



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI

Archeologia, Storia dell'Arte, del Cinema e della Musica

Corso di Laurea Magistrale in
Turismo, Cultura, Sostenibilità

Identità e territorio: patrimonio materiale e immateriale del Cilento

Relatore
Prof. Paola Zanovello

Laureanda
Alessandra Framondino
n° matr.2060463

Anno Accademico 2022 / 2023

Capitolo 1: Identità, territorio, paesaggio	5
Capitolo 2: Caso studio: il Parco Nazionale del Cilento	16
2.1 Il Cilento storico	16
2.2 Istituzione dell'Ente Parco	31
2.3 Il patrimonio naturale	36
2.4 Siti Unesco del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e degli Alburni	43
2.5 Patrimonio immateriale: la Dieta mediterranea	64
Capitolo 3: Marketing territoriale applicato al Parco Nazionale del Cilento	66
3.1 <i>Brand awareness</i> dell'area geografica del Cilento	77
Bibliografia	86
Sitografia	89

Introduzione

Il presente lavoro si propone di esplorare e approfondire gli intricati legami tra identità, territorio e paesaggio, focalizzando l'attenzione sulla loro rilevanza nell'ambito della valorizzazione e protezione del patrimonio culturale. Il primo capitolo costituisce un viaggio concettuale attraverso le terminologie fondamentali di identità, territorio e paesaggio, analizzandone i significati e l'importanza di comprenderli a fondo per delineare strategie efficaci di tutela e promozione del patrimonio culturale.

Il secondo capitolo, invece, si articola intorno al caso studio del Parco Nazionale del Cilento. L'intento è quello di delineare le fasi storiche che hanno caratterizzato la zona geografica, analizzando in un secondo momento l'istituzione dell'ente Parco, evidenziando il suo ruolo chiave nella gestione e nella salvaguardia di questo territorio di straordinaria importanza. Attraverso una dettagliata disamina, si passerà alla descrizione di tre siti UNESCO di particolare rilevanza all'interno del Parco: il Parco Archeologico di Paestum, Velia e la Certosa di Padula.

La terza parte della tesi si orienta verso un'analisi del territorio dal punto di vista del marketing territoriale, delineando le opportunità e le sfide legate a questa prospettiva. Attraverso una metodologia approfondita, saranno esaminate le strategie di marketing territoriale già in atto, con l'obiettivo di identificare criticità e possibili margini di miglioramento. Attraverso questa analisi approfondita, la presente tesi si propone di contribuire alla comprensione e alla valorizzazione di un territorio ricco di storia, cultura e paesaggi straordinari, offrendo spunti e prospettive per la conservazione e la promozione del patrimonio culturale.

1. Identità, territorio, paesaggio

L'analisi del territorio, ricco di risorse culturali endogene, si concentra sulla sua struttura culturale. Ciò implica la comprensione di come questi elementi siano collegati tra loro e di come interagiscano per creare un quadro più ampio della cultura locale. Questa analisi non si limita a un significato puramente semantico o figurato, ma considera il patrimonio culturale come un vero e proprio repertorio di valori culturali.¹

Il patrimonio culturale diventa un elemento che stimola la creatività e offre una vasta gamma di opportunità di sviluppo, tutte legittimate dalla storia e dalle tradizioni locali. È importante notare che l'espressione "bene culturale" è stata introdotta nel contesto disciplinare e normativo dalla Convenzione dell'Aja del 1954 per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato², in sostituzione del termine più comune "monumento" utilizzato precedentemente. Anche la Carta di Atene per il restauro dei Monumenti Storici del 1931 faceva ancora riferimento al termine "monumento". È fondamentale sottolineare che il termine "cultural property"³, utilizzato nella Convenzione dell'Aja, trova origine nel dibattito in corso in Italia in quegli anni, che mirava a definire una categoria univoca e inclusiva che coprisse tutti gli elementi storici, artistici e naturalistici, indipendentemente dal luogo e dall'epoca. Tuttavia, la definizione di "proprietà culturale" fornita dalla Convenzione dell'Aja è ancora un elenco di caratteristiche e non rappresenta una categoria chiara in grado di stabilire con certezza ciò che vi rientra o di ammettere nuove inclusioni in base ai progressi della ricerca. È utile esaminare l'elenco fornito dalla Convenzione per identificare le componenti del patrimonio culturale. Il termine "cultural property" viene utilizzato per definire, senza distinzione di origine o proprietà (art. 1):

- a) si tratta di beni mobili o immobili di straordinaria rilevanza per il patrimonio culturale di ogni popolo, comprendenti monumenti di architettura, opere d'arte o storiche, sia di carattere

¹ M. Carta 1999, p. 43

² UNESCO, *Convenzione dell'Aja 1954*, <https://unesco.cultura.gov.it/english-convenzione-dellaja-1954/>

³ UNESCO, *Convenzione dell'Aja 1954*, https://en.unesco.org/sites/default/files/1954_Convention_EN_2020.pdf

- religioso che laico, siti archeologici, complessi edilizi con valenza storica o artistica, manufatti artistici, manoscritti, libri e altri oggetti di valore artistico, storico o archeologico, così come collezioni scientifiche e preziose raccolte di libri, archivi e repliche dei suddetti beni;
- b) rappresentano edifici il cui scopo principale ed effettivo consiste nel conservare o esporre i beni culturali mobili delineati nella categoria (a), come musei, vaste biblioteche e archivi di deposito, nonché rifugi destinati a proteggere, in situazioni di conflitto armato, i beni culturali mobili indicati nella categoria (a);
- c) Sono centri che racchiudono una considerevole quantità di beni culturali, come definiti nelle categorie (a) e (b), noti come "centri che contengono monumenti"⁴.

In altre parole, il termine "cultural property" include una vasta gamma di beni di importanza culturale, indipendentemente dalla loro origine o proprietà, compresi edifici destinati a preservarli e luoghi che ospitano una quantità significativa di tali beni.⁵

La Convenzione dell'Aja per la protezione dei beni culturali, in caso di conflitto armato, non menziona affatto il contesto o le relazioni tra i beni culturali. Il patrimonio storico viene riconosciuto come un "tesoro culturale" e quindi come una risorsa economica, la cui gestione richiede una regolamentazione attenta. Nel 1964, a Venezia, si tenne il 2° Congresso internazionale degli architetti e dei tecnici dei monumenti, da cui nacque l'Icomos (International Council of Monuments and Sites) e fu presentata la Carta di Venezia, nota come la "Carta internazionale per la conservazione e il restauro dei monumenti e dei siti." Questo documento sottolineò l'importanza di estendere il concetto di monumento a tutto l'ambiente, sia urbano che paesaggistico, che rappresenta una civiltà⁶.

È solo con la Carta Internazionale di Venezia che emerge un chiaro riconoscimento del valore del contesto. Si fa riferimento al ruolo di struttura territoriale che i beni culturali possono avere, la Carta definisce il "monumento storico" in modo più ampio, includendo non solo singole opere

⁴ UNESCO, *Convenzione dell'Aja* 1954, https://en.unesco.org/sites/default/files/1954_Convention_EN_2020.pdf, p. 3

⁵ M. Carta 1999, p. 90

⁶ R. Bobbio 2004, p. 3, <https://architettura.unige.it/per/doc/bobbior/020301.pdf>

architettoniche ma anche gli insediamenti di eventi storici: *“La nozione di monumento storico comprende tanto la creazione architettonica isolata quanto l’ambiente urbano o paesistico che costituisca la testimonianza di una civiltà particolare, di un’evoluzione significativa o di un avvenimento storico. Questa nozione si applica non solo alle grandi opere ma anche alle opere modeste che, con il tempo, abbiano acquistato un significato culturale.”* (art. 1).

In questo contesto, diventa una responsabilità comune delle nazioni preservare il patrimonio culturale per le generazioni future, mantenendo la sua autenticità sia a livello immateriale che materiale.⁷

La Conferenza generale dell’Organizzazione delle Nazioni Unite per l’educazione, la scienza e la cultura, riunita a Parigi dal 17 ottobre al 21 novembre 1972, ha adottato una convenzione fondamentale che sottolinea l’importanza della protezione nazionale e internazionale del patrimonio culturale e naturale. Questa convenzione, conosciuta come la "Convenzione del Patrimonio Mondiale", è composta da una serie di articoli che delineano i principi e gli obblighi relativi alla conservazione e alla protezione del patrimonio culturale e naturale di eccezionale importanza.⁸ La Convenzione del Patrimonio Mondiale rappresenta il primo accordo internazionale ufficiale che unisce i principi di protezione dell’ambiente naturale e la salvaguardia dei tesori culturali, riconoscendoli come fattori indispensabili e basilari per lo sviluppo delle società globali e per il promuovere la pace e la solidarietà. La conoscenza viene considerata un efficace strumento per prevenire tragedie, mentre la saggezza costituisce un potente catalizzatore per favorire lo scambio culturale tra le diverse nazioni. Il principale obiettivo della Convenzione del 1972 è la protezione del Patrimonio Mondiale, al fine di preservarlo per le future generazioni. Questo patrimonio, sia culturale che naturale, è suscettibile di deterioramento spontaneo (causato da condizioni climatiche o semplice invecchiamento), deterioramento naturale (quali inquinamento ambientale o interferenze biologiche), o danni causati direttamente dall’azione umana. La degradazione o la perdita di un bene del

⁷ ICOMOS, *Carta Internazionale di Venezia per la conservazione e il restauro dei monumenti e dei siti*, 1964

⁸ UNESCO, <https://unesco.cultura.gov.it/pdf/ConvenzionePatrimonioMondiale1972-ITA.pdf>

Patrimonio Mondiale rappresenta la scomparsa di un'importante testimonianza eccezionale e universale, ovvero un patrimonio unico e di rilevanza globale. La Convenzione stabilisce quali tipi di siti, sia naturali che culturali, possono essere inclusi nella Lista del Patrimonio Mondiale (World Heritage List). Inoltre, definisce gli obblighi degli Stati Parte riguardo all'identificazione dei siti potenziali e stabilisce il loro ruolo nella protezione e salvaguardia di tali siti. La Convenzione detta le regole per l'utilizzo e la gestione del Fondo del Patrimonio Mondiale e stabilisce le condizioni e le modalità per l'assistenza finanziaria internazionale. Gli Stati che aderiscono a questa Convenzione, noti come Stati Parte o Stati Membri, si impegnano a proteggere i beni culturali e naturali presenti sul loro territorio, con particolare attenzione a quelli elencati nella Lista del Patrimonio Mondiale. La perdita di tali beni rappresenterebbe un danno irreparabile per l'intera umanità. La Convenzione pone un'enfasi particolare sull'importanza dell'educazione e dell'informazione, poiché solo promuovendo il rispetto e l'attaccamento delle comunità nei confronti del patrimonio culturale e naturale è possibile garantirne la conservazione.⁹

L'identità dei luoghi è il risultato tangibile e concreto di un processo evolutivo in continua evoluzione nel corso del tempo. Questa identità si manifesta attraverso il reticolo di relazioni intessute dagli esseri umani con gli ambienti in cui hanno vissuto. Nel corso del tempo, queste interazioni hanno dato forma e unicità a ciascun contesto territoriale, lasciando tracce indelebili nel patrimonio culturale del luogo. Questa metodologia per la valorizzazione e la salvaguardia del territorio è intrinsecamente connessa all'acquisizione di una comprensione profonda dei siti da monitorare. Si dimostra efficace attraverso l'attuazione di iniziative di divulgazione che permettono di stabilire un dialogo con il più ampio pubblico possibile, favorendo la consapevolezza del valore di questi patrimoni. In un contesto in cui la protezione di un luogo è correlata alla sua identificazione e al senso di appartenenza ad esso, i concetti di identità locale e lo sviluppo territoriale diventano centrali. Pertanto, per comunicare l'identità del territorio, è fondamentale narrare la storia che l'ha modellato, richiedendo un costante

⁹ UNESCO, *Patrimonio Mondiale*, <https://www.patrimoniomondiale.it/?p=8>

processo interpretativo. Nel corso dei secoli, le comunità locali hanno plasmato il loro ambiente, coltivando la terra e creando una vasta diversità di paesaggi distintivi. Questi paesaggi non sono solo preziosi dal punto di vista storico ed estetico, ma anche da una prospettiva economica; l'identità dei paesaggi diventa un elemento chiave nello sviluppo territoriale, poiché può influenzare la capacità di una regione di attirare nuove imprese, promuovere il turismo e stimolare gli investimenti economici.¹⁰

Successivamente, diversi altri ricercatori hanno iniziato a utilizzare il concetto di "*spirito del luogo*" o "*genius loci*". In relazione al concetto di identità di un luogo hanno affermato che l'identità e/o il carattere sono strettamente legati alla forma e alla storia di un luogo, creando un senso di luogo o *genius loci*. Conzen afferma che "*nel corso del tempo il paesaggio, che sia quello di una grande regione come un paese o di una piccola località come una cittadina, acquisisce il suo specifico genius loci*"¹¹. L'autenticità è fondamentale per preservare l'integrità del luogo e per consentire alle future generazioni di connettersi con il passato attraverso l'esperienza diretta di un luogo che conserva la sua vera identità storica e culturale. Il *genius loci*, o spirito del luogo, riflette l'unicità e l'identità di un sito, il suo carattere distintivo che lo rende eccezionale e degno di protezione. La preservazione dell'integrità significa garantire che il sito mantenga i suoi caratteri eccezionali nel corso del tempo. Ciò implica il mantenimento dell'ambiente naturale e culturale che ha contribuito a definire il luogo, evitando alterazioni e degrado che potrebbero comprometterne l'unicità.

Recentemente, il *genius loci* e il senso del luogo sono stati concepiti tramite una fenomenologia dell'atmosfera e per comprendere il senso del luogo, il concetto di atmosfera è utile perché fornisce un quadro concettuale ed esperienziale per identificare ed esprimere le caratteristiche meno visibili che rendono un ambiente unico e conferiscono a quell'ambiente un'atmosfera e un carattere specifico, spesso trascurati e tipicamente non portati alla coscienza consapevole.

¹⁰ M. Carta 1999, p. 151

¹¹ M. R. G. Conzen, 1966 p. 68

Nel testo "Genius Loci", l'architetto Christian Norberg-Schulz esplora il concetto di luogo come un deposito di segni che raccontano l'identità nascosta delle sue essenze, risorse che possono essere abilmente utilizzate per creare forme sempre nuove. Il nucleo di questa concezione è legato all'idea di ascoltare l'identità intrinseca del luogo, interpretarla e valorizzarla durante il processo di progettazione di nuovi spazi. In altre parole, si tratta di riconoscere e sfruttare appieno le caratteristiche uniche di un luogo al fine di creare spazi innovativi. Al fine di preservare l'autenticità dei luoghi contro l'omogeneizzazione, e per concepire gli ambienti che abiteremo in futuro, è fondamentale immergersi nel paesaggio, apprezzarlo insieme al paesaggio stesso, e scrutarlo attentamente per svelarne anche i dettagli più nascosti (con particolare enfasi sull'importanza del *Genius Loci*). L'obiettivo di questo approccio è quello di rafforzare il legame tra gli individui e il paesaggio, promuovendo una connessione più profonda e significativa tra gli attori coinvolti¹².

«Il carattere è determinato da come le cose sono, ed offre alla nostra indagine una base per lo studio dei fenomeni concreti della nostra vita quotidiana. Solo in questo modo possiamo afferrare completamente il Genius Loci, lo "spirito del luogo" che gli antichi riconobbero come quell'"opposto" con cui l'uomo deve scendere a patti per acquisire la possibilità di abitare.»¹³

In relazione al senso del luogo, si scopre che le atmosfere del luogo sono sfuggenti, mutevoli e non possono mai essere completamente comprese o descritte, includono suoni, odori, tattilità, vibrazioni emotive e una presenza attiva e indeterminata di cose, spazi e qualità ambientali.

Come mezzo concettuale per identificare queste sfuggenti qualità atmosferiche in modo più preciso, il geografo Edward Relph¹⁴ concentra il suo studio sull'identità delle persone in relazione ai luoghi. L'identità di un luogo, secondo la sua concezione, è quella "*identità persistente e unitaria che consente a un luogo di distinguersi dagli altri*"¹⁵. Questa identità persistente viene descritta da Relph

¹² C. N. Shultz, 1979

¹³ C. N. Shultz 1979, p. 11

¹⁴ Canadian geographer and Professor of Geography in the Division of Social Sciences at the University of Toronto at Scarborough, <https://utoronto.academia.edu/EdwardRelph>

¹⁵ E. Relph 1976, p. 45

in termini di tre elementi fondamentali: l'ambientazione fisica del luogo, le attività, le situazioni e gli eventi ad esso associati; e i significati individuali e collettivi che emergono dalle esperienze delle persone e dalle loro intenzioni riguardo a quel luogo¹⁶.

