette si sentono profumi puliti e voci che accolgono e invitano ad entrare nelle case. Qui

storia e geografia si incontrano perfettamente, si sposano promettendosi eterna fedeltà, e chiamano i rivellesi, e tutti noi, a testimoniare e celebrare questa unione di anime e lingue, di parole e luce, di destini e memorie. Da qualche tempo a questa parte Rivello è tornata a far parlare di sé, mostrando la sua pelle nuda agli occhi del mondo. Lo scorso marzo il piccolo borgo valnocino

è stato protagonista della rivista Bell'Italia e all'inizio di giugno una troupe televisiva ha realizzato un servizio per raccontarne la bellezza paesaggistica e monumentale. Non stupisce certo tutta questa rinnovata attenzione mediatica per Rivello, paese che ha dato i natali a molti lucani illustri del passato e dei nostri tempi, così come non desta meraviglia che sia diventata ormai una delle tappe fisse dei viaggiatori in cerca di bellezza. Ad accoglierli ci sono gli animatori della pagina Facebook "Rivello Oltre", che diffonde e condivide pezzi di storia e suggestioni

che solo questa geografia dell'anima sa suscitare. Ed è anche grazie ai social, e ad una narrazione intelligente e mai stucchevole, che si sono accese le luci della ribalta, a riprova del fatto che la promozione turistica in Basilicata non è mai un mero esercizio di propaganda. Ma Rivello, come tutta la Basilicata, ha uno straordinario potere: richiama sempre coloro che vi appartengono. Per citare il maestro Sgalambro, esercita un diritto: la legge dell'appartenenza. A questa legge, a questa appartenenza, nessuno è in grado di sottrarsi perché è scritta e radicata

LUIGI SANTORO

Back to Bernalda

La città dove ha casa Francis Ford Coppola è solo uno dei luoghi rappresentativi della nostra regione che andrebbero valorizzati, nell'ottica di una rinascita del turismo

A sud di Matera, al confine con la parte nord-occidentale della provincia di Taranto - a 127 metri dal livello del mare - sorge il comune di Bernalda.

Si tratta di una cittadina alle volte oscurata dalle ombre di Matera e Potenza, sulle quali spesso si sofferma la narrazione della Basilicata - io stesso, per quel che conta, non avevo (mea culpa) cognizione alcuna della sua esistenza fino a poco tempo fa. E dovrei vergognarmi, insomma, da cittadino italiano e del Mezzogiorno, anche perché Bernalda è nota, eccome, ben al di là dei confini del Belpaese. Se infatti andate negli Stati Uniti, e in particolare in California, a Napa, potreste incontrare Francis Ford Coppola - i cinefili avranno già capito - che è, tra le altre cose, cittadino onorario proprio della cittadina lucana dove è inoltre presente il Palazzo Margherita, che il regista ha acquistato nel 2004 e ristrutturato.

"The mythical town" l'ha definita nel 2012, "Bernalda bella, as my grandfather used to call it", ("La mitica città Bernalda bella, come era solito chiamarla mio nonno").

Ora, l'aneddoto è curioso e interessante, così come lo sono le origini italiane e lucane della famiglia Coppola, ma il punto è un altro. Lo abbiamo letto, sentito e ripetuto tante di quelle volte negli ultimi mesi che se n'è perso il conto ma la crisi sanitaria da cui, sembra, stiamo finalmente venendo fuori ha investito come uno tsunami ogni aspetto della vita del nostro Paese, ogni luogo, ogni angolo, ogni pietra da cui è composto. In particolar modo, repetita iuvant, il turismo, in ogni suo aspetto, ha pagato un prezzo altissimo anche se ha potuto relativamente tirare qualche boccata d'aria fresca durante l'estate dello scorso anno, quando - in Basilicata, per restare in tema - le strutture alberghiere di Maratea registrarono praticamente il tutto esaurito proprio a giugno. Certo, un anno fa (sembra passato molto più tempo, vero?) si temeva il colpo di coda del virus, che poi si è effettivamente verificato; oggi, invece, la situazione sembra decisamente più rosea - complice l'aver potuto mettere in campo lo strumento decisivo nella battaglia al Covid, i vaccini.



© GETTY IMAGES

E mi si perdonerà se il discorso porta con sé un retrogusto retorico - non ce n'è assolutamente l'intenzione - ma è proprio dal turismo che l'Italia (e il Mezzogiorno) debbono rinascere. Non è una semplice dichiarazione di intenti; se andiamo a leggere il PNRR, infatti, alla terza parte della prima Missione, si leggono 6,8 miliardi de-

stinati a "turismo e cultura", con particolare riferimento a turismo 4.0 e industria culturale e creativa 4.0. Naturalmente, infrastrutture e competenze digitali, ad oggi, nel 2021 e nel pieno della quarta rivoluzione industriale, sono più che fondamentali per poter essere competitivi non all'interno del Paese ma rispetto agli altri Stati

Ue - e anche rispetto alle altre nazioni del mondo. Su questo non vi è dubbio alcuno ed è giusto sottolineare la volontà di entrare rapidamente e definitivamente nell'era digitale; ma, sempre nel PNRR, si fa anche riferimento alla necessità di modernizzare le infrastrutture materiali, rigenerare borghi, riqualificare le strutture

turistiche, potenziare le infrastrutture e così via. Bisogna, certo, puntare sul digitale, sulla possibilità di visitare un museo restando seduti al computer; ma l'immediato futuro sarà colmo di commistioni tra eventi fisici ed eventi digitali - sarebbe folle rinunciare a piè pari alle possibilità offerte dal web. Ed entrambe le strade

devono poter essere percorse alla massima velocità. Nel tornare al "fisico", ad esempio, si sente spesso l'esigenza di tenere eventi in luoghi che siano facili da raggiungere; sicuramente ci siamo in parte assuefatti alle comodità della nostra scrivania ma è evidente che il turismo 4.0 deve poter trovare la strada spianata anche in questo



© GETTY IMAGES

senso. Bisogna poter facilmente raggiungere ogni luogo d'Italia al fine di valorizzarne ogni parte.

