

**OFFICINA DI STORIA**

*DESTINATION MANAGMENT*

# INDICE

INTRODUZIONE AL *DESTINATION MANAGEMENT*

ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE e ANALISI SWOT DELLA DESTINAZIONE

DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ DELLA DESTINAZIONE

STRATEGIE DI VALORIZZAZIONE e PIANO DI PROMOZIONE

GOVERNANCE E *STAKEHOLDER*

SOSTENIBILITÀ E ACCESSIBILITÀ

MONITORAGGIO E INDICATORI

CONCLUSIONE

## INTRODUZIONE AL *DESTINATION MANAGEMENT*

Il *destination management* è un approccio integrato alla gestione delle destinazioni turistiche, finalizzato non solo alla promozione dell'offerta, ma soprattutto al coordinamento strategico delle risorse territoriali, degli attori locali e delle esperienze di fruizione. A differenza delle tradizionali politiche di promozione turistica, spesso limitate alla comunicazione dell'immagine di un luogo, il *destination management* interviene in maniera sistemica sull'intero ciclo di vita dell'esperienza turistica: dalla progettazione dell'offerta alla sua fruizione, fino alla valutazione degli impatti economici, sociali e culturali.

Nel caso dei piccoli comuni della Basilicata - come Oppido Lucano, Cancellara e Tolve - tale approccio assume un valore strategico particolarmente rilevante. Si tratta, infatti, di contesti caratterizzati da un patrimonio culturale diffuso, ma spesso poco strutturato in termini di offerta turistica organizzata. La sfida principale consiste dunque nel trasformare un insieme di risorse preesistenti e latenti - archeologiche, storiche, paesaggistiche ed etnoantropologiche - in un sistema coerente e accessibile, capace di attrarre visitatori e generare ricadute positive sul territorio.

## ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE e ANALISI SWOT

I comuni di Oppido Lucano, Cancellara e Tolve si collocano nella Basilicata settentrionale, in un'area interna caratterizzata da una morfologia prevalentemente collinare da un territorio che si sviluppa in prossimità delle valli del Bradano e del Basento, in una posizione storicamente strategica di collegamento tra l'entroterra lucano e la pianura pugliese. Tale collocazione ha favorito, nel corso dei secoli, la presenza di insediamenti umani fin dall'età preromana, come dimostrano i numerosi ritrovamenti archeologici disseminati nell'area.

Dal punto di vista geografico, il paesaggio è caratterizzato da una forte componente agricola, con ampie superfici coltivate a cereali, uliveti e pascoli, alternate a zone boscate e aree naturali di pregio. Questo assetto ha contribuito a preservare nel tempo un elevato grado di integrità ambientale, rendendo il territorio particolarmente adatto allo sviluppo di attività legate al turismo lento, all'escursionismo e alla fruizione sostenibile del paesaggio.

Sotto il profilo socio-demografico, l'area rientra pienamente nella categoria delle cosiddette "aree interne", ovvero territori periferici rispetto ai principali centri di offerta di servizi essenziali. I tre comuni presentano dinamiche analoghe: una progressiva diminuzione della popolazione, dovuta a flussi migratori ancora in corso, un marcato invecchiamento demografico e una riduzione della popolazione attiva; fenomeni che comportano ripercussioni dirette sulla struttura economica locale.

Accanto a queste criticità strutturali, emergono tuttavia elementi di forte valore e potenziale. Il territorio si fa portatore, infatti, di un patrimonio culturale diffuso, composto da siti archeologici, architetture religiose, centri storici di impianto medievale e tradizioni popolari ancora vive. La dimensione identitaria è particolarmente rilevante: le comunità locali mantengono un forte legame con il proprio passato, che si esprime attraverso pratiche rituali, feste religiose e produzioni tipiche.

Un ulteriore elemento di interesse è rappresentato dalla quasi totale assenza di processi di turistificazione di massa: questi territori non sono stati oggetto di sfruttamento intensivo, conservando quindi un alto livello di autenticità. Questo aspetto, se adeguatamente valorizzato, può costituire un vantaggio competitivo nel panorama turistico contemporaneo, sempre più orientato verso esperienze autentiche, personalizzate e sostenibili.

