

IL FASCINO DI UNA “TERRA DI MEZZO”

SULLE COSTE ORMAI NON SI DISCUTE. CHE SIANO TIRRENICHE O IONICHE, PIETROSE O SABBIOSE, LA BASILICATA HA CONQUISTATO UNA SUA POSIZIONE SUL MERCATO DELLE VACANZE MARINARE. RESTA IL PROBLEMA DI PORTARE I TURISTI FUORI DAI VILLAGGI “ALL INCLUSIVE” PER PRODURRE RICADUTE SULLE AREE CIRCOSTANTI, LONTANO DAGLI STRETTI CONFINI DELLE LOCALITÀ MARITTIME, CHE DA SOLE NON ESAURISCONO L’OFFERTA DEL NOSTRO TERRITORIO. PER FARLO, UNA LEGGE REGIONALE SUL TURISMO RURALE. UN’ASSOCIAZIONE CHE PROMUOVE I COMUNI. E L’INIZIATIVA DI LUCANI INTRAPRENDENTI CHE SI RIMBOCCANO QUOTIDIANAMENTE LE MANICHE.

Un fazzoletto di terra, una molteplicità di scenari. Questa la **Basilicata**, che promette mari e monti. Dei mari si sa già tutto, le azioni di promozione nazionale ed internazionale hanno dato buoni frutti, ma larga parte dei nostri tesori restano nascosti.

Eppure moltissimi sono i borghi, i paesi, i parchi, i laghi che, forti di storia e di storie a volte millenarie, potrebbero affascinare il turista con una ricchezza insospettata: la propria civiltà. Civiltà contadina, perlopiù, che emancipata dagli stereotipi di certa letteratura, dona al visitatore la sua parte migliore. L’amministrazione regionale è consapevole del patrimonio che il territorio nasconde nel suo interno.

È del febbraio 2005 la legge n.17 che, oltre a disciplinare l’agriturismo, definisce il turismo rurale come “l’offerta turistica da promuovere nelle aree e nei centri rurali” per valorizzare tutte le risorse (ambientali, sociali, culturali, enogastronomiche) in un’ottica di conservazione del territorio e di sviluppo sostenibile.

Si tratta in un certo senso di recuperare la memoria. Per i lucani innanzi tutto. Scoprire di non conoscere nulla della

propria terra pur avendo percorso migliaia di chilometri in giro per il mondo.

“Ero appena tornato da un viaggio a Punta dell’Est in Uruguay. Sentii Sgarbi in tv bacchettare i viaggi esotici degli italiani che vanno a Punta dell’Est e poi magari non conoscono la cattedrale di Acerenza, che lui aveva appena visitato. Mi sembrò un segno del destino”. Così racconta entusiasta **Antonio Bruno**, presidente dell’**Associazione Identità Lucana**. Dopo quel “segno” lui, dottore in sociologia ancora incerto se partire o restare, decide che vuole conoscere la sua terra. E farla conoscere. Condivide il suo desiderio di lucanità con **Gianluca Caporaso**, esperto di comunicazione con incarichi di lavoro tra **Milano** e **Napoli**, anche lui alla ricerca della propria identità, che ad un certo punto decide di fare un salto nel buio e tornare a casa. Assieme a **Ivana Navarra** e **Franco Cosenza** fondano l’associazione per la promozione e la valorizzazione del territorio nel 2003. Il primo evento, la **Mostra dei Comuni**, vetrina per le tante realtà locali, che spesso non si conoscono e non si parlano. A quell’inizio partecipano 27 comuni, che diventano 42 nel 2004 e 60 nel 2005, quando la mostra ►►



Basilicata Country

Vestiti da mandriani consumati, da quattro anni gli emuli dei cow boy del vecchio west si incontrano a **Basilicata Country** e per tre giorni ricostruiscono un'atmosfera d'altri tempi.