Ora, l'Italia è il primo Paese a puntare con forza sul binomio turismo-cultura (quello che riceverà in assoluto più finanziamenti con il PNRR), più di Spagna, Francia, Germania e Portogallo; per non parlare degli oltre 80 miliardi di euro destinati al solo Mezzogiorno, che lasciano ben sperare.

Eppure, non è possibile lasciare niente al caso. Troppo spesso viene raccontata la storia di un'Italia a due velocità e serpeggiano già i timori di un eventuale spreco di fondi qui al Mezzogiorno. E allora è giunto il momento - adesso sì, lo possiamo dire - di (ri)scoprire lo splendore di quel gioiello che è l'Italia meridionale. Back to Bernalda, diceva Coppola al New York Times. Ed è la stessa cosa che diciamo oggi: ritornare a Bernalda, in Basilicata, nel Mezzogiorno e da lì ripartire e rinascere, dal turismo e dalla consapevolezza del posto che l'Italia - forte di tutta la sua storia, dei suoi paesaggi e di quelle caratteristiche che la rendono il Belpaese - ha il diritto di occupare.

Bernalda è una cittadina famosa nel mondo del cinema perché è il lontano luogo d'origine di Francesco Ford Coppola. Qui, infatti, il regista ha acquistato l'antico Palazzo Margherita rendendolo un hotel di lusso. Nella foto, Coppola firma un autografo al suo arrivo al Palazzo Margherita, poco prima del matrimonio di sua figlia con il cantante rock Thomas Mars, celebrato il 27 agosto 2011.



REALIZZATO DA
GRUPPO ECONOMIA FEEM

Enogastronomia, un modello di business

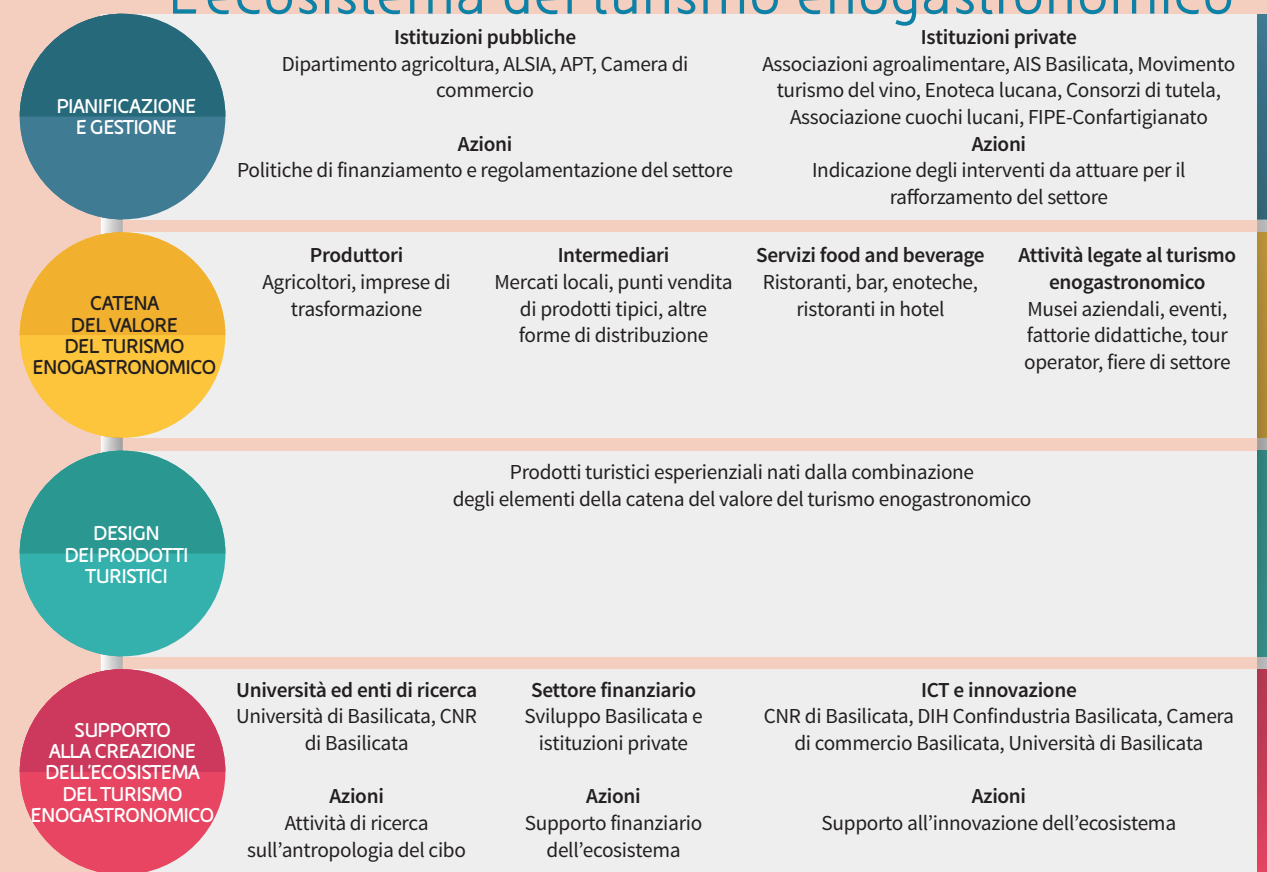
© GETTY IMAGES

In Basilicata è un settore che ha molte potenzialità. La Fondazione Eni Enrico Mattei propone un modello in grado di determinare lo sviluppo locale attraverso il coinvolgimento di tutti gli attori essenziali del territorio