In tale contesto, il *destination management* si configura come uno strumento fondamentale per trasformare un insieme di risorse ancora poco strutturate in un sistema organizzato e accessibile. La sfida principale consiste nel superare la frammentazione dell'offerta e costruire una rete territoriale capace di integrare le diverse componenti — culturali, naturali ed enogastronomiche — in un'unica proposta coerente.

L'analisi SWOT rappresenta uno degli strumenti più utilizzati nell'ambito della pianificazione strategica e del *destination management*. Questo modello, relativo a punti di forza e di debolezza e opportunità e minacce consente di effettuare una valutazione sistematica dei fattori interni ed esterni che influenzano lo sviluppo di una destinazione e, per quanto riguarda l'ambito turistico permette non solo di analizzare una situazione esistente, ma anche di orientare le strategie di sviluppo individuando le azioni più efficaci per valorizzare le risorse disponibili e mitigare le criticità.

In particolare, i punti di forza e di debolezza riguardano le caratteristiche interne del territorio, (elementi strutturali già presenti e direttamente controllabili o influenzabili dagli attori locali) mentre le opportunità e le minacce, invece, derivano dal contesto esterno e includono dinamiche economiche, sociali e di mercato che possono favorire o ostacolare lo sviluppo turistico.

Nel caso relativo ai comuni di Oppido Lucano, Cancellara e Tolve, l'analisi SWOT evidenzia i seguenti elementi:

- **Punti di forza** (*Strengths*):  
Il territorio presenta una notevole ricchezza di patrimonio culturale diffuso, che comprende siti archeologici di epoca preromana e romana, centri storici ben conservati e un importante patrimonio religioso. A questi si aggiunge una forte identità locale, alimentata dalla continuità delle tradizioni e dalla coesione delle comunità. Il paesaggio naturale, ancora integro e poco antropizzato, rappresenta un ulteriore elemento di attrattività, soprattutto per il turismo slow ed escursionistico.
- **Punti di debolezza** (*Weaknesses*):  
Tra le principali criticità si segnalano la carenza di infrastrutture turistiche, la limitata capacità ricettiva e la scarsa accessibilità, soprattutto per quanto riguarda i collegamenti pubblici. Un ulteriore elemento problematico è rappresentato dalla frammentazione dell'offerta e dalla mancanza di coordinamento tra gli attori locali, che rende difficile la costruzione di una destinazione turistica riconoscibile e competitiva.
- **Opportunità** (*Opportunities*):  
Il contesto attuale offre diverse opportunità di sviluppo, legate in particolare alla crescente domanda di turismo sostenibile, culturale ed esperienziale. L'interesse verso i borghi e le aree interne, promosso anche da politiche nazionali ed europee, rappresenta un'occasione significativa per attrarre nuovi flussi turistici e strutturare un'offerta integrata e diversificata.
- **Minacce** (*Threats*):  
Le principali minacce riguardano il rischio di ulteriore spopolamento e la conseguente perdita di servizi, che potrebbe compromettere la vivibilità del territorio e, quindi, la qualità dell'esperienza turistica. A ciò si aggiungono la difficoltà di attrarre investimenti e la concorrenza di destinazioni già consolidate, ad esempio nella vicina Puglia. Un ulteriore

rischio è rappresentato, nuovamente, dalla mancata capacità di fare rete tra i diversi attori locali, elemento che potrebbe limitare l'efficacia delle strategie di valorizzazione.

In sintesi, il territorio in questione presenta un significativo potenziale di sviluppo turistico, a condizione che vengano attuate strategie mirate di coordinamento, valorizzazione e promozione.

## DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ DELLA DESTINAZIONE

L'area composta dai comuni di Oppido Lucano, Cancellara e Tolve deve ottenere un posizionamento chiaro e distintivo, capace di valorizzare l'identità dei luoghi e di renderli riconoscibili nel panorama del turismo culturale e rurale del Mezzogiorno, al fine di ottenere ciò, l'elemento centrale della strategia è la costruzione di un'offerta integrata che unisca patrimonio archeologico, centri storici, tradizioni enogastronomiche e paesaggio naturale.