Secondo Relph, i luoghi costituiscono i "*centri significativi delle nostre esperienze immediate del mondo*"¹⁷. Se vogliamo comprendere appieno i luoghi, è necessario sviluppare un linguaggio in grado di identificare le esperienze specifiche legate a ciascun luogo, esaminando l'intensità del significato e delle intenzioni che legano una persona a quel luogo. L'essenza di questa intensità vissuta è rappresentata dall'identificazione con il luogo, che egli definisce attraverso il concetto di "intimità". Questa intimità si riflette nel grado di attaccamento, coinvolgimento e preoccupazione che una persona o un gruppo nutre nei confronti di un determinato luogo. In questo contesto, l'identità del luogo assume una profondità esistenziale che va oltre la mera definizione e diviene un'esperienza condivisa e arricchente¹⁸.

Per comprendere l'influenza degli aspetti geografici delle attività umane sulla formazione e lo sviluppo delle organizzazioni sociali si deve confrontare la questione concettuale di *territorio* e *territorialità*. In questa diade, il primo termine, "territorio", ha una vasta gamma di significati. Inizialmente, fa riferimento al concetto comune di territorio come sfondo geografico dell'esistenza, ossia il luogo fisico o la porzione di superficie terrestre che comprende aspetti sia naturali (come la forma del terreno, la copertura vegetale e la distribuzione di terre e acque) sia umani (come gli insediamenti abitativi e produttivi, le vie di comunicazione e le coltivazioni agricole). In aggiunta a questa definizione generica, è possibile individuare un significato più ampio che considera il territorio come un contesto politicamente connotato, regolato a livello amministrativo o soggetto a giurisdizione. Dal punto di vista etimologico, il termine "territorio" indica l'azione umana che agisce

¹⁶ E. Relph 1976

¹⁷ E. Relph 1976, p. 141

¹⁸ D. Seamon, J. Sowers 2008,

https://www.researchgate.net/publication/251484582_Place_and_Placelessness_Edward_Relph

su uno spazio geografico ben definito, delineando una precisa area che il soggetto rende identificabile come territorio, un processo noto come "territorializzazione". Il territorio è quindi uno spazio ricco di tracce e interpretazioni del passato, che costituiscono sempre un processo di riscrittura continua. All'interno del territorio, sono le relazioni, le risorse e le attività che occupano lo spazio a rivestire un ruolo di primaria importanza. In particolare, sono state sviluppate teorie focalizzate sul processo di territorializzazione, fornendo strumenti significativi per analizzare la territorialità¹⁹. In primo luogo, si riconosce che un gruppo umano, sebbene inizialmente insediato in un ambiente naturale, vive, cresce ed evolve grazie alle modifiche apportate all'ambiente stesso. L'ambiente naturale diventa quindi un artefatto, acquisendo valore antropologico, e progredisce nella sua identificazione come territorio. In secondo luogo, il territorio è chiaramente un prodotto dell'azione umana. Allo stesso tempo, tuttavia, esso è una condizione dell'azione umana e una configurazione del mondo, in particolare una configurazione della superficie terrestre che consente il pieno sviluppo dell'agire umano in generale.²⁰ Il risultato dell'azione sociale è la territorializzazione, derivando da dinamiche collettive che le forniscono motivazioni, tempistiche e forme specifiche.

Infine, è anche una condizione per l'azione sociale stessa, fornendo alle comunità insediate le risorse materiali e simboliche necessarie per la loro sopravvivenza e riproduzione, in linea con le loro determinazioni e proiezioni storiche. Si può, quindi, assumere che la differenza tra "territorio" e "processi di territorializzazione" è determinata dalla dimensione temporale, dalla fluidità e dall'interazione delle sue componenti, il momento attuale che si trasforma nel passato per influenzare il nostro futuro²¹. La territorialità, che è il termine con cui possiamo indicare le diverse modalità di interpretare il nostro legame con i luoghi della Terra, si basa fondamentalmente sul principio di reciprocità: la territorializzazione non consiste solamente nella diffusione di segni e tracce sulla superficie terrestre, ma è anche, e non di secondo piano, un atto di costruzione e modellamento delle

¹⁹ E. Battaglini 2014, pp. 19-25

²⁰ A. Turco, *Territorio e territorialità*, Enciclopedia Italiana, VII Appendice 2007, Treccani, [https://www.treccani.it/enciclopedia/territorio-e-territorialita_\(Enciclopedia-Italiana\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/territorio-e-territorialita_(Enciclopedia-Italiana)/)

²¹ M. Tanca, p. 681

identità, un focus sullo sviluppo delle capacità e la creazione di nuovi scopi, intenzioni e interrogativi²². L'approccio riflessivo, l'accoglienza dell'interdisciplinarietà, la centralità dell'analisi dell'alterità, la propensione ad esaminare un fenomeno da diverse prospettive, fanno dell'antropologia un metodo di riflessione essenziale per comprendere una realtà diversificata come quella del paesaggio²³: ovvero la dimensione espressiva e costruttiva della collocazione umana sulla terra (sia dal punto di vista culturale, comunitario, che individuale). La perdita della cultura locale rappresenta non solo una privazione culturale, ma ha anche implicazioni materiali ed economiche significative. In primo luogo, essa custodisce e tramanda alle generazioni future la storia dell'uso di un luogo e la conoscenza su come vivere e sfruttare al meglio quell'ambiente. In secondo luogo, il legame sentimentale e il rispetto per il luogo sono componenti essenziali di questa cultura locale. Di conseguenza, la cultura locale contiene la saggezza su come trattare quel luogo con cura e affetto, sottolineando l'importanza di usarlo in modo responsabile e con amore. Il manuale più prezioso per governare la nostra astronave Terra non può essere redatto da un singolo individuo, ma è il risultato della somma di centinaia di migliaia di culture locali. Ogni cultura locale contribuisce con la sua conoscenza unica su come preservare e gestire il pianeta in modo sostenibile.²⁴

Da un punto di vista giuridico, nel 1992, la Convenzione sul Patrimonio Mondiale ha acquisito il primato di essere il primo strumento legale internazionale a riconoscere e tutelare i paesaggi culturali. Durante la sedicesima sessione del Comitato, furono adottate linee guida specifiche riguardanti l'inclusione di tali paesaggi nella Lista del Patrimonio Mondiale²⁵.

Il Comitato ha riconosciuto che i paesaggi culturali costituiscono un esempio concreto delle "opere congiunte della natura e dell'uomo," come descritto nell'Articolo 1 della Convenzione²⁶.

²² M. Tasca, p. 681

²³ G. Ceccarini, Rivista di Scienze Sociali, *Antropologia del Paesaggio*, 2014

<https://www.rivistadisocietale.it/antropologia-del-paesaggio-il-landscape-come-processo-culturale/>

²⁴ W. Berry 2009, p. 58

²⁵ UNESCO, *World Heritage List*, <https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/#1>

²⁶ Convenzione Europea del Paesaggio, 2000 <https://www.sabap.milano.beniculturali.it/wp-content/uploads/2014/11/Convenzione-Europea-sul-Paesaggio.pdf>

Attraverso l'elenco del Patrimonio Mondiale, emergono ulteriori concezioni di paesaggio culturale che erano state precedentemente discusse durante la Convenzione del 1972. Vengono introdotte nuove visioni prospettiche di paesaggio, tra cui la protezione esplicita dei paesaggi e l'accento sul ruolo fondamentale dei paesaggi nelle politiche di sostenibilità che hanno cominciato a guadagnare importanza all'inizio degli anni '90. In particolare, viene sottolineato come il paesaggio sia il risultato di un'azione congiunta tra l'umanità e la natura.

“Il termine "paesaggio culturale" abbraccia una diversità di manifestazioni dell'interazione tra l'umanità e il suo ambiente naturale. I paesaggi culturali spesso riflettono specifiche tecniche di utilizzo sostenibile del territorio, considerando le caratteristiche e i limiti dell'ambiente naturale in cui sono insediati e una specifica relazione spirituale con la natura. La protezione dei paesaggi culturali può contribuire alle moderne tecniche di utilizzo sostenibile del territorio e può mantenere o migliorare i valori naturali del paesaggio. La persistenza delle forme tradizionali di utilizzo del territorio sostiene la diversità biologica in molte regioni del mondo. La protezione dei paesaggi culturali tradizionali è quindi utile per la conservazione della diversità biologica.”²⁷

La difficoltà nel comprendere appieno il paesaggio e nel riconoscere l'essenza dei luoghi è direttamente correlata alla sfida di identificarsi come parte di una comunità. La mancanza di comprensione degli elementi che danno un carattere antropologico a un determinato contesto territoriale non solo influisce sulla relazione tra individuo e ambiente, ma mette in discussione anche la rilevazione degli aspetti storici, identitari e interpersonali che costituiscono il fondamento delle interazioni tra i membri di una società. La lettura del paesaggio è un processo di analisi che combina elementi oggettivi e componenti soggettive, variabili da individuo a individuo. Diversi soggetti e gruppi che osservano lo stesso paesaggio possono trarne interpretazioni molto diverse, influenzate

²⁷ UNESCO, *Cultural Landscape*, <https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/#1>

dai propri interessi, attività, livello culturale e obiettivi. Quando si traducono queste interpretazioni in azioni, entrano in gioco anche dinamiche sociali e culturali.

Si evince che la capacità di decodificare il paesaggio non solo contribuisce a una migliore comprensione dell'ambiente, ma ha anche implicazioni profonde sulla formazione dell'identità individuale e collettiva.²⁸

In conclusione, dopo aver esaminato in dettaglio la comprensione concettuale di identità, territorio e paesaggio, e aver enfatizzato l'importanza di saper leggere e comprendere un luogo, nel capitolo successivo si procederà all'analisi storico-culturale del Parco Nazionale del Cilento (figura 1), parte della World Heritage List dal 1998, e si metterà in evidenza l'importanza della tutela e della valorizzazione di siti per la conservazione della biodiversità e la trasmissione del patrimonio alle generazioni future.



Figura 1. Parco Nazionale del Cilento. Fonte: <https://www.infocilento.it/2015/11/21/il-parco-del-cilento/>

²⁸ E. Pandolfini, 2019

2. Caso studio: il Parco Nazionale del Cilento

2.1 Il Cilento storico

Preservare il patrimonio culturale di un'area specifica richiede una profonda comprensione del territorio. Infatti, solamente attraverso la categorizzazione delle diverse caratteristiche dei siti è possibile sviluppare un sistema di misure protettive, adattato alla struttura del territorio, che sottende all'ampia varietà di utilizzi che l'uomo ne ha fatto fin dai tempi più antichi. Nel processo di esplorazione e approfondimento dell'evoluzione umana sul territorio, la fase preliminare è la ricognizione. Questo passo permette, tramite l'ispezione diretta dei luoghi e la ricerca sia in fonti bibliografiche che archivistiche, di ottenere una visione d'insieme dell'area considerata, delineando, anche se in modo generale, lo sviluppo degli insediamenti umani e individuando gli elementi più rilevanti. Con questi intenti, è stato istituito il Laboratorio Territoriale del Cilento, iniziativa promossa dal Centro Servizi Culturali del Cilento, un'istituzione legata alla Regione Campania. Il LABTER si propone di svolgere attività di studio e documentazione nei campi dell'architettura, dell'urbanistica, della storia dell'arte e dell'archeologia, con l'obiettivo sia di valorizzare giovani studiosi locali, sia di stabilire legami con importanti istituzioni culturali esterne all'area. Questa iniziativa si configura chiaramente come un passo rilevante, avendo già portato a compimento numerose attività di ricerca, diffusione e formazione in un territorio precedentemente privo di centri culturali credibili e influenti. In questo contesto, i partecipanti al LABTER includono la Soprintendenza Archeologica delle Province di Salerno, Avellino e Benevento, l'organo responsabile per la ricerca scientifica e la tutela, e l'Università di Salerno tramite la cattedra di Archeologia della Magna Grecia, appartenente al Dipartimento di Analisi delle Componenti Culturali del Territorio, con l'incarico istituzionale della formazione. Nella zona a sud del Cilento storico, un'indagine era stata precedentemente condotta nel 1990, come parte di un progetto di ricerca interuniversitario più ampio, per esplorare il territorio dalla regione a sud di Velia fino a Sapri (figura 1).



Figura 1. Mappa dell'area del Cilento. Fonte: <https://www.wanderingitaly.com/maps/cilento.html>

Al fine di completare questa ricerca e meglio definire la zona di confine tra i territori delle colonie greche di Elea e Poseidonia, la nuova ricognizione ha esaminato il territorio compreso tra Solofrone e Alento. Ciò che emerge chiaramente è l'opportunità significativa che questa area, il Cilento, offre alla ricerca scientifica. A causa della sua lunga emarginazione, il Cilento ha avuto il privilegio di conservare in gran parte intatti i suoi valori ambientali, storici e paesaggistici. Il termine geografico "Cilento" appare per la prima volta in un atto di donazione riportato nel *Codex Diplomaticus Cavensis* (CDC, II, 222, gennaio 963). Questo documento è stato oggetto di studio e dibattito per la sua cronologia precisa e l'interpretazione da attribuire nel suo contesto²⁹. Mentre N. Acocella aveva suggerito che il toponimo potesse inizialmente riferirsi a un centro fortificato e abitato sulla sommità del Monte Stella³⁰, P. Ebner ha preferito l'interpretazione più accettata dagli studiosi, che considera il "Cilento" come un territorio che si estende fino a un centro abitato³¹. L'etimologia stessa del nome suggerisce un'area delimitata, almeno sul suo lato sud-est, dal fiume Alento: "al di qua dell'Alento". Anche le interpretazioni alternative del toponimo concordano nel definire un'area geografica che

²⁹ Galante 1980, pp. 151-155.

³⁰ Acocella 1961, p. 16.

³¹ Ebner 1979, p. 50.

mantiene il fiume Alento come confine meridionale, separando così il territorio dalla valle del Calore lungo il versante orientale³². Le teorie etimologiche più comuni suggeriscono sempre una definizione di territorio delimitato da un fiume (spesso l'Alento) o compreso tra due fiumi (il Sele e l'Alento)³³. Questo trova una spiegazione plausibile nella politica amministrativa dei Benedettini di Cava, che creavano unità amministrative territoriali per facilitare la gestione³⁴. Questa delimitazione territoriale ricevette poi una legittimazione politica e amministrativa con la formazione della Baronia del Cilento sotto la Signoria dei Sanseverino, che perdura almeno fino al XVI secolo³⁵. È interessante notare l'osservazione antropologica di F. Volpe, secondo cui, almeno fino alla fine del XIX secolo, gli abitanti della sponda sinistra dell'Alento usavano l'espressione "essere in viaggio per il Cilento" per indicare di dirigersi verso le località oltre il fiume³⁶. Si può dedurre che il "Cilento" come area geografica iniziò a formarsi alla fine del X secolo attorno a un nucleo ben definito rappresentato dal Monte Stella e dalle comunità circostanti. Questa definizione restrittiva dell'area è stata confermata da numerosi documenti medievali³⁷. Solo successivamente, nella prima metà del XVIII secolo, il termine "Cilento" inglobò anche il territorio dell'antica diocesi di *Paestum*, estendendosi fino al fiume Sele e, nell'entroterra, fino alle pendici degli Alburni³⁸. Questa espansione dell'ambito territoriale contrassegnato dal termine "Cilento" si accentuò ulteriormente con la creazione della provincia del "Principato Citeriore" voluta da Bonaparte (1806-1815), includendo anche il Bussento e Sapri lungo la costa, nonché la valle del Tanagro e il Vallo di Diano nell'entroterra³⁹. Quest'area territoriale, che aveva una delimitazione originaria già nel periodo medievale, faceva parte dell'antica Lucania (*ager Lucanus*) nell'antichità e, nell'organizzazione augustea dell'Italia, rientrava nella *III regio*, compresa

³² Battisti 1964, p. 267.

³³ Aversano 1982, pp. 1-42.

³⁴ Portanova 1977, p. 60.

³⁵ Ebner 1979, p. 65.

³⁶ Volpe 1981, p. 11.

³⁷ Aversano 1983, pp. 78-127.

³⁸ Cassese 1956, p. 21.