Vi si svolgono principalmente gare di **Team Penning**, specialità equestre che prevede di isolare nel minor tempo possibile tre vitelli all'interno di una mandria di 30, ma anche slalom a cavallo tra i pali e tra i barili.

L'evento è organizzato dall'azienda **Vaccariccia** assieme all'associazione **Team Penning Basilicata**, nella cornice del **Parco di Gallipoli Cognato**.

Dopo le prime due edizioni a **Centro Palazzo**, presso la sede del parco, da due anni le gare si svolgono nel centro sportivo di **Calciano** (più comodo da raggiungere dall'autostrada).

Attrattiva di nicchia, che tuttavia negli anni scorsi ha richiamato fino a

6 mila presenze. Numero lievitato nell'ultima edizione, dato che le tre giornate dell'8, 9 e 10 luglio hanno costituito per la prima volta tappa del campionato nazionale della specialità, con team giunti dal centro sud Italia.

All'organizzazione dell'evento lavorano da 10 a 15 persone, ma si tratta di un'occasione anche per il territorio.

Dalle maestranze che provvedono all'impianto elettrico, ai fornitori del fieno per la mandria, ai vitelli che vengono affittati da un allevatore di **Tolve**, fino ai ristoratori e albergatori della zona.

Quest'anno i team, i giudici di gara e i cavalieri invitati ad assistere alla manifestazione sono stati ospitati presso alcuni hotel e in alcune case albergo di **Calciano**. Ovviamente i dettagli dell'organizzazione, la quantità di attrattive all'interno della manifestazione dipendono dai finanziamenti regionali o europei concessi ogni anno, e dai partner dell'iniziativa.

"Abbiamo fatto di una passione un lavoro" dicono gli organizzatori.

(R. S.)

si apre anche a regioni limitrofe, con la partecipazione di paesi in provincia di **Taranto, Bari, Foggia, Avellino, Salerno**. Addirittura i pugliesi di **Laterza** gli conferiscono la consulenza per organizzare una manifestazione simile nel loro territorio.

L'ultima edizione, ancora una volta nei padiglioni dell'**Efab** di **Tito** (ma dall'anno prossimo la manifestazione diventa itinerante), ha avuto 20 mila visitatori. Per la prima volta tante realtà dell'interno (non vi hanno partecipato né **Maratea**, né **Matera**, né **Melfi**) sono "costrette" a guardarsi allo specchio e a definire cosa può costituire un'appetibile offerta per il visitatore. A capire come si organizza una brochure informativa. Come si reclamizza il proprio prodotto. Insomma, come si fa marketing del territorio.

Un esempio concreto ce lo fornisce Antonio Bruno, col caso di **S. Angelo le Fratte**: una manifestazione decennale, "**Cantine Aperte**", che da quando partecipa alla mostra ha contato il 30 per cento in più di partecipanti. Così, la curiosità delle proprie radici si è trasformata in un lavoro. Alla manifestazione lavorano in tre, producendo, nell'ultima edi-





"DOMENICHE DEI SINDACI", ACERENZA (PZ)

zione, un indotto di circa 100.000 euro tra hostess, service, comunicazione, allestimenti, operai. Spese coperte in parte dai comuni, in parte da patrocini e sponsorizzazioni. Alla mostra si sono aggiunte recentemente le c.d. "**Domeniche dei Sindaci**", che hanno portato circa 400 visitatori in giro per 24 comuni della Basilicata. Pullman, ristorante e ingresso ai musei alla modica cifra di 20 euro (con un contributo dell'**Apt**).

La promozione del territorio batte le vie più diverse. Quella del palato è una delle più "appetibili". D'altra parte il patrimonio enogastronomico della

Basilicata è cospicuo e numerose sono diventate le manifestazioni destinate ad un vasto pubblico ma anche a ospiti eccellenti, invitati a conoscere le nostre tipicità e a diffonderne la conoscenza.