Tale integrazione consente di superare la frammentazione dell'offerta turistica locale, proponendo invece un sistema territoriale coerente, in cui ogni comune contribuisce con le proprie specificità: Oppido Lucano con il patrimonio storico-archeologico e la Cineteca Lucana; Cancellara con il tessuto urbano medievale e la tradizione della salsiccia a catena; Tolve con la forte identità religiosa e il culto di San Rocco, oltre ai siti archeologici e rurali.

Dal punto di vista del posizionamento, il territorio può essere definito come destinazione di turismo lento, culturale ed esperienziale, rivolta a un pubblico interessato all'autenticità dei luoghi, alla qualità delle relazioni e alla scoperta di patrimoni meno noti. Questo implica una narrazione territoriale che punti su concetti chiave quali autenticità, identità, memoria, paesaggio e tradizione.

La strategia deve inoltre prevedere la creazione di un brand territoriale unitario, capace di rappresentare i tre comuni come un'unica destinazione; l'individuazione di prodotti turistici tematici, come gli itinerari già definiti (archeologico, più turistico legato ai borghi, e più avventuroso, con dei trekking); la destagionalizzazione dell'offerta, attraverso eventi culturali e religiosi distribuiti durante l'anno e in ultimo il rafforzamento del legame tra turismo e comunità locale, favorendo forme di turismo partecipativo.

## STRATEGIE DI VALORIZZAZIONE e PIANO DI PROMOZIONE

La costruzione di un sistema turistico integrato è alla base della valorizzazione della destinazione costituita dai centri di Oppido Lucano, Cancellara e Tolve in quanto costruzione di un sistema turistico integrato consente di mettere in rete risorse materiali e immateriali e di trasformarle in prodotti turistici strutturati e riconoscibili. L'obiettivo principale è quello di rafforzare l'attrattività del territorio attraverso un'offerta coerente, identitaria e sostenibile, in grado di intercettare una domanda turistica orientata all'esperienza, alla lentezza e all'autenticità.

In primo luogo, la valorizzazione si realizza attraverso la costruzione di prodotti turistici tematici, come gli itinerari archeologici, culturali e naturalistici già delineati. Tali percorsi consentono di superare la frammentazione dell'offerta locale, integrando siti archeologici (come le ville romane di Oppido e Tolve), borghi storici e tradizioni enogastronomiche (come la salsiccia a catena di Cancellara e le tante altre specialità enogastronomiche), in un'unica esperienza di visita. La logica è quella del "prodotto territoriale", in cui il valore non risiede nel singolo bene, ma nella rete di relazioni che lo collega ad altri elementi del contesto.

Un secondo ambito strategico riguarda la valorizzazione del patrimonio culturale e identitario. Ciò implica non solo la tutela e la conservazione dei beni, ma anche la loro interpretazione e narrazione. In questo senso, gli elementi legati ai singoli comuni diventano strumenti di *storytelling* territoriale, capaci di rendere il territorio riconoscibile e distintivo. La valorizzazione passa quindi anche attraverso eventi, feste tradizionali e momenti di partecipazione comunitaria, che rafforzano il legame tra turismo e identità locale.

Accanto alla dimensione culturale, assume un ruolo centrale la valorizzazione del paesaggio e dell'ambiente naturale, attraverso la promozione di attività di turismo lento, come trekking ed escursionismo. I percorsi naturalistici contribuiscono non solo a diversificare l'offerta, ma anche a distribuire i flussi turistici nello spazio e nel tempo, riducendo la pressione sui centri storici e favorendo una fruizione più sostenibile del territorio.

Il piano di promozione si basa su una strategia di comunicazione integrata, che combina strumenti digitali e tradizionali. In ambito digitale, è fondamentale la creazione di un'identità visiva coordinata (logo, immagine coordinata, *storytelling* visivo) e la presenza su piattaforme online (siti web, social media, portali turistici), attraverso contenuti capaci di raccontare il territorio in modo coinvolgente, con uno stile di comunicazione dinamico e orientato alla narrazione esperienziale, privilegiando immagini, video e testimonianze.