³⁹ Franciosa 1950.

tra la colonia latina di *Paestum* e il *municipium* di *Velia*⁴⁰. Nella tradizione letteraria, purtroppo, vi sono pochi riferimenti all'area geografica definita in questo modo. La descrizione fornita da Strabone, se vista da una prospettiva costiera marina, è inserita in un contesto più ampio, dove ovviamente le vicende di Poseidonia ed Elea sono preminenti. Allo stesso modo, le lettere di Cicerone ai suoi familiari offrono una visione della dolcezza del paesaggio e della costa velina⁴¹. In una di queste lettere, Cicerone menziona anche il fiume Alento (*Haletem*), che delimita un territorio legato a *Velia*⁴². Questa funzione di confine e delimitazione del fiume emerge anche nelle opere di uno scrittore tardo, Vibio Sequestre⁴³, che sembra chiaramente riflettere la funzione del fiume come non solo un confine geografico, ma anche politico, tra la terra dei Lucani e quella associata agli abitanti di *Velia*. I rari riferimenti al territorio in questione nella letteratura antica si concentrano principalmente su due località costiere, i due principali promontori (*Licosa* e *Tresino*). *Punta Licosa* e l'isoletta di fronte sono menzionate in un passo enigmatico dell'*Alexandra* di *Licofrone*, che narra la leggenda della Sirena *Leukosia*, morta lì⁴⁴. Tuttavia, l'interpretazione di questo passo è oggetto di controversia, anche a causa delle varianti presenti nelle diverse versioni del testo⁴⁵. Tuttavia, è interessante considerare che il mito legato ad una Sirena fa parte di un contesto più ampio di leggende legate alle Sirene lungo le coste del Tirreno e della Sicilia. Questi miti sono collegati ai primi esploratori greci del mare e costituiscono parte dell'insieme di storie e leggende dei marinai che individuavano i punti critici della navigazione, come promontori, stretti, isole e figure mitiche legate alle forze naturali dell'acqua e del vento⁴⁶. Fonti più recenti menzionano una città di nome *Trezene* nella regione massaliota d'Italia. Il *Sestieri*, considerando che *Elea* era una città portuale come *Massalia*, e offrendo una facile etimologia per il toponimo "*Tresino*", ha identificato inizialmente *Punta Tresino* come la *Trezene* citata nelle

⁴⁰ Thomsen 1947.

⁴¹ Cicerone, *Ad Fam*, VII 20.

⁴² Cicerone, *Ad Att*, XVI 7, 5.

⁴³ Vibio Sequestre, I 14.

⁴⁴ Lyk, *Alex.*, vv. 722-725.

⁴⁵ Pugliese Carratelli 1952, p. 420.

⁴⁶ Giangiulio 1988, pp. 116-130.

fonti. Le proposte di lettura e interpretazione delle fonti sono comunque molto divergenti. Non è più sostenuta l'ipotesi di Bérard di identificare in Poseidonia la Trezene d'Italia⁴⁷. Rimane solo la suggestione di una possibile correlazione toponomastica con Tresino, anche se questa non è supportata da prove archeologiche rilevanti. Recentemente, è stato avanzato un emendamento al testo di Stefano di Bisanzio che sposta il focus da un'ottica magnogreca a una più correlata con *Massalia* e all'espansione del suo territorio⁴⁸. La ricerca si propone di ricostruire la storia e l'evoluzione dei processi di popolamento che, sovrapponendosi nel corso del tempo, hanno plasmato le successive trasformazioni paesaggistiche e territoriali⁴⁹. L'unità di analisi è quindi questa specifica area geografica, chiaramente delineata dai fiumi Solofrone a nord e Alento a sud, e storicamente caratterizzata dagli eventi che hanno definito la sua struttura unitaria e coerente, almeno fino alla metà del XVI secolo⁵⁰.

Il territorio

L'area oggetto di studio si estende per circa 388 kmq e occupa una piccola porzione nord-occidentale della provincia di Salerno, racchiusa attorno alle pendici del Monte Stella (altezza 1130 metri). Questo territorio si trova tra la sponda destra del fiume Alento e il Mar Tirreno, e si estende verso la piana pestana, delimitato dal corso del fiume Solofrone⁵¹. I confini orientali sono delineati dal monte Vesole e dal sistema idrografico dell'Alento. Il paesaggio è prevalentemente montuoso, con numerose vallate brevi attraversate da piccole fiumare. Si estende anche verso il mare, dove i rilievi di Licosa e Monte Tresino (altezza 355 metri) formano due gruppi montuosi distinti rispetto al Monte Stella. Il principale bacino fluviale è quello dell'Alento, lungo 36 km, con un flusso torrentizio e numerosi piccoli affluenti che si diramano sia sul versante orientale che su quello occidentale. Il fiume Solofrone, con un corso di soli 12 km, ha un bacino molto più limitato, scorre in modo meno tortuoso e presenta

⁴⁷ Bérard 1963, p. 11.

⁴⁸ Brunel 1974, pp. 29-35.

⁴⁹ Potter 1979.

⁵⁰ Barker 1981, pp. 137-145.

⁵¹ Traboschi 1960, p. 178

pochi affluenti; il suo flusso è tipico delle fiumare meridionali, con lunghi periodi di scarsità d'acqua. Il clima varia notevolmente tra la costa e l'entroterra. Le temperature lungo la costa sono miti, mentre nell'interno si riscontrano inverni più rigidi, che assumono caratteristiche alpine in alcune zone montane. Le valli basse dell'Alento e del Solofrone, invece, mantengono temperature relativamente elevate⁵². L'agricoltura rappresenta l'attività predominante in questa zona sub-regionale, insieme all'allevamento praticato nelle zone più collinari e montuose. È interessante notare come l'intera area intorno al Monte Stella e le colline circostanti siano coperte da pascoli estensivi permanenti, castagneti e oliveti, secondo quanto indicato nella carta del Paesaggio Agrario⁵³. Lungo la fascia costiera, prevale invece l'uso per seminativi e vigneti. Tuttavia, le pianure adatte all'agricoltura sono limitate e di scarsa importanza, dato che il terreno agricolo è il risultato di una lunga trasformazione dell'humus su suoli rocciosi di arenaria e calcare poco profondi e spesso sassosi. Pertanto, la sfida del terreno difficile determina prevalentemente attività di allevamento o la prospera crescita degli uliveti, e non è un territorio in cui si possa riconoscere una predominante vocazione agricola⁵⁴.

La storia

La storia del territorio ha attraversato fasi altalenanti, con una marcata differenziazione tra la zona costiera e l'entroterra, e con periodi di significativo spopolamento a causa di diversi eventi storici⁵⁵.

I primi reperti faunistici e manufatti litici trovati nelle grotte di Santa Maria di Castellabate risalgono al Paleolitico superiore. Costituiscono la testimonianza più antica del popolamento lungo questa costa. Tuttavia, al momento attuale, i dati di superficie e le informazioni disponibili suggeriscono che la presenza di insediamenti o frequentazioni di età neolitica ed eneolitica possa essere esclusa. Va comunque considerato che la mancanza di esplorazioni nelle poche grotte lungo la costa e i fenomeni di insabbiamento, insieme al bradisismo positivo di questa zona, rendono poco frequenti e incerti i

⁵² Franciosa 1950, pp. 27-36.

⁵³ Giusti 1943.

⁵⁴ Gambi 1980, p. 7.

⁵⁵ Franciosa 1950, pp. 49-94.

siti in grotta. In particolare, le aree dopo Palinuro e fino a Sapri, con una costa frastagliata e quote più elevate, sembrano offrire migliori condizioni di stazionamento⁵⁶. L'unico insediamento all'aperto di età neolitica media è stato recentemente individuato a Camerota, colmando così una lacuna nelle evidenze della Campania meridionale⁵⁷. Nell'area della piana pestana, invece, esisteva un villaggio di agricoltori neolitici sulla piattaforma di travertino, dove sarebbe stata successivamente fondata la colonia achea di Poseidonia. Questo villaggio è testimoniato dai resti di capanne e manufatti, sia di fronte alla Basilica che nei pressi del tempio di Cerere. Anche l'età eneolitica presenta tracce in questa zona, soprattutto nella piana del Gaudio, ma sembra coinvolgere solo marginalmente questo comprensorio. Con l'avvento dell'età del Bronzo, il quadro insediativo subisce notevoli cambiamenti. Gli insediamenti si fanno più densi e diffusi in tutta l'area campana. In particolare, si riscontra una cultura ben documentata nota come "Facies appenninica", caratterizzata da ceramica d'impasto decorata con motivi lineari incisi o punteggiati⁵⁸. Le evidenze del Bronzo Medio e Finale si concentrano principalmente lungo la costa, con alcune sporadiche presenze sulle colline retrostanti. Mentre alcuni siti possono essere definiti con maggiore precisione grazie a esplorazioni dettagliate, altri si basano al momento su raccolte superficiali che documentano una frequentazione temporanea. Un esempio di insediamento permanente è Trentinara, dove la presenza di un muro a secco che delimita il villaggio testimonia una struttura organizzata⁵⁹. Il sito di Trentinara, situato su un altopiano dominante l'alto corso del Solofrone, sembra essere stato abitato già nel Bronzo Medio con una continuità di vita fino al Bronzo Finale. La ceramica "appenninica", decorata con incisioni o punteggiature, trova corrispondenze con quella rinvenuta in altre stazioni nella valle del Sele e su alcune località sugli Alburni. Forme di ceramica come la capeduncola carenata, l'olletta biconica e lo scodellone a labbro inflesso decorato con cordoni plastici attestano la continuità di vita fino al Bronzo

⁵⁶ Gambassini 1981, p. 312.

⁵⁷ A. Radmilli 1963, p. 245.

⁵⁸ R. Peroni 1959.

⁵⁹ D'Agostino 1979 pp. 477-488

Finale⁶⁰. Altre informazioni suggeriscono una frequentazione lungo la costa (Torre S. Marco, promontorio di Agropoli, Punta Tresino, Punta Licosa), probabilmente legata a una mobilità tipica dell'epoca, a un'organizzazione agricolo-pastorale ed allo sfruttamento iniziale degli approdi costieri, sfruttando le zone dell'alpeggio nell'entroterra e occupando un punto strategico per la viabilità naturale e l'approvvigionamento idrico, controllando la sponda sinistra dell'Alento⁶¹. I manufatti d'impasto raccolti in superficie trovano collocazione in un contesto culturale legato principalmente all'età del Bronzo, anche se alcune caratteristiche, come il tipo di orciuolo con cordone plastico, si ritrovano anche nell'età del Ferro iniziale.. Questo sito ha un'elevata rilevanza topografica, essendo situato sulla sommità della Rupa Rossa, da cui si controlla il passaggio tra l'alta valle del Calore e quella dell'Alento. Attraverso passaggi agevoli verso Bellosguardo e Roscigno, offre connessioni verso il Vallo di Diano a nord, mentre verso sud il corso dell'Alento lo collega facilmente alla piana velina. Di conseguenza, si trova in un punto di convergenza di molteplici percorsi, che collegavano gli insediamenti dell'interno con la costa. Questi collegamenti hanno creato una rete densa di relazioni e contatti, evidenziati nella cultura materiale. La presenza di manufatti come la capeduncola carenata indica una Facies culturale dell'età del Ferro iniziale. Anche la tomba a grotticella artificiale scoperta ad Agropoli potrebbe rientrare nello stesso periodo cronologico, intorno alla fine del IX secolo a.C., in accordo con il rituale funerario noto lungo la costa calabrese⁶². L'area interna, compresa tra il massiccio del Cilento e il Monte Stella, sembra marginale rispetto ai grandi processi di trasformazione avvenuti nelle regioni circostanti. I maggiori insediamenti si concentrano nelle aree limitrofe, come nel Vallo di Diano, nella piana pestana con nuclei come Capodifiume, e più a nord nell'Arenosola. Tra il IX e l'VIII secolo a.C., questa zona sembra essere stata esclusa dai movimenti commerciali e dalle rotte note lungo la costa tirrenica e ionica, che hanno influenzato notevolmente la compagine sociale delle popolazioni indigene dell'entroterra⁶³. Inoltre, i principali percorsi individuati da J. de

⁶⁰ D'Agostino 1979 pp. 477-488.

⁶¹ Gangemi 1988, pp. 397-398.

⁶² J. De La Genière, 1972, p. 243.

⁶³ G. Greco, p. 16.

La Genière nel 1968 seguono la valle del Mingardo a sud e quella dell'alto Sele e del Calore a nord, evitando il massiccio cilentano e gli approdi costieri, che non erano necessariamente agevoli o funzionali⁶⁴.

Periodo arcaico e classico

Il periodo arcaico e classico presenta un quadro insediativo dal contorno sfumato ed evanescente. Nell'attuale stato di raccolta delle informazioni, solamente due siti testimoniano presenze durante quest'epoca: il promontorio di Agropoli e Punta Tresino. La mancanza di prove, così come per l'età del Ferro, non è tanto dovuta alla scarsa raccolta di superficie o alle prospezioni frammentarie, quanto piuttosto potrebbe riflettere un'assenza significativa di insediamenti. Questa assenza potrebbe essere il risultato di una trasformazione nei modelli di popolamento e nell'uso del territorio, forse causata dalla nuova presenza dei Greci lungo la costa tirrenica⁶⁵.

L'indagine condotta da A. Fiammenghi nel promontorio di Agropoli ha chiaramente dimostrato una continuità nell'occupazione del sito dalla fine dell'età del Bronzo fino al III secolo a.C. Gli strati dell'età arcaica (VII - VI sec. a.C.) presentano reperti ceramici (in particolare coppe di stile ionico) e manufatti coroplastici (come terrecotte architettoniche di produzione coloniale-poseidoniate), indicativi di edifici monumentali in stretta connessione con la vicina città-stato (polis)⁶⁶. L'ipotesi che Zancani Montuoro avanzò, individuando un tempio di Poseidone sul promontorio di Agropoli, e quella di E. Greco, che riferisce il primo insediamento ai Sibariti, troverebbero una buona parte di conferma negli scavi di Fiammenghi. Tuttavia, è evidente che le fasi cronologiche suggerite dai reperti corrispondano in gran parte alle prime testimonianze in città e al santuario di Hera alla foce del fiume Sele, ai margini settentrionali del territorio poseidoniate⁶⁷. È quindi plausibile che la documentazione materiale rinvenuta negli scavi del promontorio di Agropoli rifletta direttamente la

⁶⁴ J. De La Genière 1968, pp. 225.

⁶⁵ J. De La Genière, 1970, pp. 631-636.

⁶⁶ Fiammenghi 1986, pp. 53-68.

⁶⁷ Fiammenghi 1986, p. 65.

strategia di insediamento della polis greca, stabilendo così i confini settentrionali e meridionali della sua "chora" (territorio agricolo)⁶⁸. Nel caso di Agropoli, è interessante notare che l'occupazione greca arcaica si sovrappone a tracce di un insediamento imprecisato risalente alla fine dell'età del Bronzo, che sembra svanire nell'età del Ferro. Questo suggerisce un periodo di abbandono (tra il X e l'VIII secolo a.C.), seguito dalla comparsa dei primi reperti greco-coloniali alla fine del VII secolo a.C., quando il sito entra nell'ambito dell'espansione insediativa della vicina polis greca. Anche Punta Tresino conserva tracce di frequentazione nell'età arcaica, con frammenti di ceramica greca e anfore da trasporto recuperate da una grande fossa. Questi reperti sono associabili a un piccolo insediamento situato sulla terrazza prospiciente il mare, probabilmente già stabilitosi nella prima metà del VI secolo a.C. Questo insediamento sembrerebbe essere stato legato alla disponibilità di ottima pietra da costruzione (arenaria) e abbondanti fonti d'acqua. La presenza di manufatti greci continua nei secoli V e IV a.C. sotto forma di anfore da trasporto greche⁶⁹. Le implicazioni delle fondazioni di Poseidonia o Elea nell'entroterra attorno al Monte Stella sono ancora sconosciute alla ricerca attuale. La raccolta di superficie non ha fornito prove rilevanti per questo periodo, durante il quale sembra esserci una simile carenza di insediamenti rispetto al periodo precedente. In questo contesto, il ritrovamento di un'antefissa gorgonica di tipo particolare a Ortodónico, sul versante meridionale del Monte Stella, diventa estremamente interessante. Questo manufatto si ricollega a un tipo comune tra il VI e il V secolo a.C. nelle aree indigene. Derivando da modelli magnogreci, è stato adottato dalle popolazioni indigene e adattato in varie varianti locali. L'utilizzo di terrecotte architettoniche in edifici di rilievo rappresenta uno dei segni tangibili del processo di ellenizzazione, con le élite aristocratiche delle popolazioni indigene che abbracciano non solo modelli ideologici e comportamentali, ma anche strutturali e funzionali provenienti dalle città greche lungo la costa⁷⁰. Pertanto, la presenza di un'antefissa gorgonica in un insediamento interno potrebbe indicare l'esistenza di una comunità

⁶⁸ Greco 1979, p. 21.