È in programma per settembre la quarta edizione della "**Settimana del Gusto**", organizzata da **UnionCamere** di Basilicata in collaborazione con **Alsia** e **Apt**, e con i dipartimenti Attività Produttive e Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione. I ristoranti saranno chiamati ad elaborare (sulla base di indicazioni sui prodotti tipici forniti dall'**Alsia**) ricette legate alla tradizione, per un sal-

to nella storia restando a tavola. Una scelta, quella di settembre, in controtendenza rispetto agli altri anni – quando la manifestazione si svolgeva d'estate – fatta per attrarre un turista interessato e non solo quello che si trova in vacanza da queste parti e vuol passare una giornata diversa. Altra novità è che l'iniziativa avrà come teatro non tutta la Basilicata ma una sola area-prodotto, quella della **Collina Materana**.

La sfida: sollecitare gli operatori pubblici e privati ma anche i semplici cittadini a sfruttare al meglio questa vetrina per proporre le emergenze locali ►►

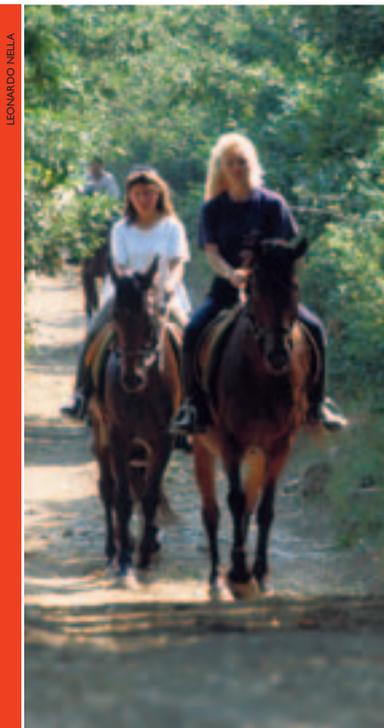


Ippovia

L'ippovia è un progetto trans-europeo del **Gal Asi-bc** in partnership con l'Irlanda, finanziato con fondi **Leader Plus**.

In pratica, un percorso lungo i territori di cinque comuni della **Val Camastra (Trivigno, Anzi, Calvello, Abriola e Laurenzana)**, recuperando vecchi tratturi esistenti e individuando alcuni agriturismi per la sosta.

Ne è nata una guida dei sentieri, e una segnaletica lungo i bordi della strada con bollini blu e arancio (utilizzabili anche da chi fa **trekking**) e cippi in pietra. L'itinerario si snoda lungo **120 chilometri**, tra percorso principale e secondario, ma attualmente non tutti i tratturi sono ben battuti e soprattutto non tutti gli operatori coinvolti ne



LEONARDO NELLA

hanno fatto un cavallo di battaglia della propria promozione.

Una delle poche a portare in giro per le fiere di settore l'attrattiva dell'ippovia è **Maria Giovanna Allegretti**, proprietaria della **Foresteria di S. Leo**, a **Trivigno**, un eremo benedettino restaurato che al suo interno conserva i resti del **monastero di San Leone**, del 1300.

Nato cinque anni fa, all'inizio offre quello che offrono tanti agriturismi: ristorazione esterna. Ma dopo due anni Maria Giovanna capisce che ha sbagliato indirizzo, chiude il ristorante e fa della Foresteria una struttura ricettiva, oggi esclusivamente per turisti stranieri, olandesi soprattutto. Con lei il marito, la figlia e due dipendenti. Di sua competenza il percorso che da Trivigno porta da un lato ad Anzi, dall'altro a Calvello, ma al momento i caval-

più interessanti a fini di promozione del territorio. Una giuria di livello nazionale (e non più gli avventori dei ristoranti) voteranno la ricetta migliore, che verrà premiata nel corso di una delle manifestazioni nazionali dell'Apt. L'edizione scorsa fu vinta dal ristorante materano **"Don Matteo"** con un originale dolce alla ricotta. Legate invece all'**Aglianico**, punta di diamante delle nostre produzioni, sono iniziative come **Aglianica** e il più recente **"Lungo le strade dell'Aglianico e per i Castelli di Federico II"**, organizzato dal Consorzio **"Qui Vulture"**. Un modo per coniugare promozione del territorio e dei suoi prodotti tipici, attraverso testimonial di eccezione quali i giornalisti di riviste a diffusione nazionale, da **"Anna"** a **"Vita in campagna"** a **"Vie del Gusto"** a **"Gioia"** a **"Bell'Italia"**.