Il divieto di viaggiare ha stimolato nell'ultimo anno e mezzo la riorganizzazione del settore turistico. Si sono immaginati nuovi modelli di business sempre più sostenibili e in grado di garantire sicurezza, soprattutto dal punto di vista sociale. Il turismo enogastronomico rientra tra questi, perché può garantire un'offerta turistica progettata secondo le esigenze del mercato. Un mercato

che oggi richiede un'attenzione certamente diversa rispetto al passato. Partendo dal concetto di prodotto turistico e dall'importanza che il turismo enogastronomico può avere per regioni a vocazione rurale, la Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM) propone un modello per la Basilicata in grado di determinare lo sviluppo locale attraverso il coinvolgimento di tutti

L'ecosistema del turismo enogastronomico



gli attori essenziali del territorio. Il modello identifica, nello specifico, chi sono gli attori della filiera, il ruolo che hanno e i livelli (Pianificazione e gestione, Catena del valore del turismo enogastronomico, Design di prodotti turistici e Supporto alla creazione dell'ecosistema) su cui poggiare l'ecosistema del turismo enogastronomico.

Nel primo livello, "Pianificazione e gestione", sono stati individuati gli enti pubblici e privati demandati alla pianificazione e alla gestione dell'intero ecosistema, e tale livello è posizionato nel punto più alto dell'ecosistema. Nel secondo livello, "Catena del valore del turismo enogastronomico", rientrano tutti gli attori essenziali alla creazione del prodotto turistico, dalla cui varietà e numero dipendono le molteplici combinazioni per la creazione del prodotto turistico, attori che vanno

dai produttori agricoli ai servizi della ristorazione, a quelli dell'ospitalità, ai servizi legati alla promozione e alla commercializzazione del prodotto turistico. Nel terzo livello, "Design dei prodotti turistici", rientrano i prodotti che prenderanno forma dalla combinazione dei singoli elementi della catena del valore del turismo enogastronomico. Infine, nel quarto livello, "Supporto alla creazione dell'ecosistema", rientrano le attività di ricerca sul tema dell'enogastronomia, le attività finanziarie, tecnologiche, di marketing svolte da istituzioni quali università, centri di ricerca, istituti finanziari, partner privati che, con le loro differenti missioni, completano la creazione e la gestione dell'ecosistema. Dall'analisi FEEM emerge che tra gli elementi che compongono la catena di valore del turismo enogastronomico in Basilicata rientrano i prodotti agroalimentari di

qualità legati a un marchio con indicazione geografica, i prodotti agricoli della tradizione, le filiere del vino e dell'olio, i servizi della ricettività, i servizi della ristorazione legati a ristoranti stellati, i servizi delle agenzie di viaggi e tour operator e i servizi delle fattorie didattiche (i dati risalgono al periodo pre-Covid). Una catena di valore ricca di elementi che, però, ad oggi non registra collaborazioni importanti e ogni elemento continua ad agire in modo isolato, disconnesso l'uno dall'altro, e non partecipa alla creazione di un ecosistema enogastronomico funzionale. Puntare su un ecosistema enogastronomico ben organizzato aprirebbe anche alla possibilità di creare e commercializzare esperienze turistiche rurali innovative, in grado di assicurare importanti vantaggi sia in termini di posizionamento sia in termini di ricavi. Il posizionamento all'interno del

Le categorie della catena del valore	Numero totale
Strutture ricettive	1.326
Vini con un marchio di indicazione geografica	6
Prodotti con un marchio di indicazione geografica	11
Prodotti agroalimentari tradizionali	114
Eventi enogastronomici	192
Ristoranti	1.256
Ristoranti stellati	1
Fattorie didattiche	60
Oleifici attivi	145
Tour operator e agenzie viaggi regionali	96
Presidi slow food	5
Cantine	100
Enoteca regionale	1
Movimento turismo del vino di Basilicata	1
Consorzi di tutela	16
Scuola di cucina regionale	1
Microbirrifici	10

mercato turistico permetterebbe alla Basilicata di qualificarsi come una destinazione legata alla cultura, alle tradizioni, all'autenticità e alla sostenibilità, caratteristiche sempre più ricercate nel mercato turistico. Di pari passo, anche i ricavi subirebbero un incremento perché il turista enogastronomico rappresenta un segmento di domanda con un'alta capacità di spesa rispetto ad altri segmenti. Realizzare un ecosistema efficiente permetterebbe, in sintesi, al turismo enogastronomico lucano, così come al turismo in generale, di creare valore per lo sviluppo locale. E grazie alla sua natura trasversale, incentiverebbe la crescita di altri comparti come agricoltura, artigianato, servizi che sono meno lontani di quanto si possa pensare da questo modello di business.