⁶⁹ Punta Tresino, pp. 47-134.

⁷⁰ Greco 1991, pp. 30-45.

indigena stabile in contatto con le popolazioni greche, le quali influenzano il loro modello costruttivo che viene adattato e decorato in stile greco. Questo potrebbe riflettere il rango elevato del proprietario o le molteplici funzioni dell'edificio nella comunità.

Età ellenistica

Durante l'età ellenistica, si verifica un notevole cambiamento nel quadro insediativo tra la seconda metà del IV e il III secolo a.C. In questa fase, il territorio presenta una distribuzione di insediamenti sparsa, coinvolgendo sia la fascia costiera che l'entroterra lungo le valli fluviali e le pianure che offrono migliori opportunità agricole⁷¹. La maggior parte dei siti identificati mostra le caratteristiche tipiche di insediamenti rurali di piccole o medie dimensioni, spesso accompagnati da aree sepolcrali. Al momento, non emergono agglomerati di grandi dimensioni; prevalentemente si tratta di fattorie legate alle risorse naturali della regione⁷². È importante considerare la distinzione tra insediamenti costieri e quelli dell'interno: lungo la costa, si osserva una continuità tra l'età classica e l'ellenistica, con un breve periodo di abbandono prima dell'occupazione romana. Nell'entroterra, molti insediamenti sorgono nella seconda metà del IV secolo a.C. e nella prima metà del III secolo a.C., spesso mostrando segni di continuità con il periodo repubblicano romano, come nel caso di Torchiara (Pretalena), Vatolla (Fontanelle), Lustra (Piano di Miele) e Sessa Cilento (Valle). Queste varie forme di sfruttamento del territorio, con una maggiore frammentazione dei terreni agricoli e dei pascoli di montagna, si inseriscono in un contesto più ampio di trasformazione del paesaggio agrario riscontrato in altre regioni dell'antica Italia. La distribuzione degli insediamenti, secondo uno schema di tipo "paganico-vicanico", riflette una crescita demografica e una diversa organizzazione dell'uso dei terreni agricoli, suddivisi in numerosi piccoli, medi e grandi appezzamenti. Le prove archeologiche indicano la presenza di diverse piccole fattorie a conduzione familiare, in genere situate in cima a

⁷¹ Greco 1979, pp. 20-25.

⁷² G. Avagliano-M. Cipriani 1987, pp. 58.

La "lucanizzazione" dell'area pestana coinvolge anche questa regione tra il fiume Solofrone e l'Alento⁷⁵. Questo processo porta a una maggiore diffusione degli insediamenti agricoli sulle colline e nelle campagne, contribuendo a una nuova forma di economia agricola e a un migliore sfruttamento delle risorse. I rilievi collinari alle spalle di Agropoli sono caratterizzati dalla presenza di queste piccole fattorie, individuate attraverso la raccolta di superficie o dedotte dalla presenza di sepolture. Siti come Ogliastro e Eredita mostrano una distribuzione più sparsa rispetto all'area intorno ad Agropoli. La conformazione montuosa e accidentata del territorio intorno al Monte Stella gioca un ruolo fondamentale in questa diversità. In questo contesto relativamente uniforme, due punti di interesse risaltano: la fortificazione di Punta della Carpinina e il frammento di antefissa gorgonica proveniente da Ortodonico. Attualmente, rappresentano le due scoperte più significative e problematiche legate alla diffusione dell'occupazione lucana nell'età ellenistica. Nel complesso, sembra che solo con l'espansione dei Lucani, questo territorio abbia visto una distribuzione più diffusa di insediamenti. Tuttavia, la densità rimane inferiore rispetto ad altre aree dell'antica Italia, dove pianure più estese e fonti idriche migliori avrebbero favorito uno sfruttamento più intenso del territorio e una trasformazione più radicale del paesaggio agrario.

Età romana

Nel periodo romano, i complessi rapporti tra Roma e il mondo lucano tra la fine del IV e i primi decenni del III secolo a.C. trovano un esempio significativo nella fondazione della colonia latina di Paestum nel 273 a.C. Con questa fondazione, i Lucani perdono una delle loro città più importanti lungo il Tirreno. Tuttavia, secondo E. Lepore, *"la confederazione lucana rimase come un'alleanza autonoma, con i suoi distretti, e dovette continuare a fornire contingenti militari durante e dopo la guerra annibalica"*⁷⁶. Di conseguenza, i Lucani entrano inizialmente nell'orbita dell'influenza romana. La presenza continua di vita nelle molte fattorie dell'entroterra montuoso, che passano dal

⁷⁵ Ficuciello 2016, p. 235.

⁷⁶ Lepore 1972, p. 1887.

periodo "lucano" all'inizio della fase "romana-repubblicana", potrebbe suggerire una relazione non conflittuale e punitiva, almeno in questa specifica area. Potrebbe esserci un interesse condiviso nello sfruttamento delle risorse agricole e naturali. La raccolta frammentata di reperti non permette ancora di quantificare la diffusione dei siti di transizione o di ottenere una comprensione organica delle trasformazioni generate dall'espansione romana in questa regione. Gli effetti della guerra annibalica sembrano non aver coinvolto questa specifica area geografica. Le devastazioni che caratterizzano molte zone dell'entroterra lucano nel passaggio verso la romanizzazione non si riscontrano in questa zona costiera⁷⁷. Allo stesso tempo, la zona costiera rimane fedele a Roma. Mentre le incursioni di Annibale colpiscono la valle del Tanagro e si spingono verso Vallo e l'interno della Lucania antica, l'area tra i fiumi Solofrone e Alento sembra rimanere ai margini di questi eventi bellici⁷⁸. Dopo la guerra annibalica, la Lucania viene dichiarata "*ager publicus populi romani*". Con la riforma graccana del 133 a.C., la riorganizzazione economica e sociale diviene permanente⁷⁹. Probabilmente, è dopo questa riforma che vengono istituite le prefetture, tra cui quelle di Paestum e Velia menzionate nel *Liber Coloniarum*.

Durante l'età imperiale, l'occupazione del territorio presenta una diversa distribuzione dello spazio agricolo, evidenziata principalmente dalla comparsa di vere e proprie ville rustiche con impianti termali e attività produttive come fornaci. Le iscrizioni, principalmente funerarie, indicano la presenza di veterani provenienti da Miseno, che ricevettero terre dall'imperatore nel territorio pestano dopo la deduzione flavia del 71 d.C.⁸⁰. L'emergere del latifondo è evidente in siti significativi come la villa di Sessa Cilento, con un pavimento a mosaico databile al II secolo d.C., o ad Omignano, dove una fornace è associata a una villa di grandi dimensioni. A Vatolla, la presenza di un sarcofago suggerisce uno sfruttamento feudale del territorio⁸¹. Più complesso è il sito di S. Marco di

⁷⁷ A. Toynbee 1983, p. 259.

⁷⁸ A. Fraschetti, pp. 203.

⁷⁹ E. Magaldi 1948, pp. 214.

⁸⁰ M. Corbier, pp. 427-444.

⁸¹ F. De Martino 1991, pp. 323.

Castellabate, dove le ricerche di A. Fiammenghi indicano la presenza di una base militare della flotta imperiale romana. Questo sito, attivo nei secoli I e II d.C., era probabilmente un *vicus* legato alla *statio Herculia* menzionata nelle guide dell'epoca tardo-antica⁸². L'occupazione del territorio in età imperiale riflette la politica imperiale di sfruttamento intensivo del latifondo. Mentre lungo le coste, il *vicus* di *Herculia* rappresenta un modesto processo di urbanizzazione legato ai militari della flotta romana e alle attività navali, nell'entroterra la pastorizia diventa predominante. La crisi che colpisce l'Italia meridionale tra la fine del II e il III secolo d.C. influisce anche sull'economia e sulle attività produttive di questa regione. Dalla documentazione raccolta emerge chiaramente un lungo periodo di spopolamento e abbandono, specialmente lungo la costa. Anche nell'entroterra, ad eccezione del sito a Vatolla, mancano prove archeologiche, confermando la situazione di declino anche in questa parte della Lucania nel tardo impero. In questo scenario, la pastorizia diventa preminente nelle zone interne e si sviluppa un modello insediativo basato su colline e acropoli che diventò un tratto distintivo del paesaggio cilentano⁸³.

Con l'avvento dei Normanni, si sono sviluppati i castelli, segno inequivocabile di un sistema feudale che ha sfruttato inesorabilmente il territorio, dando origine a lungo andare al devastante fenomeno del "brigantaggio cilentano"⁸⁴. Già nelle cronache di Giustiniani⁸⁵ si riscontra un declino demografico sostanziale. Questa tendenza al calo demografico si è accentuata progressivamente a causa dell'emigrazione che ha caratterizzato l'Ottocento e la prima metà del Novecento. Solo negli ultimi trent'anni, gli economisti e gli storici hanno registrato una lenta ripresa della popolazione e delle risorse economiche, accompagnata da una profonda trasformazione dei modelli insediativi.

⁸² A. Fiammenghi 1985.

⁸³ Beguinot 1960.

⁸⁴ Ebner 1982, I, pp. 205-208 e pp. 325-327.

⁸⁵ Giustiniani 1816.

2.2 Istituzione dell'Ente Parco

È un atto di profondo impegno verso la valorizzazione e la conservazione di un territorio che da sempre rappresenta un “santuario” di biodiversità e una testimonianza di un legame indissolubile tra l'umanità e l'ambiente circostante. Il 6 dicembre 1991⁸⁶ con il Decreto Legislativo n. 394, viene istituito il Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano e Alburni, con avvio effettivo delle attività nel 1995 con l'istituzione dell'Ente Parco, come previsto dal Decreto del Presidente della Repubblica del 5 giugno 1995⁸⁷ (figura 2).



Figura 2. Mappa del Parco Nazionale del Cilento. Fonte: <https://www.infocilento.it/2015/11/21/il-parco-del-cilento/>

Nel 1997, solo pochi anni dopo la sua istituzione, il Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano è stato unanimemente designato come parte della rete delle Riserve della Biosfera del Programma MAB (Man and Biosphere)⁸⁸ dell'UNESCO⁸⁹. Questa inclusione ha portato un'importante innovazione nel panorama delle aree protette italiane e l'applicazione delle direttive del programma MAB-UNESCO ha conferito al Parco una valenza transnazionale e mondiale, poiché il concetto di "rete" ha dato al

⁸⁶ Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, *La Storia*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/la-storia/>

⁸⁷ Gazzetta Ufficiale, Decreto del Presidente della Repubblica 5 giugno 1995, *Istituzione dell'Ente Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano*, https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=1995-08-04&atto.codiceRedazionale=095A4304

⁸⁸ UNESCO, *Man and Biosphere*, <https://www.unesco.it/italianellunesco/detail/186>

⁸⁹ Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, *Patrimonio Unesco*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/patrimonio-unesco/>

parco un ruolo cruciale, non solo nell'ambito della tutela ambientale ma anche nella promozione e nello sviluppo socio-economico, tenendo in considerazione le interrelazioni tra beni culturali e beni naturali. Uno degli obiettivi principali delle Riserve di Biosfera è investire nel futuro attraverso programmi scientificamente validi di formazione, divulgazione e informazione sulle relazioni tra l'umanità e l'ambiente, con prospettive a lungo termine e intergenerazionali. In definitiva, le Riserve di Biosfera hanno il compito di preservare e generare valori naturali e culturali attraverso una gestione basata su scienza, creatività culturale e sostenibilità operativa⁹⁰.

Il Parco Nazionale del Cilento è un caso unico nel Mediterraneo in quanto è stato inserito sia nella Rete mondiale delle Riserve di Biosfera che dichiarato Patrimonio Mondiale dell'Umanità. Il suo principale obiettivo di conservazione è la tutela della biodiversità, svolgendo un ruolo cruciale nella promozione della comprensione delle relazioni tra conservazione e sviluppo sostenibile.⁹¹ La flora e la fauna presenti all'interno del Parco sono straordinariamente ricche e sono il risultato di un ecosistema complesso che presenta diverse condizioni biologiche. Queste includono l'ecosistema marino e quello di montagna, nonché le zone umide e le aree particolarmente aride. Nel territorio del Parco, si possono trovare numerose specie di piante e animali, alcune delle quali sono specifiche di questa regione⁹². Ad esempio, la Primula di Palinuro (figura 3) è un fiore con petali di colore giallo che sboccia verso la fine dell'inverno lungo le coste che vanno da Palinuro a Maratea.

⁹⁰ Ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica, *Le riserve della Biosfera*, <https://www.mase.gov.it/pagina/le-riserve-della-biosfera>

⁹¹ Geoparco Cilento, Vallo di Diano e Alburni, <https://www.patrimoniounesco.it/directory-tangibili/listing/geoparco-cilento-vallo-di-diano-e-alburni/>

⁹² Parco Nazionale del Cilento, *Biodiversità*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/biodiversita/>



Figura 3. Primula di Palinuro. Fonte: <https://www.cilentomag.com/flora-fauna-parco-nazionale-cilento/>

Questo fiore è stato scelto come simbolo del Parco (figura 4) e presenta due caratteristiche peculiari. In primo luogo, viene considerato come la forma originale da cui si sono evolute tutte le altre primule spontanee presenti in Italia. Inoltre, è l'unico fiore di questo genere che cresce vicino al mare. Il nome deriva dal nocchiero di Enea, Palinuro, che si lanciò tra le onde e perse la vita mentre inseguiva l'immagine della sua amata, trasformata da Venere in uno sperone roccioso su cui sorge oggi il paese di Palinuro⁹³. La Primula è una specie protetta sia a livello regionale che comunitario. È classificata come "vulnerabile" nella lista rossa dell'IUCN (Unione Mondiale per la Conservazione della Natura)⁹⁴.



Figura 4. Simbolo del Parco: Primula di Palinuro. Fonte: <https://www.cilentomag.com/flora-fauna-parco-nazionale-cilento/>

⁹³ I tesori d'Italia e l'UNESCO, *Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano con i siti archeologici di Paestum e Velia e la Certosa di Padula*, <http://promozione.cilentoediano.it/hcms-content/files/1%20Siti%20Unesco%20del%20Parco.pdf>

⁹⁴ IUCN Comitato Italiano, <https://www.iucn.it/liste-rosse-italiane-VU.php>

Grazie alla combinazione sinergica tra la natura e l'azione umana, il Parco rientra nella categoria dei paesaggi evolutivi noti anche come Beni Misti. Il patrimonio naturale attuale del parco ha assunto la sua forma attraverso una serie di eventi storici, sociali, economici, artistici e spirituali che si sono intersecati nel corso del tempo.

Uno degli aspetti geografici più affascinanti del parco è l'incontro tra il mare e le montagne, tra l'occidente e l'oriente, e la fusione delle culture nordiche e africane. Questi elementi si stratificano nel territorio, lasciando tracce evidenti delle diverse civiltà nei suoi caratteri distintivi. Questa stratificazione è evidente nella natura stessa del parco, nel suo patrimonio storico e culturale, nell'organizzazione del territorio, nei percorsi, nelle coltivazioni e negli insediamenti.

Il parco rappresenta oggi un paesaggio vivente che, pur svolgendo un ruolo attivo nella società contemporanea, conserva le caratteristiche tradizionali che lo hanno generato. Queste caratteristiche si riflettono nell'organizzazione del territorio, nei percorsi, nella struttura delle coltivazioni e nel sistema degli insediamenti. Il parco è quindi la risultante dell'incontro di popoli e culture diverse, all'interno di un contesto di compenetrazione ambientale e di ricchezza di biodiversità⁹⁵. L'UNESCO ha riconosciuto il Parco come un bene misto, naturale e culturale, in quanto risponde ai seguenti criteri, dal punto di vista del bene naturale: rappresenta in modo eminente il processo ecologico e biologico degli ecosistemi mediterranei, ospitando una vasta gamma di piante e animali, dalle forme marine a quelle terrestri aride, semi-aride, nordiche, atlantiche, asiatiche, collinari e alpine⁹⁶. È caratterizzato da coste intatte con grotte e insenature, montagne soggette a fenomeni carsici e una ricca presenza di specie vegetali endemiche uniche, creando un'area di straordinaria bellezza naturale e valore estetico. Dal punto di vista dei Beni Culturali fornisce un'eccezionale testimonianza delle tradizioni culturali e della civiltà delle antiche popolazioni mediterranee attraverso il sistema di percorsi, insediamenti, santuari e vestigia archeologiche ancora esistenti.