Parallelamente, la promozione offline si realizza attraverso la partecipazione a fiere di settore, la produzione di materiali informativi (brochure, mappe, guide) e l'organizzazione di eventi locali, come sagre e manifestazioni culturali, che fungono da attrattori turistici e da strumenti di marketing territoriale.

Un ruolo strategico è inoltre svolto dalle reti di collaborazione, sia a livello locale (tra comuni, associazioni e operatori) sia a livello sovralocale (con altri territori lucani o del Sud Italia), al fine di ampliare la visibilità della destinazione e inserirla in circuiti turistici più ampi.

Infine, il piano di promozione deve prevedere azioni di targetizzazione della domanda, differenziando i messaggi e i canali in base ai diversi segmenti individuati (turisti culturali, escursionisti, famiglie, appassionati di enogastronomia), al fine di massimizzare l'efficacia delle strategie comunicative.

#### *GOVERNANCE E STAKEHOLDER*

Le strategie di *destination management* non possono non prendere in considerazione un efficace sistema di *governance*, in quanto questo consente di coordinare le azioni, ottimizzare le risorse e garantire una gestione condivisa e sostenibile della destinazione.

Nel caso dei comuni di Oppido Lucano, Cancellara e Tolve, la *governance* deve configurarsi come un modello collaborativo e multilivello, basato sull'interazione tra soggetti pubblici, privati e comunità locale. Tale approccio risulta particolarmente necessario in contesti caratterizzati da dimensioni ridotte e da una frammentazione amministrativa, dove la capacità di fare rete diventa un fattore strategico.

Gli "attori pubblici" comprendono innanzitutto le amministrazioni comunali, che svolgono un ruolo di indirizzo politico e di coordinamento, oltre a enti sovraordinati come la Regione Basilicata e la Provincia di Potenza, responsabili della programmazione territoriale, della promozione turistica e dell'accesso ai finanziamenti. A questi si affiancano istituzioni culturali locali, come musei, archivi e associazioni, che contribuiscono alla gestione e valorizzazione del patrimonio.

Accanto al settore pubblico operano gli *stakeholder* privati, tra cui strutture ricettive, ristoratori, aziende agricole e artigiani. Questi soggetti rappresentano il tessuto economico locale e svolgono un ruolo centrale nell'offerta turistica, in quanto garantiscono servizi essenziali e contribuiscono alla costruzione dell'esperienza del visitatore. La loro partecipazione attiva ai processi decisionali è fondamentale per assicurare coerenza tra strategia e operatività.

Un ulteriore attore chiave è rappresentato dalla comunità locale, intesa non solo come beneficiaria delle politiche di sviluppo, ma come parte integrante del processo di valorizzazione. Il coinvolgimento della popolazione residente consente di rafforzare il senso di appartenenza, preservare l'identità culturale e favorire forme di turismo partecipativo, basate sull'incontro e sullo scambio tra visitatori e abitanti.

Dal punto di vista operativo, la *governance* può essere strutturata attraverso strumenti quali: tavoli di coordinamento intercomunale, finalizzati alla definizione di strategie condivise; partenariati pubblico-privati, utili per la realizzazione di progetti e iniziative; reti territoriali, che mettano in connessione le parti, quali operatori turistici, culturali e produttivi; eventuali forme organizzative più strutturate, come una *Destination Management Organization (DMO)* locale o di area vasta.

Un aspetto centrale della *governance* è la capacità di pianificazione e gestione integrata, che implica la definizione di obiettivi comuni, la condivisione delle informazioni e il coordinamento delle azioni promozionali e operative. In questo senso, risulta fondamentale adottare strumenti di programmazione strategica e sistemi di monitoraggio, in grado di supportare le decisioni e valutare i risultati.