© TONY VECE

LUCIA
SERINO

Basilicata, la regione dove ognuno è "free to move"

Alla vigilia della stagione turistica si punta sulla ritrovata libertà e sulla possibilità di muoversi in sicurezza negli spazi di cui il territorio dispone. Molti i progetti nel nome della sostenibilità

Benvenuti in Basilicata, la regione dove si è "free to move". Punta sulla libertà di movimento la campagna di comunicazione dedicata all'offerta turistica per l'estate 2021, sulla felicità di stare all'aria aperta e sulla sicurezza di un distanziamento naturale dopo mesi di forzata segregazione casalinga, valorizzando la natura e gli spazi di cui la regione è ricca, senza inse-

guire la suggestione di quel "Covid free" ampiamente utilizzato dalle regioni vicine. Nello spot ideato da Luca Acito, realizzato dallo studio Antani su commissione dell'Apt, la simpatia e il sorriso di volti comuni, gente normale selezionata da un casting che ha valutato più di cento persone - ragazzi, signore, studenti, artigiani, impiegati - festeggiano la ritrovata libertà saltando sulle cime dure

delle Dolomiti lucane e su quelle argillose dei calanchi, guardando la Gravina di Matera, correndo lungo il parco fluviale del Basento, sorridendo davanti a un peperone crusco croccante al punto giusto, le braccia alzate in segno di vittoria sulla spiaggia bianca di Pisticci inondati dal sole o riparati dall'ombra dei pini loricati del Pollino, dove vive e gode di ottima salute Italus, nato più di mille anni fa, l'albero più vecchio d'Europa. La Basilicata promette una vacanza che non è solo mare da bandiera blu ma anche un tesoro di biodiversità interne, dove la vita si scopre lenta ma anche adrenalinica se, per esempio, si ha il coraggio di tuffarsi a volo d'angelo tra Castelmezzano e Pietrapertosa.

Dopo mesi in cui gli operatori hanno cercato di orientarsi tra videoconferenze e webinar, con le stime implacabili del disastro da lockdown, i conti che non tornano e i trend azzerati, "siamo entrati in una fase simile a quella di un aereo la cui traiettoria e stabilità dipendono dalla bravura del pilota", considera Antonio Nicoletti, il direttore dell'Apt (l'Agenzia regionale per il turismo), "prima di tornare a una situazione di stabile fluidità ci vorrà tempo, e questo tempo sarà più breve per i territori con un'offerta differenziata e dinamica, con maggiore propensione all'innovazione, adattamento e resilienza del prodotto, con una maggiore capacità di individuazione (e penetrazione) nei mer-

cati a domanda di rapido innesco. È fondamentale intervenire oggi per salvare il tessuto produttivo e il prodotto turistico". E così la Basilicata, cercando di adattare la strategia di marketing alla variabilità del momento, più che promuovere il suo patrimonio, assicura la possibilità di goderselo in totale sicurezza. In questa chiave la parola d'ordine irrinunciabile è "sostenibilità", quell'idea cioè di cercare un rapporto diverso tra noi e i luoghi, un valore che sembra orientare tutti i progetti di sviluppo turistico della regione. Nasce così "NaturArte", da una collaborazione tra il dipartimento Ambiente della Regione e i 5 parchi presenti sul territorio lucano per una serie di spettacoli lungo un unico "sen-

tiero" che unisce la Basilicata dal parco della Murgia materana fino al parco nazionale del Pollino, passando dal parco di Gallipoli Cognato e Piccole Dolomiti Lucane al parco nazionale Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese, fino al parco del Vulture. Persino l'angolo storicamente più glamour della regione, la costa di Maratea, pur non rinunciando al consueto appuntamento delle giornate del cinema, offre un'alternativa più consona ai tempi tra arrampicate, sky walking e kayak. Un contributo alle imprese della filiera turistica che si preparano alla ripartenza, per costruire un turismo sostenibile diffuso, viene da Sviluppo Basilicata, impegnata

Lo splendido "paese fantasma" Craco, in provincia di Matera, è oggi una delle mete imperdibili della terra lucana.

Maratea, tra cinema e outdoor

Le giornate del cinema, le spiagge Bandiera Blu e le attività all'aperto



Sarà la costumista e scenografa Beatrice Bulgari (moglie di Nicola, il gioielliere) la madrina delle giornate del cinema di Maratea che tornano dal 27 al 31 luglio nell'anfiteatro dell'iconico hotel Santa Venere a Fiumicello. L'appuntamento con il red carpet, organizzato da oltre dieci anni da Nicola Timpone, non mancherà neppure quest'anno, a metà di una stagione turistica che si preannuncia da overbooking come sempre. Riaperti tutti gli alber-

ghi, conquistata anche quest'anno la bandiera blu, ripuliti i fondali grazie agli studenti del Nautico che hanno tirato su residui di vetroresina con l'aiuto dei barcaioli, la città che custodisce 44 chiese e si affaccia su 30 chilometri di spiagge, cale e calette, punta anche su un progetto di attività sportive all'aperto, in linea con la strategia regionale del "free to move". "Maratea accresce la sua offerta turistica, diventando anche una nuova destinazione per gli ap-

passionati del climbing e delle esperienze outdoor", racconta il sindaco Daniele Stoppelli. Alla vigilia dell'estate è stato infatti inaugurato un pacchetto di attività denominate "Matera experience", e cioè la Via Ferrata al Redentore con i ponti tibetani, le due Arrampicate di San Biagio e di Capo la Grotta, lo sky walk di Cersuta con la riqualificazione del sentiero "Appreziamoci l'asino", un suggestivo percorso vista mare che arriva fino al porto di Sapri, talmente

stretto che un tempo due muli non riuscivano a passare e perciò, se si incrociavano, bisognava valutare quale dei due valeva di meno per lasciarlo a mare. Per fortuna il rito tribale è solo una leggenda. Il rilancio del turismo avviene anche grazie all'incremento dei collegamenti: di fatti, dal 13 giugno il treno Freccia Argento Sibari-Bolzano ferma alla stazione della città.