Per due giorni gli ospiti sono stati scarrozzati tra aziende vinicole e monumenti dell'area nord della regione, apprezzando il gusto dei nostri vini miglio-

ri: da quelli della **"Terra dei re"** e delle **"Cantine del Notaio"** aziende di **Rionero**, a quelli di **Marico** e **Paternoster** di **Barile**, e della cooperativa **"Cantine di Venosa"**. Un modo per "far parlare" della Basilicata, aumentandone la notorietà verso un pubblico più vasto.

Un segmento interessante del turismo delle aree interne, è quello legato ai cavalli. Ippovia, campionati di specialità, turismo equestre, attirano addetti ai lavori o semplici appassionati.

Casa di Penelope e Cirene a Pietrapertosa

La **Casa di Penelope e Cirene** è il primo **b&b** a conduzione "femminile". Avvia la sua attività nel 2000 quando **Teresa Colucci**, appena laureata in matematica, decide che i nu-



meri non le interessano e che vuole mettere a frutto la vecchia casa di mamma Penelope e zia Cirene, a Pietrapertosa. Il primato le guadagna alcuni articoli su settimanali femminili

(**Grazia, Tu**) e soprattutto la partecipazione al programma **"Rai 2 in Famiglia"**. Da allora le prenotazioni fioccano, senza che, dice, lei faccia nulla.

È sulla guida **Veronelli**, su una delle principali guide della **Germania**, a cura di **Peter Amman**, su vari siti internet e, recentemente, anche su un free press milanese con un inserzione.

Il **b&b** dispone di 6 posti letto, alla cifra di 22 euro a persona a giorno. A questo si aggiungono altre due case, un monolocale a 35 euro al gior-

li sono solo un'attrattiva in più, non è col turismo equestre che lavora. Il fatto è, dice Maria Giovanna, che ci vorrebbe maggiore organizzazione, magari dei bivacchi attrezzati, la manutenzione costante dei tratti di propria competenza e soprattutto una volontà comune degli operatori. Per questo sta temporeggiando con un tour operator danese che lavora solo con i cavalli e che da tempo insiste perché apronti un programma di cinque giorni: per lavorare con il mercato estero bisogna essere una valida alternativa alla Toscana, dice, anche perché se sbagli una volta non tornano più.

Anche **Bruno di Trana**, gestore dell'**Agriturismo La Potentissima**, continua a sperare che un giorno l'itinerario a cavallo sarà interamente percorribile. Intanto, nella sua struttura a 1050 metri di altezza sulla strada che

da Calvello va in Val d'Agri, dotata di 16 posti letto in un complesso di inizio '800, con annessa chiesetta seicentesca, offre ospitalità a turisti italiani, tedeschi, olandesi. Intrecciando rapporti e amicizie che resistono a tempo e distanze.

Come la famiglia tedesca che ha scelto, per festeggiare le nozze d'argento, proprio la sua azienda, con il capofamiglia, chitarrista famoso che alla

Potentissima ha intitolato una ballata suonata a **Monaco**. Quale il segreto per "fidelizzare" a tal punto un cliente, viene spontaneo chiedere? Forse la risposta sta nella semplicità dell'ospitalità e nella genuinità dei prodotti. I clienti sono "viziati" con i formaggi prodotti direttamente in azienda, poi acquistati e portati a casa, e con piatti tipici ma poveri, cicoria campestre, zuppe, pasta di casa con il pezzente. (R. S.)



ti. Per un soggiorno all'interno dei nostri paesi, invece, si stanno affermando, pur lentamente, anche in Basilicata diverse alternative ai più costosi hotel: bed&breakfast in case ormai disabitate e riadattate, o i borghi alberghi, anche se al momento i progetti di alcuni paesi (**Castelmezzano**, **Acerenza**, **Forenza**, **Barile**, **Melfi**, **Venosa**), sono ancora in larga parte sulla carta.