⁹⁵ Associazione beni italiani patrimonio mondiale, *Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano con i Siti archeologici di Paestum e Velia e la Certosa di Padula*, <https://www.patrimoniomondiale.it/?p=48>

⁹⁶ Discover Campania, <https://discovercampania.it/esplora-la-campania/territorio/cilento/territorio-cilento/parchi-naturali-del-cilento/705-parco-nazionale-del-cilento-vallo-di-diano-e-alburni>

Esempio eminente della civiltà urbana sin dalle sue prime manifestazioni, conserva strutture e architetture che illustrano il periodo della prima colonizzazione greca in Italia, mettendo in luce l'incontro tra la Magna Grecia e le culture appenniniche e mediterranee. Costituisce un esempio eccezionalmente rappresentativo della cultura medievale attraverso il sistema di insediamenti umani e l'utilizzo dello spazio, conservando segni straordinari delle antiche e millenarie radici culturali, stratificate nel tempo fino ai giorni nostri. L'inclusione del Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano, insieme ai siti archeologici di Paestum e Velia, nella lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO conferma il ruolo cruciale che questa area svolge non solo a livello nazionale ma anche a livello internazionale.

2.3 Il patrimonio naturale

Il Parco Nazionale del Cilento, che si estende su una superficie di ben 181.048 ettari, è situato all'interno dei confini amministrativi della Regione Campania e della Provincia di Salerno. Grazie alle sue caratteristiche uniche, rappresenta uno dei complessi biogeografici più significativi d'Italia⁹⁷. Dal punto di vista geografico, il territorio del Parco è caratterizzato da una serie di dorsali montuose e colline, orientate in direzioni diverse e solcate da numerosi corsi d'acqua che sfociano tutti sulle coste tirreniche. Tra questi, i fiumi Alento e Mingardo sono i più importanti, con lunghezze rispettivamente di 36 e 38 chilometri e bacini di dimensioni considerevoli, pari a 415 e 223 chilometri quadrati. Gli altri corsi d'acqua presenti nella regione hanno tipicamente caratteristiche di torrenti. Va notato che il fiume Sele e il suo affluente Tanagro, pur non rientrando nel perimetro del Parco, sono comunque oggetto di tutela all'interno dell'area buffer come Riserva Naturale Regionale Foce Sele - Tanagro⁹⁸.

La complessità degli ambienti presenti nel territorio del Parco è principalmente dovuta alla varietà delle rocce che lo costituiscono (figura 5).

⁹⁷ Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, *Biodiversità*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/biodiversita/>

⁹⁸ Regione Campania, *Ente Riserve Naturali, finalità e obiettivi*, https://www.riservasele.it/ente-riserve/finalita_e_obiettivi.php

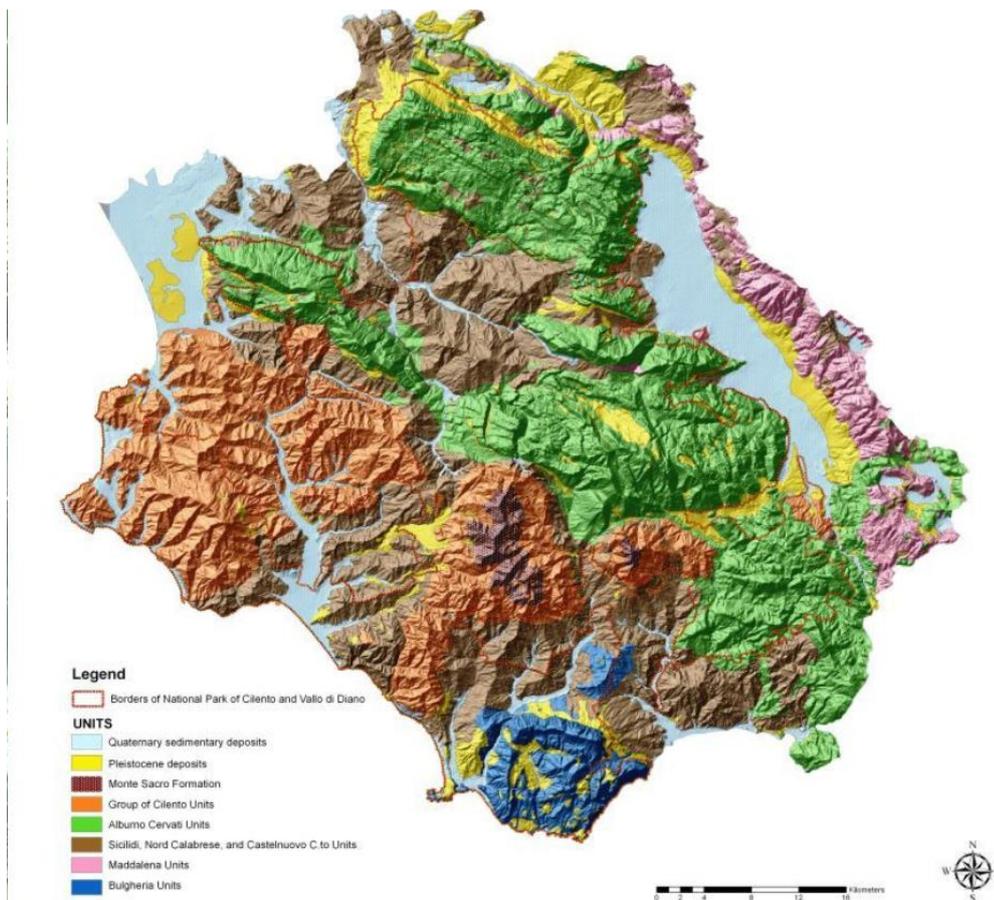


Figura 5. Geological Map. Fonte: http://egnconference2013.cilentoediano.it/ita/5_Geologia.html

In particolare, domina la componente geologica calcareo-dolomitica, che caratterizza una vasta porzione dell'Appennino meridionale. Questa formazione è permeata da spettacolari fenomeni carsici, evidenti soprattutto nelle catene montuose del Parco, come gli Alburni (1742 m), il Massiccio del Cervati (1898 m), il Monte Motola (1700 m), il Bulgheria (1225 m) e il Monte Cocuzzo (1387 m). Nell'ambito calcareo, si possono trovare anche alcune vette arenacee, come il Monte Sacro o Gelbison (1707 m) e il Monte Stella (1131 m).⁹⁹ Un altro elemento importante ma meno comune è rappresentato dal "Flysch del Cilento", una serie di terreni diversificati depositati durante la formazione delle catene montuose¹⁰⁰. Questi terreni sono più diffusi nella costa nord-occidentale, nei monti principali del Cilento occidentale (come il Monte Centaurino, 1433 m) e sulle costiere delle Ripe Rosse o nel terrazzo marino di Punta Licosa.

⁹⁹ Cilentomag, *Monti del Parco Nazionale del Cilento*, <https://www.cilentomag.com/monti-del-parco-cilento/>

¹⁰⁰ DiSTAR, *Sintesi stratigrafica Appennino Meridionale*, <https://www.distar.unina.it/en/appennino-meridionale>

Le coste del Parco Nazionale del Cilento rappresentano una parte di straordinaria importanza all'interno di questa area, costituendo non solo un terzo delle coste della Campania, ma anche un paesaggio costiero estremamente variegato. Qui, si alternano tratti di spiagge sabbiose a promontori rocciosi, scogliere e falesie che si affacciano verticalmente sul mare. Con una lunghezza complessiva di oltre 100 chilometri, le coste del Parco sono rinomate da anni per la qualità delle acque e dei servizi balneari. Nel 2013, ben 13 hanno ricevuto il prestigioso riconoscimento della Bandiera Blu FEE (Foundation for Environmental Education)¹⁰¹.

La morfologia costiera del Parco è estremamente varia, grazie alla diversità geologica del territorio circostante. Nella parte settentrionale, da Agropoli a Palinuro, la costa si presenta più dolce e accessibile. Tuttavia, lungo il tratto da Capo Palinuro a Scario, nella parte meridionale, l'ambiente diventa più aspro, inaccessibile e selvaggio. In questa zona, dominata a sud dallo spigolo calcareo-dolomitico del Monte Bulgheria, si trovano numerose manifestazioni carsiche che hanno dato vita a molte grotte, alcune delle quali sono state parzialmente invase dal mare. Questo fenomeno ha contribuito a modellare queste grotte, arricchendole con giochi di luci, colori e fenomeni erosivi che conferiscono a questo tratto di costa una bellezza unica.

Particolarmente famosa è la Grotta Azzurra di Palinuro (figura 6), dove si verificano fenomeni di rifrazione che caratterizzano l'acqua in una memorabile tonalità di azzurro.

¹⁰¹ Il Cilentano, *Bandiere Blu 2023 nel Cilento, le spiagge cilentane premiate dal FEE*, <https://www.ilcilentano.it/bandiere-blu-2023-nel-cilento-le-spiagge-cilentane-premiate-dal-fee/>



Figura 6. Grotta azzurra di Palinuro. Fonte: <https://www.coopcilentomare.com/tour/la-grotta-azzurra/>

Questa grotta ospita una fauna marina peculiare, legata alle risorgive idrotermali sottomarine di tipo sulfureo. Procedendo verso l'interno del Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, il paesaggio subisce un cambiamento significativo. Questo ambiente è plasmato da forme carsiche, con versanti accidentati segnati da attività tettonica intensa, nonché da profonde gole scavate dai torrenti in costante flusso. L'aspetto generale appare quasi lunare a causa della scarsa fertilità del terreno, sebbene in alcune zone in cui le condizioni del suolo e dell'acqua lo permettano, si possano trovare boschi mediterranei, faggeti o campi di lavanda. La geologia di queste rocce calcaree è caratterizzata da forme carsiche, derivanti dalla dissoluzione del carbonato di calcio, che causa erosione e la formazione di strutture come stalattiti e stalagmiti. Queste forme possono essere nascoste sotto terra, come grotte, caverne e cavità, molte delle quali rimangono ancora inesplorate nel territorio del Parco. Il fenomeno carsico è particolarmente evidente nei Monti Alburni (figura 7), con grotte impressionanti come la grotta di Castelcivita (figura 8), che si estende per circa 5 chilometri, la grotta di Pertosa (figura 9), accessibile per un tratto con zatteroni, e la grotta dell'Auso presso S. Angelo a Fasanella. Altre formazioni carsiche di grande interesse includono quelle create dal fiume Bussento nella zona di Caselle in Pittari-Morigerati, con il suo lungo corso sotterraneo, e le gole profonde scavate dal fiume Mingardo mentre attraversa il Monte Bulgheria (figura 10). Ci sono anche profonde

incisioni nel calcare bianco causate dal Torrente Sammaro, dal fiume Calore e dal Bussentino, le cui rapide e cascate, spesso spettacolari, sono generate dalle loro acque impetuose¹⁰².



Figura 7. Monti Alburni. Fonte: <https://www.cilentoshop.it/i-monti-alburni-e-la-valle-del-calore/>



Figura 8. Grotte di Castelcivita. Fonte: <https://www.molisetoursnc.com/1-grotte-di-castelcivita/>

¹⁰² Geoparco Mondiale Unesco, *Geologia del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni*, http://egnconference2013.cilentoediano.it/ita/5_Geologia.html



Figura 9. Grotte di Pertosa Auletta. Fonte: <https://fondazionemida.com/grotte-pertosa-auletta>



Figura 10. Monte Bulgheria. Fonte: <https://www.cilentoshop.it/il-monte-bulgheria-natura-e-cultura-da-vedere/>

Per ciascun sito geologico sono stati individuati quattro livelli gerarchici:

- sito geologico di importanza primaria: un luogo di notevole interesse dal punto di vista geologico, che può spiccare per la sua unicità, rappresentatività a livello europeo, e valore didattico e scientifico;
- sito geologico di rilievo: il principale sito geologico che offre opportunità attuali o potenziali per l'approccio del geoturismo. Questi luoghi sono già attrezzati con strutture e itinerari informativi o sono in fase di sviluppo per scopi turistici legati alla geologia;
- sito geologico complementare: il sito geologico di primaria importanza associato a siti archeologici o insediamenti umani di notevole valore storico e architettonico;

- sito geologico secondario: un luogo geologico di interesse a livello nazionale e regionale.

L'interesse geologico abbraccia una serie di aspetti tra cui la stratigrafia, la geomorfologia, il paleoambiente, la paleontologia, la geologia strutturale e l'idrogeologia. Il 40% dei siti geologici evidenzia un particolare rilievo nella stratigrafia e nella paleontologia, con luoghi situati sia in regioni caratterizzate da rocce calcaree, sia in zone collinari con depositi del Miocene.

Il 56% dei siti geologici individuati sono notevoli dal punto di vista geomorfologico. Questi possono essere suddivisi in diverse categorie, tra cui quelli correlati al carsismo e all'idrogeologia, come grotte carsiche e grotte costiere; quelli di natura strutturale, come gole fluviali carsiche (sovrapposte, susseguenti ed epigenetiche) e scarpate causate da faglie; e quelli legati alle coste, come terrazze marine del Pleistocene medio e tardo e falesie a Palinuro.

Il restante 4% dei siti geologici è rilevante dal punto di vista idrogeologico e sono associati a importanti risorse di acque sotterranee presenti nella regione del Geoparco.¹⁰³

¹⁰³ I Geositi e gli Ambiti di Paesaggio, http://egnconference2013.cilentoediano.it/ita/11_i-Geositi.html

2.4 Siti UNESCO del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e degli Alburni

Il Parco Archeologico di Paestum

Patrimonio di conoscenze, saperi ed espressioni artistiche è il Parco Archeologico di Paestum. Parte del Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano con i Siti archeologici di Paestum e Velia e la Certosa di Padula, dal 1997 rientra nella lista del patrimonio mondiale UNESCO¹⁰⁴. L'area archeologica è ancora oggi circondata dalla sua autentica cinta muraria (figura 11), che conserva quasi del tutto intatto, se pur restaurato, il materiale di cui è composta, i blocchi di calcare locale.



Figura 11. Cinta Muraria dell'area archeologica di Paestum. Fonte: https://salerno.corriere.it/notizie/cronaca/17_maggio_06/paestum-da-adozione-mura-primi-8-blocchi-coppia-tedeschi-d9caa756-322e-11e7-b1d5-0e1675de2619.shtml

Il suo perimetro ha una forma trapezoidale ed è percorribile seguendo la moderna strada che la attornia su una lunghezza pari a 4750 metri¹⁰⁵. Costeggiando questo perimetro è possibile osservare le ventotto torri poste in difesa delle porte, alcune di esse visibili dalle mura altre dall'interno della città. Per accedere alla città si contano quattro porte: Porta Giustizia (a sud), Porta Marina (a ovest), Porta Sirena (a est), Porta Aurea (a nord). Quest'ultima porta, tuttavia, fu distrutta durante la costruzione della Via delle Calabrie nel 1829, anche conosciuta come strada Tirrena Inferiore che divide in due

¹⁰⁴ UNESCO, *Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, con i siti archeologici di Paestum, Velia e la Certosa di Padula*, <http://www.unesco.it/it/PatrimonioMondiale/Detail/129>

¹⁰⁵ L. D. Verme 2016, p. 28.

la città di Paestum. Si tratta dell'attuale statale 18, in origine la Salerno-Reggio Calabria¹⁰⁶. Addentrandoci nel cuore della città archeologica, il suo centro presenta innumerevoli monumenti che ripercorrono in una sola area diverse epoche storiche e diversi stili architettonici. Simbolo peculiare che si ritrova nei santuari di Paestum è la Donna fiore (figura 12).



Figura 12. Donna fiore. Fonte: Museo Archeologico di Paestum

Nasce come dono votivo intorno al IV secolo a.C. La sua produzione artigianale è in ceramica d'officina pestana in argilla. La sua struttura si presenta con il busto o soltanto il capo di una donna che porta sulla sommità un calice a forma di fiore campanulato che rievoca il giglio selvatico (figura 13), fiore endemico che cresce spontaneo nelle dune di sabbia del Cilento.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Voza 2008, p. 38.