© PAOLO CONVERSANO/UNSPLASH

con la Regione e l'Apt nell'attuazione del Piano d'azione per la ripresa del turismo in Basilicata. È questo il significato del progetto "Labelscape" finanziato all'interno del Programma "Med 2014-2020", che ha l'obiettivo di rafforzare il ruolo della certificazione di so-

stenibilità nelle politiche del turismo regionali. Gabriella Megale, amministratrice unica di Sviluppo Basilicata spiega: "Con questo progetto intendiamo accrescere la sensibilizzazione su un tema di grande attualità, perché la certificazione sostenibile è l'ele-

mento necessario per affermare la Basilicata come destinazione verde, sana, attiva e dinamica, tra cultura, biodiversità, innovazione e qualità del tessuto sociale. Intendiamo quindi sostenere l'obiettivo indicato dall'assessore alle Attività produttive, Francesco Cup-

paro, per migliorare e innovare questa nuova offerta turistica attraverso le tre parole chiave: 'integrazione', 'internazionalizzazione', 'innovazione'. In particolare, per l'innovazione gli operatori turistici possono contare su Sviluppo Basilicata".

Turismo religioso



© ALESSANDRO ANTONELLI, CC BY 3.0/WIKIMEDIA

La Regione ha finanziato progetti per 4,3 milioni di euro volti a valorizzare il patrimonio culturale ecclesiale, nell'ambito di un'intesa con la diocesi di Potenza-Muro Lucano-Marsico Nuovo, oltre che con quelle di Tursi-Lagonegro e Melfi-Rapolla-Venosa. Tra gli altri interventi previsti la tutela, valorizzazione e messa in rete della Basilica di Maria Santissima di Anglona, del museo diocesano di Tursi e della Basilica di San Biagio a Maratea. "La finalità - ha spiegato l'assessore alle attività produttive, Francesco Cupparo - oltre alla salvaguardia di beni ecclesiali di grande valore religioso e artistico - è quella di aumentare l'offerta attrattiva della Basilicata in questo particolare momento di rilancio del turismo culturale, mettendo in rete attrattori di notevole pregio".

Turismo... circolare

Applicare i criteri dell'economia circolare al turismo. È la sfida del progetto Be.Cultour, di cui è partner l'Apt. L'area pilota interessata è il Vulture, con al centro Venosa, crocevia degli itinerari consolari dell'Appia e della via Herculea. Lungo questi itinerari si dipaneranno iniziative sperimentali volte alla connessione rispettivamente con Matera e l'area bradanica, da un lato, verso Potenza e la Basilicata nord-occidentale dall'altro. L'obiettivo è applicare i criteri dell'economia circolare al turismo per la gestione e l'innovazione del prodotto, non solo per ridurre il consumo di risorse storico-ambientali legato alle attività turistiche, ma anche per migliorare la distribuzione dei benefici sui territori.

Per i più golosi



CC BY 3.0/WIKIMEDIA

Si è svolta il 20 giugno scorso la seconda edizione del "Ceasetrek - il cammino del Canestrato" tra Moliterno e Castelsaraceno, due comunità storicamente vicine per scambi legati alla pastorizia e al pellegrinaggio religioso. Il legante è la cultura rurale espressa dal prodotto tipico di eccellenza, il famoso Canestrato, degustato all'arrivo a Castelsaraceno presso il Museo della pastorizia. Il trekking, affidato a una guida ufficiale del Parco nazionale dell'Appennino lucano, è un tratto del Sentiero Italia, particolarmente suggestivo per il paesaggio che offre. Il tracciato si trova, infatti, in vetta alle cime montuose del territorio.

Geronimo Stilton alla scoperta di Matera



© PIEMME-MONDADORI

Il famoso topo giornalista è il protagonista di "Mille Meraviglie", un affascinante guida per ragazze e ragazzi ai quali viene proposto un viaggio alla scoperta dell'Italia. È un progetto realizzato per il ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale, in collaborazione con la Commissione nazionale italiana per l'Unesco da Edizioni Piemme - Mondadori Libri. L'edizione speciale è distribuita attraverso la rete delle ambasciate, dei consolati e degli Istituti italiani di Cultura. Il viaggio a Matera di Geronimo, Tea e del resto della famiglia inizia a pagina 32 della guida.

Con questo progetto, ha precisato il presidente della Regione Vito Bardi, "nell'Italia che cerca con tutte le sue forze di uscire dalla pandemia, la Basilicata intende presentarsi agli occhi dei visitatori come la "meta ideale" per il turismo della ripartenza". La Basilicata, ha

aggiunto, è "una regione in grado di offrire, oltre alla straordinaria bellezza della natura e delle proprie emergenze culturali, quella tranquillità ritrovata di cui abbiamo tutti bisogno in questa fase". Ma sostenibilità è anche occuparsi degli ultimi. Anna Padula, presi-

Un'app per il cicloturismo

Durante i giorni dell'European green week, promossa dalla Commissione europea, cui la Basilicata ha partecipato con un itinerario bike da Rotonda a Matera, è stata annunciata una app per il cicloturismo, per promuovere una pratica "en plein air" alla quale la Basilicata è particolarmente vocata e che ha grandi potenzialità di crescita per gli spazi naturalistici di cui dispone. Promuovere la possibilità di muoversi in sicurezza all'aria aperta è la principale strategia di marketing turistico scelta dalla Regione per l'estate 2021.