Tante diverse iniziative, che tuttavia soffrono, a detta dei più, per la mancan-

za di un "sistema". Che vuol dire innanzi tutto un modo di intendere comune, una predisposizione comune agli stessi investimenti e agli stessi obiettivi.

Tradotto significa mantenimento degli standard minimi dell'offerta turistica da parte di tutti gli operatori, al di sotto dei quali il visitatore, ormai esigente in termini di confort e servizi, non tornerà e soprattutto non consiglierà la meta ai propri conoscenti (va ricordato che il "passaparola" in questo campo

è una forma di pubblicità infallibile). Per i più intraprendenti del settore, una delle condizioni per la messa a regime di un "sistema turismo" è l'affrancamento dall'aiuto pubblico, una volta create le condizioni per camminare con le proprie gambe.

Insomma, investire e rischiare in proprio, ma anche fare le scelte più opportune in virtù di tanti anni di esperienza e di maturata conoscenza dei propri utenti. ●

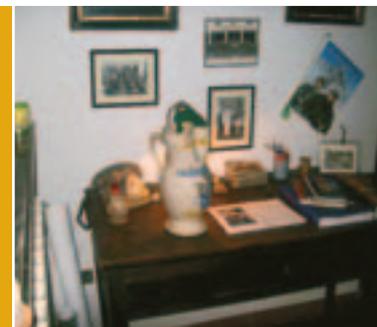
no e un bilocale a tariffa variabile. Mobili antichi di famiglia, e tanti libri a disposizione dei clienti, provenienti dalla **Puglia**, dalla **Liguria**, da **Milano**, e dalla Germania. Un volume di affari non quantificabile perché Teresa non ama le classifiche. Sa di certo da un rapido conto, che il mese di giugno 2005 ha avuto un numero di presenze di almeno 4 volte superiore all'anno prima, e che quest'attività le permette di vivere bene senza dover abbandonare la sua terra.

La colazione la prepara lei, naturalmente, e solo dolce: biscotti del

forno **Cavuoti**, marmellate e miele di **Sarconi** o **Nova Siri**, pane tostato, burro. Pranzo e cena in giro per i ristoranti della zona, a **Potenza**, o **Matera**, tappa fissa delle comitive, o con piatti improvvisati da lei se la compagnia le aggrada.

Ricorda con piacere la visita di **Sgarbi**, che arrivò a sera tardi da **Matera** rinunciando ad una cena di gala per fermarsi da lei, la spaghettonata alle 3 di notte col vino locale e tanto sale, le foto e gli autografi ai paesani.

La Casa di Penelope e Cirene ha fatto da sfondo anche ad una puntata



di **Linea Verde** nel 2004. Per quella occasione ospitò un po' meno informali, il **Vissani** nazionale e **Paolo Brosio**. (R. S.)