Altri aspetti da tenere in considerazione sono la trasparenza, la partecipazione e la continuità, che devono essere garantiti evitando interventi sporadici o non coordinati. Solo attraverso un modello stabile e condiviso è possibile costruire una destinazione competitiva, capace di valorizzare le proprie risorse e di rispondere in modo efficace alle dinamiche del mercato turistico.

## SOSTENIBILITÀ E ACCESSIBILITÀ

La sostenibilità e l'accessibilità rappresentano due pilastri fondamentali per lo sviluppo di una destinazione turistica al giorno d'oggi. Nel caso del sistema territoriale formato da Oppido Lucano, Cancellara e Tolve, tali principi assumono un valore strategico, in quanto permettono di coniugare valorizzazione turistica, tutela del patrimonio e qualità della vita per la comunità residente. Sostenibilità e accessibilità non devono essere considerate come elementi accessori, ma come principi guida dell'intero processo di *destination management* poichè loro integrazione nelle strategie di sviluppo consente di costruire una destinazione più equa, resiliente e competitiva, capace di valorizzare le proprie risorse senza comprometterne la conservazione nel lungo periodo.

La sostenibilità deve essere intesa in senso integrato, articolandosi nelle sue tre dimensioni principali: ambientale, economica e sociale. Dal punto di vista ambientale, è fondamentale promuovere pratiche di fruizione compatibili con la conservazione del paesaggio e delle risorse naturali, privilegiando forme di mobilità dolce come il trekking e l'escursionismo. Gli itinerari naturalistici già individuati si inseriscono in questa logica, incentivando un turismo a basso impatto e favorendo una distribuzione più equilibrata dei flussi sul territorio.

Sul piano economico, la sostenibilità si traduce nella capacità di generare benefici diffusi e duraturi per il territorio, evitando fenomeni di dipendenza da flussi turistici instabili o stagionali. In questo senso, la valorizzazione delle produzioni locali, dell'artigianato e delle tradizioni enogastronomiche – come nel caso della salsiccia a catena di Cancellara – contribuisce a rafforzare l'economia locale e a creare opportunità occupazionali.

La dimensione sociale della sostenibilità riguarda invece il coinvolgimento attivo della comunità locale, la tutela dell'identità culturale e il mantenimento dell'equilibrio tra residenti e visitatori. Eventi religiosi, feste tradizionali e pratiche culturali, come la devozione a San Rocco a Tolve, rappresentano momenti fondamentali di coesione sociale che devono essere valorizzati senza snaturarne il significato originario.

Accanto alla sostenibilità, assume un ruolo centrale il tema dell'accessibilità, intesa non solo in senso fisico, ma anche cognitivo e informativo. Rendere una destinazione accessibile significa garantire la possibilità di fruizione a un pubblico ampio ed eterogeneo, indipendentemente dall'età, dalle capacità motorie o dal livello di conoscenza.

Dal punto di vista fisico, è necessario migliorare l'accesso ai principali siti di interesse attraverso interventi mirati, quali la riduzione delle barriere architettoniche, l'adeguamento dei percorsi e la presenza di servizi di supporto. Tuttavia, nei centri storici caratterizzati da morfologie complesse tali interventi devono essere realizzati in modo compatibile con la tutela del patrimonio architettonico.

L'accessibilità cognitiva e informativa si realizza invece attraverso strumenti quali pannelli esplicativi chiari, segnaletica adeguata, materiali multilingue e supporti digitali (audioguide, applicazioni mobili), che facilitino la comprensione e la fruizione del patrimonio culturale. In questo ambito, un ruolo importante può essere svolto anche dalla narrazione e dallo *storytelling*, che rendono i contenuti più inclusivi e coinvolgenti.

Un ulteriore aspetto riguarda l'accessibilità economica, ovvero la possibilità di offrire esperienze turistiche a costi contenuti, in linea con il target di riferimento e con il modello di turismo lento e diffuso.