© PATRICK HENDRY/UNSPLASH

dente dell'associazione "Autismo in movimento Basilicata", ha organizzato un campo estivo per ragazzi con disabilità. Il campo si svolgerà in una struttura turistica di Scanzano e consentirà a tanti ragazzi di poter trascorrere dei giorni di relax al mare. "Estate sol-

lievo" è il progetto di chi vive quotidianamente le difficoltà dell'autismo e che chiede alla Regione Basilicata di creare una struttura permanente in grado di ospitare ragazzi meno fortunati di altri.





© FREEPIK

LUCA GRIECO

Lo spettro della questione meridionale

Il divario Nord-Sud è noto da sempre. Si è annullato, relativamente, solo durante la pandemia, che ha travolto tutto il Paese. Ora bisogna ripartire e cercare di intervenire in maniera mirata

Lo stesso articolo prese a circolare nuovamente in pieno lockdown e questa volta la proiezione di quanto previsto sembrava piuttosto beffarda: il divario si era annullato, ma perché tutta l'Italia viveva, in effetti, la stessa situazione, le identiche problematiche; insomma, il dramma era identico

è uguale per tutti. Piegati dal virus, invisibile e letale, Nord e Sud si trovavano nella stessa condizione di crisi, con le aziende di ogni regione in crisi. Più o meno. Come sempre, quando si affrontano questioni sociali, culturali e/o storiche relative all'Italia e al Sud (con lo spettro della questione meridionale che si aggira per il Paese) è sempre opportuno evitare narrazioni semplicistiche e semplificate; e sono tuttavia i dati a parlar chiaro. Secondo un report dell'Istat pubblicato nel 2018 (si tratta della rilevazione più recente di cui disponiamo), la spesa dei Comuni per i servizi sociali era al quinto anno consecutivo di aumento, toccando quota 7 miliardi e 472 milioni, ma per il Sud il dato riportava 58 euro pro capite, ossia meno della metà rispetto al resto del Paese, con il Nord-Est a quota 177 euro. Ora, i numeri possono essere, anzi, devono essere interpretati ma è evidente come una parte del Paese disponga di una capacità in termini di servizi per

il cittadino molto più elevata rispetto all'altra parte, costretta ad inseguire. Ci troviamo davanti a un treno composto da una sola locomotiva e da due vagoni che, incredibilmente, viaggiano a velocità diverse. La sensazione - che, in realtà, è ben più di questo - è quella di un'Italia spaccata a metà, di un'Italia con esigenze diverse dettate dal territorio. Ed è in virtù di queste esigenze diverse che occorre fare un discorso strettamente legato alla situazione attuale, un discorso sui temi di uguaglianza ed equità. Se, da un lato, abbiamo l'uguaglianza, che significa garantire a tutti le stesse risorse, dall'altro lato abbiamo l'equità, ossia garantire a tutti le risorse in base alle esigenze particolari. Il discorso è certamente più complesso, ma è evidente che potenziare allo stesso modo un apparato che presenti differenze sostanziali nelle sue parti significa lasciare ugualmente indietro una o più di quelle parti. Riprendendo l'esempio del treno, se potziassimo entrambi i vagoni allo stesso modo ci ritroveremmo sempre ad avere due diverse velocità in quanto avremmo rafforzato il vagone più debole ma quest'ultimo resterebbe ugualmente inadeguato rispetto all'altro, a sua volta migliorato. Cosa significa questo? Che, certo, ogni cittadino (ogni regione, ogni parte del territorio) è uguale all'altro all'interno dello Stato; ma, anche, che ogni territorio ha esigenze diverse dettate dai diversi contesti in cui si trova. Ed è per questo che, prima di poter rafforzare tutta la macchina, occorre individuare quali ingranaggi abbiano bisogno di particolare attenzione prima di poter intervenire sul complesso. In caso contrario ci si troverebbe ad affrontare sempre la medesima situazione; il problema, in altre parole, sarebbe solo rimandato.

Il digital divide, ossia il divario digitale tra Nord e Sud, è stato acuito dalla pandemia e, non a caso, il PNRR punta molto sulla digitalizzazione del Paese (tra l'altro, il 40% dei fondi territorializzabili del PNRR spetterà al Mezzogiorno).

Se consideriamo, ad esempio, l'arresto della produzione di marzo e aprile 2020, le imprese che hanno dovuto fare i conti con una riduzione del fatturato di oltre il 10 per cento si sono trovate per circa il 71 per cento nel Nord-Ovest rispetto al 64 per cento del Sud; tuttavia, con la ripartenza di maggio le imprese che hanno cessato l'attività o che prevedevano di non riprendere erano per il 3,8 per cento al Sud contro il 2 per cento del Nord. Allo stesso modo, il digital divide, ossia il divario digitale tra Nord e Sud, è stato acuito dalla pandemia e, non a caso, il PNRR punta molto sulla digitalizzazione del Paese (tra l'altro, il 40 per cento dei fondi territorializzabili del PNRR spetterà al Mezzogiorno). Questi esempi sono utili per comprendere come effettuare interventi mirati e differenziati non significhi privilegiare una parte del Paese rispetto al resto; semplicemente, rendersi conto della necessità di calibrare gli interventi in base alle diverse esigenze territoriali rispecchia appieno il concetto di equità.