¹⁰⁷ Cantone 2014, p. 39



Figura 13. Giglio selvatico. Fonte:

https://it.wikipedia.org/wiki/Pancratium_maritimum#/media/File:Pacratium_maritimum_Paestum.jpg

Addentrando nei santuari del Parco Archeologico, tra gli edifici meglio conservati si nota il Tempio di Athena (figura 14), in passato si pensava fosse dedicato a Cerere, divinità romana della terra e della fertilità. L'ipotesi più accreditata, tuttavia, è che il tempio sia dedicato alla Dea della Sapienza, con annesso altare ed un tempietto arcaico; al suo culto potrebbero riferirsi gli oggetti votivi rinvenuti nelle stipi, come statuette in terracotta raffiguranti la divinità oggi esposte al Museo Archeologico di Paestum. Il tempio di Athena, eretto in stile dorico sul finire del VI secolo a.C. è realizzato in calcare locale. Un tempo, le possenti colonne circondavano, come a proteggerla, la statua di culto della divinità¹⁰⁸. Il tempio di Athena fu costruito seguendo logiche antisismiche. Le ricerche archeologiche hanno messo in luce la grandiosità delle fondamenta, che si espandono in profondità per circa 4 metri, garantendo una base resistente e una piattaforma sulla quale si innalzano le colonne. I materiali usati sono quelli che ricorrono in tutta la città: il tufo e la sabbia. Quest'ultima venne utilizzata dai costruttori per posizionarla tra la piattaforma del tempio e il banco di tufo. Grazie a questo meccanismo, il tempio, in caso di scosse sismiche, si comporta come “una grande scatola”, muovendosi sulla sabbia ma restando integro¹⁰⁹.

¹⁰⁸ D'Andrea, Figliola 2016, p. 40.

¹⁰⁹ La Greca 2021, p. 61



Figura 14. Tempio di Athena, Parco Archeologico di Paestum.

Un altro edificio simbolo e centro attrattivo è senza dubbio l'Agorà. Il termine greco Agorà deriva dal verbo "ageiro" ovvero "accogliere, radunare". Nell'Antica Grecia quindi, si identificava così il luogo di raccolta quale la piazza principale della polis. L'urbanistica dell'intera città, dunque, si organizzava attorno a questo centro, prediligendo attorno edifici di destinazione politica e civile. Paestum purtroppo, non ha lasciato una chiara eredità su tutti gli edifici che ne facevano parte. Alcuni vennero ripristinati in epoche successive, come avvenne per l'Heroon e l'Ekklesiasteron. L'Heroon (figura 15) è un edificio consacrato al culto e alla devozione di un eroe o personaggio lodevole. Si tratta di uno spazio riservato all'interno dell'agorà, predisposto a conservare i resti mortali (reali o presunti) del fondatore della città. Quest'edificio è circondato da dei blocchi che a loro volta racchiudono un altro piccolo edificio in forma rettangolare con tre pareti scavate su roccia e una costruita¹¹⁰. Il complesso conta due tetti, risalenti ad una sistemazione databile intorno al III secolo a.C., di cui uno è più antico e fatto in lastre di pietra e l'altro, sovrapposto al primo, fatto in tegole. Tre delle pareti interne dell'Heroon sono intonacate. Nel mezzo della struttura è posta una tavola in pietra costituita da due blocchi appoggiati l'uno con l'altro, sui quali si accostavano cinque lunghe aste in ferro con rivestimenti in cuoio. Lungo la superficie delle pareti erano poste le hydriai, ovvero delle anfore, dei vasi utilizzati generalmente come deposito d'acqua o di miele, due anfore in bronzo, e un'anfora a figure nere, quindi di creazione attica sulla quale è raffigurata l'Apoteosi di Eracle.

¹¹⁰ La Greca 2021, pp. 65-68.

L'edificio si fa risalire intorno alla fine del VI secolo a.C., ma quello che resta è frutto di un rimaneggiamento di epoca latina.

L'Ekklesiasteron (figura 16), sede delle assemblee cittadine viene datato intorno al 480-470 a.C. Si presenta in forma circolare con gradini tagliati nel banco roccioso naturale. Oggi è ben visibile sebbene ci siano state in epoca successiva trasformazioni architettoniche romane. È ancora ben visibile la gradinata originale e un piccolo altare. Questo luogo, in grado di radunare fino a millecento, millesettecento cittadini, nel corso delle dominazioni continuò a svolgere la sua funzione di spazio aggregativo, sino al III secolo a.C. I Lucani, lasciarono traccia di questo utilizzo: una stele in calcare riporta una scritta in lingua osca, lingua parlata dal popolo dei Lucani, con dedica a Giove per “grazia ricevuta”. In epoca romana venne eretto anche un santuario in onore ad una divinità di cui oggi non si ritrovano tracce. Sono ancora visibili però, il piccolo portico e la fontana che poggia su un supporto di moderni mattoncini¹¹¹.



Figura 15. Heeron. Parco Archeologico di Paestum.

¹¹¹ La Greca 2021, p. 69.



Figura 16. Ekklesiasterion. Parco Archeologico di Paestum.

Il Tempio di Nettuno (figura 17) fu innalzato alla metà del V secolo a.C. ed è tra i tre edifici dorici di epoca classica rinvenuti integri in Magna Grecia. Costruito in calcare locale, si presenta imponente ed elegante.



Figura 17. Tempio di Nettuno. Parco Archeologico di Paestum.

Mostra delle pesanti colonne alleggerite però da una serie di scanalature fitte che ne intaglia i rocchi. Il taglio di questi spigoli acuti conferisce giochi di luce e ombra e attribuisce alla colonna un profilo simile quasi alle pieghe di un peplo. Il fregio era formato da triglifi e metope lasciate non scolpite. Le mura della cella, che proteggeva la statua della divinità, sono andate completamente distrutte nel tempo.

Il cosiddetto Tempio di Hera presenta tre navate divise da due file di colonne disposte su due piani. Dalla cella dipartono nei due lati opposti due scalinate che raggiungevano il tetto ligneo al fine di

agevolare e prevedere una manutenzione. Secondo diversi studiosi l'edificio fu costruito in onore di Zeus o Apollo, secondo altri ad Hera¹¹² (figura 18).



Figura 18. Tempio di Hera. Parco Archeologico di Paestum.

Il Museo del Parco Archeologico di Paestum, inaugurato nel 1952, rappresenta una vera e propria vetrina espositiva nonché riparo di tutti quei rinvenimenti sacri, delicati, storici che un tempo occupavano un loro posto nell'antica città. Il primo a proporre un progetto museale fu nel 1938 l'architetto Maurizio De Vita, su commissione di Amedeo Maiuri, soprintendente di allora. Partendo dalla cinta muraria antica, il visitatore viene accompagnato in un viaggio alla riscoperta delle diverse fasi abitative della città di Paestum. È un viaggio storico che dalla preistoria conduce alle successive dominazioni lucane e romane. Tra i reperti più antichi troviamo le metope da cui la sala che le ospita prende il nome (figura 19).



Figura 19. Sala Metope, Museo Archeologico di Paestum.

¹¹² Mangone 2019, p. 73

Esse provengono dal Santuario di Hera presso la foce del Sele. Fin dall'inaugurazione le metope rivestono la cella ricostruita appositamente, così da poter essere ammirate dal basso nella stessa prospettiva in cui apparivano agli antichi. Nella sala delle Metope oggi si conservano anche altre metope e reperti di scavo rinvenuti dalle nuove ricerche fatte all'Heraion del Sele.

Negli anni 1968 e 1970 sono stati fatti ulteriori lavori di ampliamento, con l'allestimento della sala detta "dei Santuari", in aggiunta ad altre sale che affacciano con ampie vetrate sul Giardino di Hera, su disposizione dell'illustre architetto Carlo Scarpa¹¹³. Il recente lavoro di ampliamento è stato diretto per ospitare la nota Tomba del Tuffatore (figura 20), rivenuta nel 1968.



Figura 20. Tomba del Tuffatore. Museo Archeologico di Paestum.

Nella sua antisala, venne commissionata all'artista Carlo Alfano un'opera (figura 21) per conto di Mario Napoli (soprintendente dell'epoca), per collocarla all'esterno della sala, nello spazio predisposto dell'antisala. Ci si ritrova dunque, di fronte a un'installazione di arte contemporanea all'interno dello spazio di un museo storico-archeologico.

¹¹³ L. D. Verme 2016, p. 57.



Figura 21. Carlo Alfano, La Tomba del Tuffatore, Museo Archeologico di Paestum.

Caratterizzata da cinque cilindri di altezze diversificate, di cui tre in plexiglass e due in acciaio, queste richiamano astrattamente le cinque lastre della tomba del Tuffatore¹¹⁴. La tomba presenta una forma a cassa, con una lastra come copertura in arenaria, in cui appare scolpito un volto dai tratti maschili in corrispondenza di quella che doveva essere la posizione del volto del defunto¹¹⁵. Da un'area suburbana della necropoli di Paestum proviene la sepoltura più nota e attrattiva per ogni visitatore. La storia è legata a quella di un defunto che ha portato con sé un'enigmatica figura di un tuffo che, dal 1968, ovvero anno del suo rinvenimento, ha affascinato milioni di turisti e studiosi in tutto il mondo. Fu rinvenuta per merito di Mario Napoli e rappresenta, nella scena principale, il celebre episodio del tuffo mentre nelle lastre laterali è effigiato un simposio. I personaggi del simposio sono ritratti nell'atto finale del convito nella fase in cui i loro corpi si abbandonano all'estasi e all'effetto del vino donandosi ai piaceri, alla musica, al canto, al giogo del *kottabos*, ovvero il lanciare le ultime gocce di vino in direzione della coppa successiva¹¹⁶. Le figure presenti sulla tomba (figura 22) sono state realizzate dalle mani di due artigiani su di un intonaco fresco¹¹⁷. Presentano un disegno preparatorio, ottenuto da un utensile appuntito, che funge da tratteggio della composizione figurativa. Secondo gli studiosi, la raffigurazione è interamente simbolica e quindi il tuffo non rappresenta un

¹¹⁴ Zuliani 2018, p. 38.

¹¹⁵ Verme 2016, p. 70.

¹¹⁶ Napoli 1970, p. 109

¹¹⁷ Napoli 1970, p. 167.

gesto sportivo, ma un passaggio allegorico e metaforico dalla vita ad un'altra dimensione. Per i ricercatori che si sono imbattuti approfonditamente su quest'opera, la lettura iconografica è stata ricondotta a un contesto culturale molto elevato, che affonda le sue radici nella poesia colta e nella tradizione mitica. La scena del tuffo e quella del simposio, si mescolano insieme assumendo un significato di libertà e di abbandono alle qualità artistiche dettate dalla musica, dall'eros, immergendo l'anima in una dimensione conoscitiva al di sopra della materia terrena. Resta un mistero lo status sociale del sepolto, il quale origina da un piccolo nucleo abitato dal sud.



Figura 22. Tomba del Tuffatore, Museo Archeologico di Paestum.



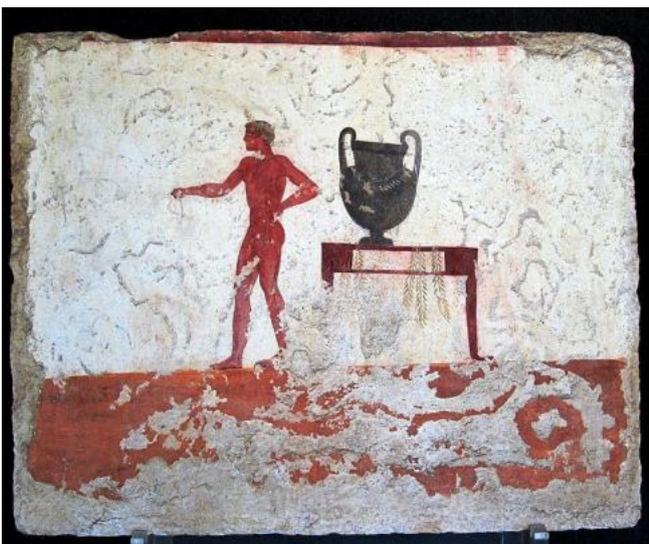
Lastra di copertura



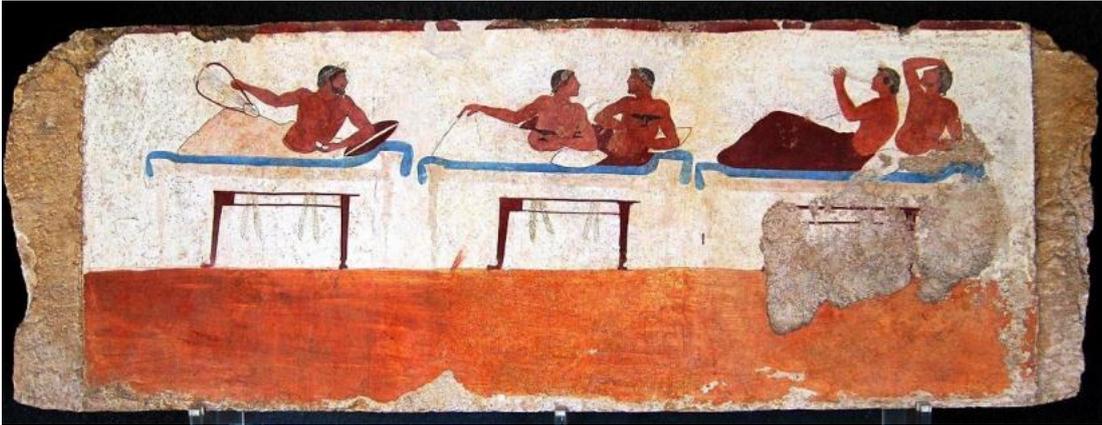
Parete Ovest



Parete Nord



Parete Est



Parete Sud

Il Parco Archeologico di Velia

A circa 40 chilometri a sud di Paestum si trova il suggestivo Parco Archeologico di Velia (figura 23), un luogo intriso di storia e cultura che unisce le radici dell'antica Elea con il suo successivo nome, Velia.



Figura 23. Parco Archeologico di Velia.

La storia di questo sito inizia quando un gruppo di Focei, emigrati dalla lontana Jonia e originari dell'Asia Minore, nell'attuale Turchia, giunse in queste terre. Sotto la loro guida, Elea divenne una fiorente colonia greca, testimone di un'importante pagina della storia dell'antica Magna Grecia¹¹⁸. L'antica città di Hyele, il suo primo nome, fu costruita lungo una costa, situata tra il promontorio di Licosa a nord e quello di Palinuro a sud. L'obiettivo principale era quello di stabilire una base nel Mar Tirreno per sostenere i fiorenti scambi commerciali dei Focei con le popolazioni italiche e gli abitanti delle lontane coste del Mar Egeo. Durante il periodo di formazione delle colonie della Magna Grecia, questa polis divenne una città autonoma in rapida crescita. Questo prospero centro cilentano fu la

¹¹⁸ E. d'Andrea, A. Figliola 2018, pag. 100.

sede della scuola eleatica di filosofia, con Parmenide come suo più eminente rappresentante. In questa istituzione rinomata, si svilupparono eccellenti figure come Parmenide e Zenone.

L'area archeologica è oggi situata nella contrada "Piana di Velia" all'interno del comune di Ascea, nel cuore del Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano. Il famoso storico e geografo greco Strabone¹¹⁹, nel suo trattato "Geografia", fa riferimento alla città di Elea, ma nota che i suoi fondatori inizialmente la chiamarono Vele o Hyele, nome che successivamente fu cambiato in Ele e, infine, Elea. È importante notare che i fondatori utilizzavano un alfabeto greco più antico rispetto a quello di Strabone, come indicato dalle monete più antiche, e facevano uso del "digamma" (una lettera dell'alfabeto greco caduta in disuso). Nella trascrizione, molti Focci non usavano più questa lettera, trasformando "Vele" in "Hyele". La città di Velia occupava un territorio di circa 90 ettari ed era suddivisa in quartieri collegati tra loro tramite strade, varchi e porte. Velia era organizzata in tre quartieri distinti: Il Meridionale (o città bassa), il Settentrionale e il Quartiere Arcaico, situato sulle pendici della collina. I due quartieri principali, Meridionali e Settentrionale, avevano accesso a due porti differenti. La cima della collina era riservata a scopi religiosi, presumibilmente con un santuario dedicato alla dea Athena. Nelle vicinanze, vennero costruite numerose *insulae* residenziali, sparse sui terrazzamenti della collina. Ancora oggi sono visibili i resti di questo antico insediamento con numerose case¹²⁰.