## MONITORAGGIO E INDICATORI

Il monitoraggio rappresenta una fase essenziale del processo di *destination management*, in quanto consente di valutare l'efficacia delle strategie adottate, verificare il raggiungimento degli obiettivi prefissati e orientare eventuali azioni correttive. Il monitoraggio non deve essere considerato come una fase finale, ma come uno strumento dinamico di gestione, capace di accompagnare l'intero ciclo di sviluppo della destinazione poiché solo attraverso un sistema di indicatori chiaro e condiviso è possibile garantire l'efficacia delle strategie, la sostenibilità delle azioni e la competitività del territorio nel lungo periodo. In assenza di un sistema strutturato di controllo, infatti, le politiche di valorizzazione rischiano di rimanere episodiche e prive di continuità.

Nel caso in questione, il monitoraggio deve essere concepito come un processo continuo e integrato, basato sulla raccolta sistematica di dati quantitativi e qualitativi.

Tra gli indicatori quantitativi, che permettono di misurare l'attrattività della destinazione e l'andamento dei flussi turistici nel tempo, rientrano:

- il numero di arrivi e presenze turistiche;
- la durata media del soggiorno;
- il tasso di occupazione delle strutture ricettive;
- la partecipazione a eventi e manifestazioni;
- il flusso di visitatori nei principali siti culturali e archeologici.

Accanto a questi, assumono particolare rilevanza gli indicatori qualitativi, che riguardano:

- il livello di soddisfazione dei visitatori;
- la qualità percepita dei servizi;
- l'esperienza complessiva di visita;
- la percezione della comunità locale rispetto al turismo.

Tali informazioni possono essere raccolte attraverso questionari, interviste, recensioni online e strumenti digitali di *feedback*, e risultano fondamentali per comprendere non solo “quanto” turismo si genera, ma anche “come” viene vissuto.

Un ulteriore ambito di analisi riguarda gli indicatori di sostenibilità, tra cui l'impatto ambientale delle attività turistiche; il livello di conservazione del patrimonio; il grado di coinvolgimento degli operatori locali e le ricadute economiche sul territorio.

Questi indicatori permettono di valutare se lo sviluppo turistico è coerente con i principi di sostenibilità e con gli obiettivi di lungo periodo.

Dal punto di vista operativo, il monitoraggio richiede:

- la definizione di un sistema di raccolta dati condiviso tra i comuni;
- la creazione di report periodici;
- l'individuazione di soggetti responsabili (amministrazioni, uffici turistici);
- l'utilizzo di strumenti digitali per l'analisi e la gestione delle informazioni.

È inoltre importante che i risultati del monitoraggio vengano restituiti agli *stakeholder*, in un'ottica di trasparenza e partecipazione, così da favorire un processo decisionale condiviso e consapevole.

## CONCLUSIONE

In breve, il *destination management* proposto non si limita a promuovere il territorio, ma punta a costruire un sistema territoriale integrato, resiliente e capace di generare valore nel lungo periodo. Il piano di *destination management* sviluppato per l'area comprendente Tolve, Oppido Lucano e Cancellara rappresenta una proposta strategica integrata finalizzata alla costruzione di una destinazione turistica coerente, riconoscibile e competitiva. L'analisi del contesto territoriale, supportata dalla metodologia SWOT, ha permesso di individuare con chiarezza le risorse disponibili, le criticità strutturali e le opportunità di sviluppo, delineando una visione condivisa e orientata alla sostenibilità.

La definizione dell'identità territoriale emerge come elemento centrale: un sistema basato sull'autenticità dei borghi, sulla ricchezza archeologica e sulla dimensione esperienziale del turismo lento. In questo quadro, gli itinerari tematici assumono un ruolo chiave come strumenti di connessione tra le diverse componenti del territorio.

Le strategie di valorizzazione e promozione individuate si fondano su un approccio integrato che combina marketing territoriale, digitalizzazione e coinvolgimento degli *stakeholder* locali. La governance partecipata e il coordinamento tra attori pubblici e privati risultano infatti indispensabili per garantire continuità e coerenza nelle azioni.

Infine, l'attenzione alla sostenibilità e all'accessibilità consente di orientare lo sviluppo turistico verso modelli inclusivi e responsabili, capaci di tutelare le risorse locali e migliorare la qualità della vita della comunità residente.