Nei primi mesi dell'emergenza pandemica comincio a circolare un articolo, pubblicato sul Corriere della Sera il 13 settembre del 1972, quasi cinquant'anni fa, il cui titolo è: "Il divario tra Nord e Sud verrà colmato solo nel 2020". A dire il vero, l'articolo cominciò a diffondersi già sul finire del 2019, quando il popolo italiano era ancora beatamente ignaro dell'incubo collettivo in cui sarebbe sprofondata di lì ad una manciata di mesi. Nel 2019 si leggeva il titolo con amara ironia: il 2020 era alle porte e lo strappo tra Nord e Sud era ben lungi dall'essere ricucito.

© WIKIMEDIA-PUBLIC DOMAIN



come Governance Come trovarne una green



Viviamo assediati dalle parole dell'ambiente, spesso non comprendendone fino in fondo il significato. Abbiamo bisogno di un dizionario ambientale



© FREEPIK

Nel saggio sul "nazionalismo" contenuto nelle "21 lezioni per il XXI secolo" Yuval Noah Harari, storico israeliano, ha sintetizzato l'impasse ambientale in cui ci troviamo in questa difficile e delicata fase della storia affermando che "ci sono molte cose che governi, aziende e individui possono fare per evitare il cambiamento climatico. Ma per essere efficaci, devono essere compiute a livello globale. Quando si tratta di clima i Paesi non sono sovrani. Sono alla mercé delle azioni intraprese da coloro che vivono dall'altra parte del pianeta". In effetti, questa intuizione, seppur collocata nel contesto di un'analisi socio-economica, centra uno dei nodi giuridici cruciali della questione della sostenibilità, ossia il conflitto nemmeno troppo latente fra i vari livelli di "governance" dell'ambiente e delle sue risorse nonché la spinosa questione della "sovranità interna" delle nazioni. Ci si interroga, dunque, su quali siano gli strumenti maggiormente adeguati per favorire un dialogo costruttivo fra gli Stati al fine di garantire una svolta ambientale globale. Il diritto internazionale, al di là degli accordi generali non sembra, fino ad oggi, aver offerto risposte efficaci per realizzare quei cambiamenti radicali

–soprattutto nei Paesi già sviluppati – che sono condizione minima per parlare di sostenibilità dello sviluppo nell'ormai immediato futuro. Infatti, benché il tema della sostenibilità si sia sviluppato anzitutto a livello internazionale, la formulazione di principi connotati da una certa "vaghezza" rende difficilmente individuabile la loro "normatività", cioè l'assunzione di decisioni "coercibili" a livello globale. Il problema è strettamente correlato al fatto che la gestione internazionale della sostenibilità tende inevitabilmente a interferire con la sovranità degli Stati sulle risorse naturali interne, di cui la Comunità internazionale dovrebbe farsi carico sia in termini di contribuzione ai costi (anche del mancato "sfruttamento" per via dei vincoli di conservazione) sia d'imposizione di regole e/o di amministrazione esplicita. Nonostante i fori di discussione e negoziazione internazionale registrino crescente consapevolezza della necessità dell'azione a tutela dell'ambiente, gli Stati restano inerti o sono ancora troppo divisi sui metodi da adottare, come dimostrato il clamoroso recesso degli Stati Uniti dall'Accordo sul clima.

È, dunque, dal livello "intermedio" di strutturazione delle relazioni internazionali che potrebbero giungere le risposte più efficaci nel breve termine alla riduzione dell'impatto antropico sull'ambiente. In questa direzione l'Unione europea costituisce un modello efficace che ha consentito negli ultimi decenni l'introduzione di meccanismi, per lo più di tipo obbligatorio, che consentono la soluzione delle controversie attraverso il diritto. Si tratta, infatti, di una organizzazione di scopo cui delegare – secondo la tecnica dei "piccoli passi" – l'amministrazione di determinati ambiti della sovranità nazionale e superare, nell'interesse comune, gli attriti interstatali derivanti dal perseguimento di obiettivi individuali dei singoli membri della Comunità. L'architettura dell'esperienza comunitaria è, dunque, il "principio di attribuzione". Per quel che qui più interessa, occorre ricordare come l'ambiente abbia seguito questa strada lungo l'arco evolutivo dell'esperienza comunitaria.

L'Unione Europea, oggi, si candida ad essere il soggetto internazionale capace di guidare la svolta globale ambientale poiché ha saputo coniugare i principi di legalità internazionale all'uso efficace del diritto quale strumento per catturare forme di hard law valide ed accettate dai singoli Stati.

In conclusione, potrebbe dirsi che nella Ue il diritto riprende i suoi spazi con una forza espansiva importante e necessaria: se è vero che la governance ambientale è costruzione di un processo reticolare in grado di unire soggetti pubblici e privati in una arena di discussione utile a condurre a scelte virtuose e condivise, è altrettanto vero che la governance non può tradursi in una eterna discussione priva di elementi di responsabilità.



© ARCHIVIO ENI

Il Leone d'Argento per la prima volta a una scuola lucana

Il premio della Biennale di Venezia per il corto "Mondi Possibili", in cui gli studenti esprimono i loro sentimenti in relazione alla didattica a distanza



© ARCHIVIO ENI

Antonella Marinelli, sceneggiatrice, e Silvio Giordano, regista del cortometraggio "Mondi Possibili". In alto, il Leone d'Argento assegnato all'opera.