Salendo verso l'Acropoli, troviamo il nucleo più antico di Velia, risalente al VI secolo a.C. Tuttavia, questo sito fu abbandonato e dimenticato nel secolo successivo. Successivamente, il recupero dei materiali originali, "riciclati" per la costruzione di altri edifici, permise la realizzazione di fabbricati pubblici, civili e religiosi in luoghi diversi dal nucleo abitativo originale.

Sull'Acropoli è parzialmente conservato un teatro costruito in epoca romana, databile al II secolo a.C (figura 24).

¹¹⁹ Strabone, 14-23 d.C, Libro VI, 1,1.

¹²⁰ E. d'Andrea, A. Figliola, 2018 pag. 100.



Figura 24. Teatro di Elea-Velia, Parco Archeologico di Velia.

Nello stesso periodo si può collocare un piccolo edificio termale chiamato Terme Elleniche (figura 25), situato nella valletta sottostante.



Figura 25. Terme elleniche, Parco Archeologico di Velia.

Infine, è presente un edificio con un portico, all'interno del quale si svolgevano cerimonie religiose. Lungo il crinale del colle, che porta dall'Acropoli all'estremità occidentale delle mura, si trovano piccoli santuari, luoghi di culto, altari e alcuni cippi votivi che testimoniano la devozione a divinità

come Poseidone, Zeus, Kairos, Asclepio, Athena, Demetra, Hera e Persefone¹²¹. Risalenti all'epoca romana sono un complesso termale, il Criptoportico (un edificio pubblico costruito nel I secolo a.C., forse sede della scuola medica), e una palestra destinata ai giovani¹²².

La città giocò un ruolo attivo nelle guerre puniche, e i Romani, riconoscendo il valore della flotta velina, conferirono alla città privilegi e autonomia, tra cui il diritto di coniare moneta. Cicerone e Orazio trovarono a Velia un clima mite e accogliente, facendone la meta ideale per le loro villeggiature. Tuttavia, il declino della polis iniziò con l'insabbiamento progressivo dei porti, seguito dalle successive inondazioni, il che portò al collasso degli scambi commerciali e della prosperità economica. Infine, con la diffusione del cristianesimo, Velia divenne una sede vescovile. Le incursioni saracene successive causarono un ulteriore impoverimento del nucleo abitativo.

Gli scavi archeologici, accessibili dalla Marina di Ascea attraverso Porta Marina sud, ebbero inizio nel 1921 sotto la guida dell'archeologo Amedeo Maiuri e hanno riportato alla luce gran parte dell'antica città, consentendo una ricostruzione completa del suo impianto urbanistico¹²³.

Il percorso di visita alla polis di Velia inizia con la Necropoli Romana, situata nella zona di fronte alle antiche mura della città¹²⁴. Dopo aver superato la Necropoli, l'accesso alla città avviene attraverso Porta Marina Sud, costituita da massi di conglomerato marino e composta da due grandi pilastri che un tempo reggevano battenti lignei. Attraversata la Porta, si accede a una ampia strada lastricata con marciapiedi su entrambi i lati, che conduce direttamente al Quartiere Meridionale, noto anche come la città bassa¹²⁵. Qui si trovano due *insulae* (quartieri) e varie abitazioni risalenti all'epoca ellenistica. In questa parte della polis sono visibili i resti della Diga Foranea, che una volta fungeva da molo ed era costruita a 50 metri dalla spiaggia. Questa zona, a causa di una grande alluvione e del progressivo

¹²¹ E. d'Andrea, A. Figliola 2018, pag. 104.

¹²² E. d'Andrea, A. Figliola 2018, pag. 105.

¹²³ E. d'Andrea, A. Figliola 2018, pag. 109.

¹²⁴ Il Cilentano, *Scavi di Velia, Il Parco Archeologico di Velia-Elea tra storia e trekking*, <https://www.ilcilentano.it/scavi-di-velia-il-parco-archeologico-di-velia-elea-tra-storia-e-trekking/>

¹²⁵ Romano Impero, *Velia (Campania)*, <https://www.romanoimpero.com/2013/09/velia-campania.html>

ritiro della linea di costa, è stata gradualmente coperta da sabbia. Un'altra caratteristica di questa zona è una torre circolare, posta su uno scoglio, che si presume fosse utilizzata come faro, segnando la fine delle mura della città e delimitando la città verso il mare. Proseguendo verso destra si giunge alla Masseria Cobellis. In questa località si trova un complesso a una pianta rettangolare con un nucleo centrale costituito da una vasca e due stanze. Nel corso del tempo, questa struttura, inizialmente interpretata come un ninfeo (un edificio sacro dedicato a una ninfa), fu arricchita con marmi e intonaci dipinti. La sua simmetria, i terrazzamenti e l'impianto stesso suggeriscono un forte legame con una sorgente, che è una caratteristica comune delle costruzioni romane dotate di fontane scenografiche. In epoche successive, la struttura fu utilizzata come cantina dalla Masseria Cobellis¹²⁶. Continuando lungo la strada di Via Porta Rosa e svoltando a sinistra all'interno dell'Insula Meridionale, si giunge alle Terme Imperiali o Terme Adrianee. La costruzione di queste terme risale alla prima metà del II secolo d.C.¹²⁷. Questo maestoso edificio, che occupava una superficie di circa 1100 metri quadrati, era dotato di varie stanze tipiche delle strutture termali, tra cui il *calidarium* (stanza calda), il *tepidarium* (stanza tiepida) e il *frigidarium* (stanza fredda). Particolarmente notevole è il *frigidarium* (figura 26), il cui pavimento è decorato con un mosaico raffigurante creature fantastiche, circondate da un motivo a doppia cornice.

¹²⁶ E. d'Andrea, A. Figliola 2016, pag. 109.

¹²⁷ Il Cilentano, *Scavi di Velia, Il Parco Archeologico di Velia-Elea tra storia e trekking*, <https://www.ilcilentano.it/scavi-di-velia-il-parco-archeologico-di-velia-elea-tra-storia-e-trekking/>



Figura 26. Pavimento del *frigidarium* (stanza fredda). Parco Archeologico di Velia.

La prima cornice presenta motivi geometrici con tessere nere su sfondo bianco, mentre la seconda cornice rappresenta motivi naturalistici che convergono verso il centro del mosaico, dove si trova un *emblema* raffigurante il nodo di Salomone. Al centro del mosaico spicca una figura marina composta da quattro creature con corpo equino e code di pesce¹²⁸.

Continuando il percorso lungo Via Porta Rosa, sulla destra è possibile osservare ciò che rimane dell'Agorà, oggi ridefinita come Santuario di Asclepio¹²⁹.

¹²⁸ E. d'Andrea, A. Figliola 2016, pag. 110

¹²⁹ Patrimoni del Sud, *Gli scavi di Velia*, <https://www.patrimonidelsud.net/destinazioni-gli-scavi-di-velia/>

Certosa di San Lorenzo a Padula

La Certosa di San Lorenzo (figura 27) costituisce il più esteso complesso monastico dell'Italia Meridionale ed è altresì uno dei più notevoli in Europa, sia per la grandiosità della sua architettura che per l'abbondanza di tesori artistici che racchiude al suo interno. Sin dal 1998, questa straordinaria Certosa è stata ufficialmente riconosciuta come parte del Patrimonio Mondiale dell'Umanità dall'UNESCO¹³⁰.

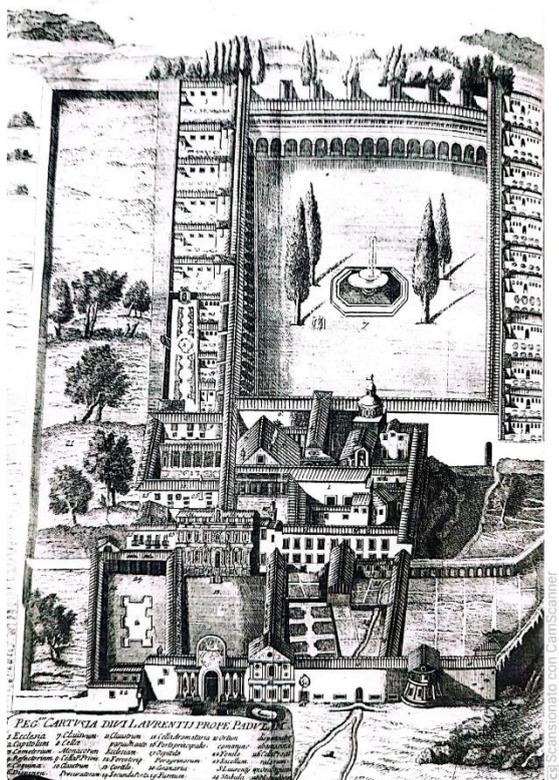


Figura 27. Certosa di San Lorenzo a Padula. Fonte: B. Tromby, veduta a volo d'uccello della Certosa, 1773-79.

I lavori di costruzione della Certosa ebbero inizio nel 1306 grazie all'iniziativa di Tommaso Sanseverino, il conte di Marsico e sovrano del Vallo di Diano. Nel corso dei secoli, la struttura ha subito successive espansioni e ristrutturazioni, le quali si sono protratte fino al XIX secolo. Nell'area attualmente occupata dalla Certosa, si trovava un antico villaggio benedettino consacrato a San Lorenzo, appartenente all'Ordine Verginiano di Montevergine. In seguito, questa comunità fu integrata nella realizzazione del monastero¹³¹. Le strutture del Trecento, individuate sotto la Cella del

¹³⁰ Ministero della Cultura, *Certosa di San Lorenzo a Padula*, <https://www.beniculturali.it/luogo/certosa-di-san-lorenzo>

¹³¹ D'Alessio 2018, p. 7.

Priore e nei sotterranei di alcune residenze dei monaci, suggeriscono che il monastero originale non fosse significativamente più piccolo dell'attuale edificio, il cui sviluppo ebbe inizio nel XVI secolo. Gli elementi superstiti da quel periodo includono volte a crociera, archi e un trittico in pietra locale, che ci offrono un'idea dell'aspetto iniziale della Certosa. Nei secoli seguenti, l'ordine beneficiò della generosità prima della famiglia Sanseverino e successivamente della nobiltà spagnola, attirando i più grandi artisti del Regno, provenienti non solo dalla Capitale ma da ogni angolo d'Italia e dalla penisola iberica. Durante questo periodo, la Certosa acquisì un carattere più imponente, aderendo completamente ai principi dell'arte rinascimentale e, in particolare, all'arte iberica, assumendo un'imponenza e una magnificenza che la facevano somigliare all'Escorial di Madrid (figura 28).



Figura 28. Escorial di Madrid. Fonte: <https://espanaviajar.com/madrid/monasterio-escorial/>

Il Seicento rappresentò una fase di profonde trasformazioni delle strutture rinascimentali, guidate principalmente da artigiani locali e da rinomati artisti barocchi. Questo periodo culminò con l'approvazione delle regole definitive nel 1682, stabilite dal Papa Innocenzo XI Odescalchi, che è splendidamente ritratto tra i dipinti presenti nella Foresteria Nobile. Durante il Seicento, reliquie e statue in argento, affreschi e altari in scagliola, insieme a numerose opere di restauro, conferirono alla Certosa una notevole affinità con le certose spagnole, grazie alla ricchezza e alla sofisticatezza delle decorazioni. Nel XVIII secolo, la Certosa, che aveva già subito notevoli trasformazioni nel secolo

precedente, fu arricchita di inestimabili tesori, rendendo necessaria la costruzione di una sala dedicata alla loro conservazione, la Sala del Tesoro. Per adeguare la Casa Certosina alla sua nuova posizione sociale ed economica, soprattutto dopo l'acquisizione del feudo di Padula e Buonabitacolo nel secolo precedente, furono edificate le Sale del Capitolo dei Padri, il Refettorio, la Cucina e lo Scalone ellittico. Questi spazi furono decorati con opere di artisti del calibro di Andrea Carrara, Domenico Lenmico e architetti come Gaetano Barba. Nel 1807, il monastero fu oggetto della prima soppressione, a seguito delle Leggi Eversive emanate dal governo napoleonico. Questa soppressione impedì la conclusione dei lavori ancora in corso, come la Passeggiata Coperta, la doratura degli stucchi della chiesa e altri progetti di ampliamento e abbellimento. La Certosa subì anche la perdita irreparabile di preziose opere d'arte, tra cui i libri della biblioteca, dipinti di noti artisti, paliotti in argento e suppellettili di artisti meridionali e non solo. Riaperta per un breve periodo durante la Restaurazione, fu definitivamente chiusa dopo l'Unità d'Italia nel 1866 e dichiarata Monumento Nazionale nel 1882. All'inizio del Novecento, il complesso certosino, in stato di abbandono, fu utilizzato per varie finalità, tra cui scuola, carcere e lazzaretto. Durante entrambe le guerre mondiali, servì come campo di concentramento per prigionieri cecoslovacchi nella prima e inglesi nella seconda. Dopo l'8 settembre 1943, ospitò prigionieri fascisti. Dagli anni Venti è stata anche sede di una colonia agricola e di un orfanotrofio, quest'ultimo creato dal Padre Giovanni Semeria. Sotto la custodia del Ministero della Pubblica Istruzione, negli anni Settanta la Certosa fu affidata all'Amministrazione Provinciale di Salerno. Solo dopo il terremoto dell'Irpinia nel giugno 1982, fu presa in consegna dalla Soprintendenza ai Beni Ambientali, Architettonici, Artistici e Storici di Salerno, che ne curò il meticoloso restauro¹³².

¹³² D'Alessio 2018, pp. 8-10.

2.5 Patrimonio immateriale, la Dieta Mediterranea

Il 16 novembre 2010, a Nairobi, in Kenya, il Comitato Intergovernativo della Convenzione UNESCO sul Patrimonio Culturale Immateriale ha confermato l'iscrizione della Dieta Mediterranea nella Lista del Patrimonio Culturale Immateriale¹³³. Questa encomiabile decisione ha sottolineato il riconoscimento di antiche pratiche, sapere e competenze tramandate di generazione in generazione in molti paesi mediterranei. Il prestigioso riconoscimento del 2010 ha accolto la candidatura congiunta di Italia, Spagna, Grecia e Marocco, a cui si sono uniti successivamente, nel 2013, Cipro, Croazia e Portogallo. La Dieta Mediterranea è un autentico stile di vita che racchiude un vasto insieme di competenze, conoscenze, rituali, simboli e tradizioni relativi alla coltivazione, alla raccolta, alla pesca, all'allevamento, alla conservazione, alla cucina e soprattutto alla condivisione e al consumo di cibo. La condivisione di pasti è il fondamento dell'identità culturale e della continuità delle comunità nel bacino del Mediterraneo, dove i valori dell'ospitalità, della vicinanza tra vicini, del dialogo interculturale e della creatività si intrecciano con il rispetto per il territorio e la biodiversità¹³⁴. La denominazione "Dieta Mediterranea" rappresenta una nuova etichetta per una tradizione secolare. È stata coniata negli anni '70 dagli scienziati americani Ancel e Margaret Keys per identificare uno stile di vita tradizionale che avevano studiato attentamente nel Mediterraneo dagli anni '50¹³⁵. Le loro ricerche epidemiologiche sulle malattie cardiovascolari hanno dimostrato per la prima volta che la longevità delle popolazioni del Sud Italia, in particolare Napoli, Cilento e altre regioni della Campania, così come della Calabria, Sardegna e Marche, era attribuibile alle loro abitudini alimentari, ai loro costumi sociali e alle loro produzioni locali. Gli scienziati ritenevano necessaria un'etichetta chiara e comprensibile per identificare un complesso di pratiche e tradizioni meritevoli di diffusione, in quanto capaci di promuovere elevati standard di salute in tutto il mondo, anche tra le fasce meno abbienti. Così, hanno scelto di associare la parola "dieta", derivata dal greco "diaïta", che significa

¹³³ UNESCO, *Patrimonio Immateriale, Dieta Mediterranea*, <https://www.unesco.it/it/PatrimonioImmateriale/Detail/384>

¹³⁴ Pignataro 2007, p. 21.