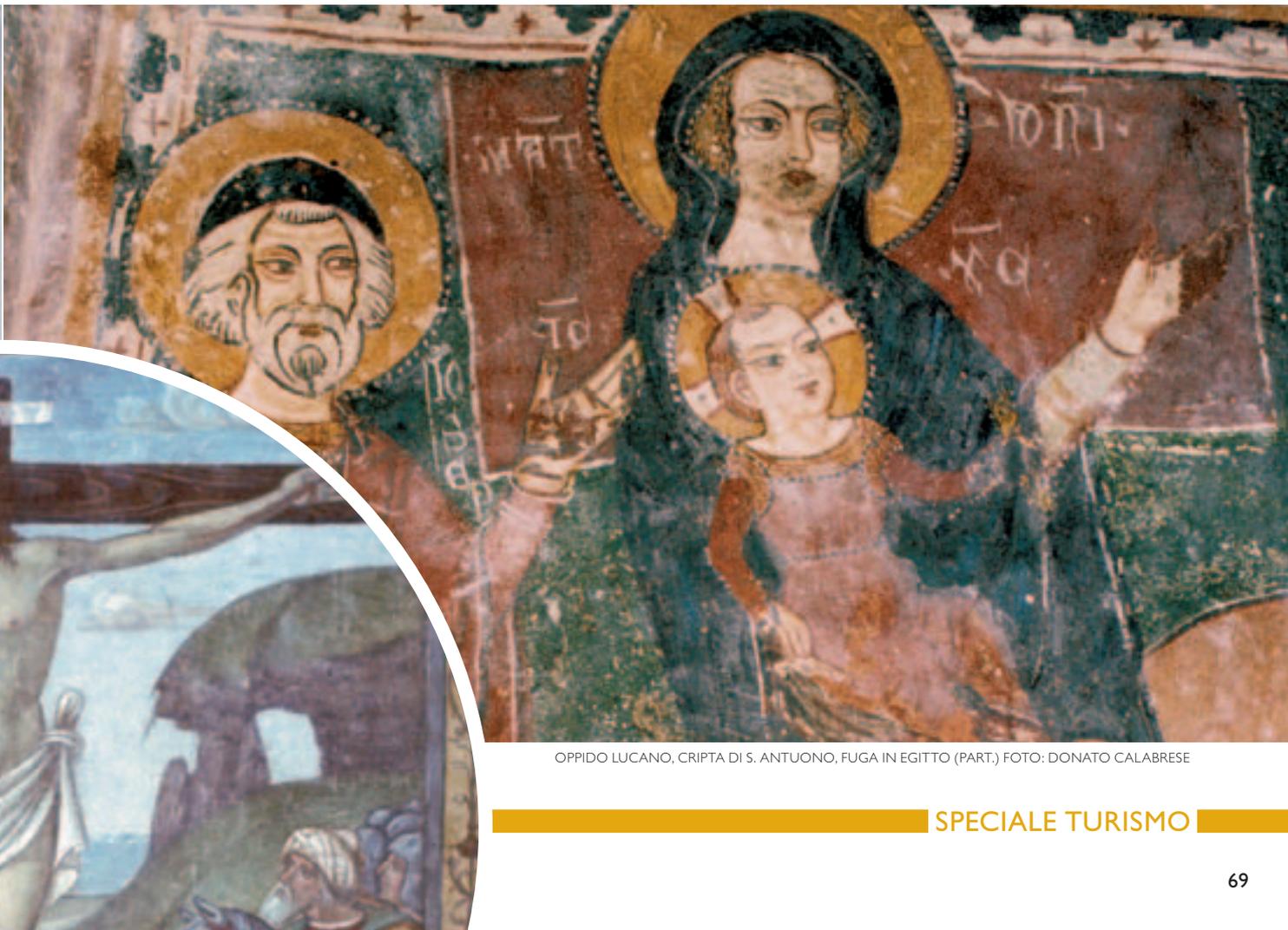
IRSINA (MT), CAPPELLA IPOGEA DI S. FRANCESCO. PRESENTAZIONE AL TEMPIO, SEC. XIV. FOTO S.B.A.S. MATERA



TURSI, CHIESA DI S. MARIA DI ANGLONA, MARTIRIO DEGLI APOSTOLI. FOTO S.B.A.S. MATERA
AL CENTRO, PIETRAPERTOSA (PZ), CHIESA DI S. FRANCESCO, CROCIFFISSIONE. FOTO S.B.A.S. MATERA



MELFI (PZ), CRIPTA DI S. MARGHERITA, MARTIRIO DI S. LORENZO. FOTO S.B.A.S. MATERA



OPPIDO LUCANO, CRIPTA DI S. ANTUONO, FUGA IN EGITTO (PART.). FOTO: DONATO CALABRESE