Le paure, la dolcezza, l'infanzia, l'inquietudine, ma anche la speranza. Sono i sentimenti espressi dagli studenti dell'Istituto tecnico tecnologico di Villa d'Agri attraverso il cortometraggio "Mondi Possibili" realizzato in pieno lockdown, a maggio 2020. Un lavoro realizzato su Zoom e dedicato all'esperienza della didattica a distanza, così tanto sentito e così efficace da vincere il Leone d'Argento per la creatività 2020/2021 della Biennale di Venezia, la prima volta per una scuola lucana.

Il prestigioso premio è stato as-

segnato nell'ambito del Concorso Nazionale, categoria Scuole, per il progetto "Creative lab Med - Piccola Accademia della Creatività del Mediterraneo", curato dall'associazione Accademia del Mediterraneo, fondata dalla docente Antonella Marinelli, dal visual artist/direttore artistico Silvio Giordano e dal professore Gennaro Curcio.

"Il cinema è stato un importante strumento innovativo per l'alfabetizzazione emotiva delle nuove generazioni - spiegano i promotori del progetto - difatti nel mese di maggio 2020, durante il lockdown, è stato prodotto un cortometraggio interamente realizzato sulla piattaforma Zoom". Il cortometraggio, diretto da Silvio Giordano e scritto e sceneggiato da Antonella Marinelli, ha visto protagonisti l'attore Fabio Pappacena, protagonista del film assieme ai ragazzi dell'Istituto tecnico tecnologico di Villa d'Agri, della Fondazione Città per la Pace e della comunità "Il Sicomoro". Pappacena, nel ruolo del professore in didattica a distanza, "offre uno spaccato forte del periodo pandemico che stiamo attraversando e lo fa con due monologhi che aprono e chiudono le voci vibranti dei nostri alunni. Il nuovo mondo post pandemico va ricostruito partendo da loro, i ragazzi, gli unici che con i loro sogni possono offrirci un patchwork di Mondi Possibili, per l'appunto".

Il presidente della Biennale, Roberto Cicutto, in occasione dell'assegnazione del premio, che è avvenuta a distanza a causa dell'emergenza Covid, ha spiegato che "tale progetto valorizza l'applicazione della creatività da parte degli studenti confermando una particolare attenzione per la stessa come impegno". Questo premio, ha commentato Antonella Marinelli, "è un riconoscimento importante per la Basilicata e per le scuole della provincia lucana, e mette in risalto l'importanza di percorsi formativi in cui cultura e creatività possono rappresentare un argine alla dispersione scolastica stimolando le indoli creative dei giovanissimi quali presupposti per la nascita di una vera Accademia della Arti".

Orizzonti idee dalla Basilicata

Mensile - Anno 4°
n. 30/giugno 2021
Autorizzazione Tribunale di Roma
n. 142/16 dell'11/07/2016

Comitato editoriale

Luigi Ciarrocchi, Andrea Di Consoli, Manfredi Giusto, Eugenio Lopomo, Marco Marsili, Sergio Ragone, Walter Rizzi, Lucia Serino, Davide Tabarelli, Claudio Velardi

Direttore responsabile

Mario Sechi

Coordinatrice

Clara Sanna

Redazione Roma

Evita Comes, Antonella La Rosa, Simona Manna, Alessandra Mina, Serena Sabino, Alessandra Spalletta

Redazione Potenza

Orazio Azzato, Ernesto Ferrara, Carmen Ielpo

Impaginazione

Imprinting, Roma

Contatti

Roma: piazzale Enrico Mattei, 1
00144 Roma - Tel. 06.598.228.94
newsletter@orizzonti-basilicata.eni.com

Potenza: Via V. Verrastro, 3c
85100 Potenza - Tel. 0971 1945635
newsletter@orizzonti-basilicata.eni.com

Stampa Tecnostampa srl

via P. F. Campanile, 71
85050 Villa d'Agri di Marsicovetere (Pz)
www.grafichedibuono.it

Editore Eni SpA

www.eni.com

Foto

La foto di copertina è di Tony Vece

www.eni.com/eni-basilicata

Chiuso in redazione
il 30 giugno 2021

Tutte le opinioni espresse su "Orizzonti" rappresentano unicamente i pareri personali dei singoli autori.



The mark of responsible forestry



Elemental Chlorine Free

Carta: Lecta GardaMatt Art 115 gr

Inchiostri: Heidelberg Saphira
Ink Oxy-Dry

idee dalla Basilicata

Turismo, ora si riparte davvero
di Michele Vitiello

Viaggiare lentamente a Matera
di Mariateresa Cascino

Intervista: Antonio Nicoletti
direttore generale dell'Apt

Il prezzo più alto
di Andrea Di Consoli

L'anno della svolta
di Giovanni Padula

Rivello, scrigno di luce della Valle del Noce
di Sergio Ragone

Back to Bernalda
di Luigi Santoro

Enogastronomia, un modello di business
Realizzato da Gruppo Economia FEEM

Basilicata, la regione dove ognuno è "free to move"
di Lucia Serino

Lo spettro della questione meridionale
di Luca Grieco

Dizionario ambientale
di Cinzia Pasquale

**Il Leone d'Argento per la prima volta
a una scuola lucana**



I fatti che arrivano

PRIMA.

Notiziario, articoli personalizzati
e notifiche in tempo reale.

Scarica l'app AGI Prima

inquadrando il QR code con il tuo smartphone
o direttamente dagli store Google e Apple.
Scopri di più su agi.it.

Servizio in abbonamento.



AGI PRIMA

Powered by
AGI AGENZIA
ITALIA