¹³⁵ Ricetta Mediterranea, *Chi era Ancel Keys?*, <https://www.ricettamediterranea.it/chi-era-ancel-keys/>

stile di vita, al prestigio delle antiche civiltà del Mediterraneo. Questa scelta ha avuto successo, poiché oggi la "Dieta Mediterranea" è sinonimo di benessere e ingegnosità culinaria¹³⁶. La Dieta Mediterranea, con un perfetto equilibrio tra cultura umanistica e scientifica, ha contribuito a costruire un'identità che supera ampiamente i confini geografici e culinari. È diventata un modello per affrontare concretamente le sfide poste dagli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dalla nuova strategia europea "Farm to Fork"¹³⁷ per la riduzione dell'impatto ambientale del settore agroalimentare¹³⁸. Inoltre, è sempre più riconosciuta come un sistema per costruire un futuro informato che parte dalla dimensione locale per avere un impatto globale, con l'istruzione e le nuove generazioni al centro di questo processo.

¹³⁶ Moro 2013, p. 112.

¹³⁷ Parlamento Europeo, Attualità, *Strategia UE dal produttore al consumatore per alimenti più sani e sostenibili*, <https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20211014IPR14914/strategia-ue-dal-produttore-al-consumatore-per-alimenti-piu-sani-e-sostenibili>

¹³⁸ Il quotidiano della sostenibilità ambientale, *Dieta Mediterranea, Stile di vita e modello di sviluppo*, <https://www.rinnovabili.it/agrifood/dieta-mediterranea-stile-di-vita-modello-di-sviluppo/>

3. Marketing territoriale applicato al Parco Nazionale del Cilento

Nel capitolo precedente è stata effettuata un'indagine approfondita del Parco Nazionale del Cilento, mettendo in risalto il suo straordinario patrimonio naturale e culturale, dando particolare attenzione ai rinomati siti archeologici di Paestum, all'antica città di Velia e all'imponente complesso monastico di Padula. Durante questo percorso di analisi, sono state esplorate le caratteristiche uniche di questa regione, sottolineando il suo inestimabile valore storico e il significativo contributo offerto alla cultura e alla biodiversità. Nel seguente capitolo, l'accento verrà posto sull'attuazione pratica del marketing territoriale nel contesto del Cilento. Tuttavia, prima di addentrarci nell'elaborazione di una proposta di marketing territoriale, è essenziale porre le basi teoriche per acquisire una comprensione esaustiva dei principali pilastri del marketing. Solo attraverso questa acquisizione di conoscenze approfondite si è in grado di sviluppare una strategia efficace, mirata a valorizzare il Cilento in modo sostenibile e socialmente responsabile.

Partendo dai concetti chiave del marketing, si delineano le sue caratteristiche intrinseche e i principi fondamentali che ne fanno uno strumento per la promozione territoriale. Successivamente, l'attenzione sarà rivolta al Cilento come oggetto di studio, ponendo le basi per una proposta di marketing territoriale che tenga conto delle specificità e delle risorse uniche che contraddistinguono questa regione. Il fine ultimo di questa analisi non si limita solamente alla promozione del Cilento come una destinazione turistica di primissimo piano, ma si estende all'importante obiettivo di preservare l'integrità culturale e naturale della regione e pianificare una strategia di sviluppo territoriale di successo creando un brand territoriale riconosciuto, tale da consentire, nel lungo periodo, uno sviluppo locale sostenibile ed aumentare la Brand Awareness del Cilento.

Un'analisi preliminare ha dimostrato che il progresso del marketing regionale, durante la transizione del paese verso un'economia di mercato, svolge un ruolo significativo nello sviluppo economico delle diverse aree regionali. Il marketing regionale si configura come uno strumento fondamentale per

potenziare le risorse interne delle regioni, stimolare gli investimenti e favorire la crescita economica, incrementando l'attrattività dell'intera area¹³⁹.

I primi utilizzi di quelli che oggi la letteratura definisce marketing territoriale risalgono all'epoca coloniale, quando in Europa, sui giornali, si promuovevano i nuovi territori conquistati, e gli Stati Uniti d'America cercavano di attrarre il maggior numero di residenti ed investitori attraverso una forte attività di comunicazione. Il Ventesimo Secolo, disseminato da guerre e violenza, vede il venir meno di tali tentativi di promozione del territorio, soprattutto in Europa; verranno ripresi soltanto dopo gli anni Ottanta, quando, grazie ai nuovi sviluppi economici e all'affermarsi del settore terziario, si rileva un nuovo utilizzo degli strumenti del marketing anche in ambito di sviluppo territoriale, soprattutto in stati come Gran Bretagna, Francia e Olanda. Proprio quando le applicazioni del marketing territoriale si fanno più evidenti e significative, iniziano a nascere le nozioni in letteratura. Numerosi sono i tentativi di definirlo e di analizzarne eventuali caratteristiche e limiti: a partire da chi vede il marketing come un'attività applicabile a qualsiasi tipo di organizzazione, non solo dunque le *profit oriented*, e spiega il marketing territoriale come una pura applicazione del marketing al territorio, a chi invece lo definisce come un continuo processo di scambi tra gli attori coinvolti.

Applicando questo concetto al territorio del Parco Nazionale del Cilento, possiamo affermare che qualsiasi iniziativa di politica economica o di sviluppo nel territorio del Cilento deve essere preceduta da un'attenta analisi delle caratteristiche peculiari di questa zona, inclusi il suo patrimonio naturale, culturale e storico- artistico; solo attraverso un'analisi esaustiva si potranno identificare le strategie più efficaci per promuovere lo sviluppo sostenibile e la prosperità economica all'interno del Parco Nazionale del Cilento. Inoltre, sarà essenziale giungere a una sintesi che consenta di concentrare gli sforzi di programmazione su obiettivi specifici che rispecchino le esigenze e le risorse uniche di questa affascinante, e spesso dimenticata, regione.

¹³⁹ N. Bagautdinova, I. Gafurov, N. Kalenskaya, A. Novenkova, 2012, pp. 179-184 perché citi così?

L'applicazione degli strumenti del marketing ad un'area geografica comporta innumerevoli vantaggi, sia dal punto di vista della ricchezza economica del territorio, sia per quanto riguarda lo sviluppo e l'innovazione delle imprese locali. Per prima cosa, offre supporto alle singole imprese già insediate nel territorio ed ha un forte potere di attrazione di investimenti dall'esterno grazie al miglioramento dell'immagine e della reputazione dell'area; inoltre occupa un ruolo di rilievo nella creazione e nella valorizzazione di un brand territoriale. Il territorio è visto dunque come un marchio, che diventa una vera e propria "promessa" al cliente-turista, nonché il principale stimolo a condurlo in quei luoghi dove potrà trovare esattamente ciò che gli è stato garantito.

Il concetto di brand territoriale contribuisce inoltre a stabilire forti e durature relazioni tra area geografica e utenti che entrano in contatto con essa, sia che si focalizzi sulle caratteristiche proprie che il territorio ha da offrire, sia ridisegnando l'area e dandole un nuovo volto. Occorre poi sottolineare come il brand territoriale si sposi perfettamente col concetto di brand aziendale, e quindi come, se sfruttate le potenzialità nel modo giusto, territorio e aziende possono cooperare per un vantaggio reciproco.

Poiché le caratteristiche dei prodotti sono facilmente imitabili, i marchi sono stati riconosciuti come lo strumento principale dei professionisti del marketing per creare la differenziazione dei prodotti. Anche quando la distinzione basata sulle caratteristiche del prodotto è possibile, spesso i consumatori non si sentono motivati o in grado di esaminarle in profondità. Di conseguenza, la combinazione del nome del marchio e del suo significato è diventata un asset competitivo centrale in un numero sempre crescente di contesti.¹⁴⁰

I marchi hanno un valore sociale ed emotivo per gli utenti. Hanno una personalità e parlano a nome dell'utente. Incrementano l'utilità percepita e la desiderabilità di un prodotto. I marchi hanno la capacità di aggiungere o sottrarre dal valore percepito di un prodotto. Ma può una regione diventare

¹⁴⁰ Kotler 2002, p. 249

un marchio? È stato coniato il concetto di "equità del paese", che si riferisce al valore emotivo derivante dall'associazione dei consumatori di un marchio a un paese. I nomi dei paesi fungono da marchi e aiutano i consumatori a valutare i prodotti e prendere decisioni d'acquisto.¹⁴¹

Il marketing territoriale e il settore del turismo possono costituire una combinazione altamente efficace che, se gestita in modo adeguato, può portare alla riqualificazione di intere regioni, rendendole in grado di attrarre il tipo di clientela più adatto in base alle caratteristiche del territorio stesso. La sfida del marketing nel settore turistico, infatti, risiede nella sua stretta connessione con la realtà e le esperienze concrete che i consumatori potranno vivere in loco¹⁴².

Il territorio, proprio come un'azienda, deve porsi degli obiettivi da poter conseguire sia nel breve che nel lungo periodo ma, tenendo sempre presente che un territorio non è un'azienda, le cose saranno un po' diverse: tra gli obiettivi del territorio non vi saranno la massimizzazione dei profitti o la leadership di mercato, innanzitutto perché inapplicabili, poi perché, anche se lo fossero, assumerebbero un significato diverso una volta riferiti al territorio e non più all'azienda. Si tratta per lo più di obiettivi volti al rispetto degli interessi della comunità e all'accontentare le esigenze degli stakeholder. Fin dall'inizio è necessario definire la *vision* che contribuisca all'individuazione di obiettivi realizzabili, ben strutturati e coerenti e che, nel tempo, orienti strategicamente il territorio. Tra gli obiettivi che i sistemi territoriali più spesso si pongono vi sono: lo sviluppo dell'economia locale, l'attrazione degli investimenti dall'esterno, il miglioramento della qualità della vita, il mantenere alta l'occupazione, una maggiore coesione sociale, la promozione di un'immagine favorevole del territorio¹⁴³.

Col passare del tempo si è assistito a una vera e propria evoluzione delle strategie di marketing territoriale: in una prima fase il territorio cercava di attrarre nuovi investimenti sfruttando i già presenti vantaggi economici; la seconda fase vede una maggiore attenzione verso l'analisi della domanda e della segmentazione; infine una terza fase si focalizza sulle risorse materiali e immateriali

¹⁴¹ Kotler 2002, p. 250

¹⁴² G. Lomaestro, , 2022 <https://www.digital4.biz/marketing/marketing-territoriale-definizione-strategie-esempi/>

¹⁴³ V. Vito, , 2022 <https://www.digitalschool.com/blog/dizionario-del-digital-marketer/il-marketing-territoriale/>

che il territorio ha già da offrire. Le strategie attuate negli ultimi anni racchiudono tutte e tre le fasi e sono finalizzate alla formazione di un'offerta territoriale che sia conforme alle caratteristiche determinanti del territorio e che soddisfi sia le esigenze dei soggetti residenti, sia quelle dei soggetti esterni, quali turisti o potenziali investitori¹⁴⁴.

Individuare il prodotto-territorio non è facile. Il sistema territoriale non è un'impresa, e il territorio non è un prodotto come un altro: questo comporterà maggiori difficoltà nell'analizzare la domanda e nel segmentare il mercato. Analizzare la domanda di un territorio vuol dire innanzitutto fare una distinzione tra domanda interna e domanda esterna. Con domanda interna si intende l'analisi dei soggetti e delle attività già presenti a livello locale, il loro grado di penetrazione sul territorio e la loro posizione sul mercato competitivo locale. Le esigenze della domanda interna vengono soddisfatte sia attraverso mezzi tangibili, ad esempio un alto livello di qualità delle infrastrutture, che attraverso mezzi intangibili, come l'intensità del legame azienda-territorio: i prodotti e i servizi, resi da una determinata azienda, sono strettamente connessi con il territorio in cui la stessa opera, è proprio quel "made-in" che permette ai clienti di associare un prodotto ad una determinata area geografica e viceversa, generando così un vantaggio competitivo sia per il territorio che per le aziende.

Si parla di domanda esterna quando invece si fa riferimento alla domanda di organizzazioni che cercano di insediarsi nel territorio, a quella di privati che intendono stabilire in un territorio la propria residenza, o semplicemente a quella di eventuali clienti-turisti. Si tratta di soggetti portatori di risorse che andranno a beneficio del territorio, in un'ottica di sviluppo sostenibile. Può capitare che i due diversi tipi di domanda manifestino aspettative di diverso tipo e vengano così in contrasto l'uno con l'altro. In questi casi, se non si riesce a risolvere subito la situazione, conviene accontentare prima la domanda interna, ma è necessario, soprattutto nel medio-lungo periodo, che si trovi un punto di equilibrio, l'unico modo per consentire e favorire lo sviluppo locale. All'interno di un territorio è infatti inevitabile la coesistenza di un'eterogeneità di individui, i cui interessi e necessità sono molto

¹⁴⁴ M. Marenna 2005, p. 8

spesso in contrasto gli uni con gli altri. Individuare un target a cui rivolgersi è però fondamentale in termini di vantaggio competitivo e di sviluppo dell'area, anche perché un insediamento inadeguato nel territorio potrebbe risultare dannoso per lo stesso ed ottenere dunque l'effetto opposto. Non essendo un'azienda, segmentare definitivamente il mercato territoriale è impraticabile, sarà però possibile una segmentazione parziale che si focalizzi sulle risorse che il territorio ha da offrire; infatti, così come il target inadeguato può essere dannoso, all'opposto determinare il target adatto ad una località costituisce punto cruciale della crescita e dello sviluppo territoriale¹⁴⁵.

Analisi dell'offerta territoriale

Le difficoltà nell'individuare un "prodotto-territorio" sono molteplici. L'oggetto dell'offerta territoriale è infatti molto spesso caratterizzato da una serie di elementi che o non sono conciliabili tra loro, o comunque sono tali da non poter costituire un sistema organico su cui basarsi. L'analisi territoriale viene svolta basandosi sulle effettive potenzialità che un territorio ha da offrire, sulle sue risorse e particolarità, sui vantaggi e i punti di forza che quel territorio presenta rispetto ad altri con caratteristiche simili, ma anche sui punti di debolezza e su cosa va modificato perché l'area migliori e se ne massimizzi l'attrattività.

La letteratura individua quattro principali punti in cui suddividere l'oggetto dell'offerta territoriale: componenti materiali, componenti intangibili, servizi, relazioni tra gli attori. Al contrario di qualsiasi azienda, che adegua il prodotto offerto basandosi sulla domanda analizzata, la domanda si adeguerà ai prodotti offerti dal territorio. Quindi la base di partenza saranno le risorse e le caratteristiche (tangibili o intangibili che siano) di cui un territorio è dotato. Esempi di componenti tangibili sono le infrastrutture, i servizi pubblici, il patrimonio immobiliare e il patrimonio artistico-culturale; esempi di componenti intangibili sono invece la qualità della vita, tutto l'insieme di valori, costumi e tradizioni propri di quella zona, l'intensità delle relazioni tra organizzazioni sul territorio, gli scambi

¹⁴⁵ M. Marena 2005, pp. 9-11

con l'esterno, e in generale anche le opportunità di innovazione e di apprendimento (di cui fa parte il know-how) di cui si può approfittare solo in quella determinata area. E' chiaro che sarà molto più accessibile il confronto tra le componenti tangibili piuttosto che tra quelle intangibili, il cui valore può essere loro attribuito soltanto soggettivamente e può quindi variare da utente a utente. Data l'eterogeneità delle componenti offerte dal territorio, lo sviluppo di un'offerta territoriale sarà lento e molto spesso contrastato da interessi divergenti: i diversi attori portavoce delle varie componenti dovranno quindi coordinarsi al fine di trovare un punto di accordo. Gli interventi operati sul territorio, perché siano efficaci, dovranno essere svolti in relazione alla vocazione dell'area, alla cultura e alle tradizioni che contribuiscono a rendere quel territorio unico e senza eguali. La strategia, di molto più difficile applicazione, di innovare le attuali caratteristiche di un territorio e tentare di modificarne la sua naturale predisposizione, potrebbe essere adottata solo in eventuale condizione di crisi delle attività tipiche del luogo¹⁴⁶.

Geertz definisce la cultura come: *“una struttura di significati trasmessa storicamente, incarnati in simboli, un sistema di concezioni ereditate, espresse in forma simbolica per mezzo di cui gli uomini comunicano, perpetuano la loro conoscenza e i loro atteggiamenti verso la vita”*¹⁴⁷.

Per considerare il territorio in un contesto più ampio e complesso, è importante iniziare valutando ciò che il luogo è in grado di comunicare e quali sono stati i suoi contributi culturali e sociali. Questo comporta un'analisi degli aspetti più sottili, tra cui la sua storia, la sua identità e la sua propensione intrinseca. Il concetto di "vocazione" assume un'importanza rilevante nella definizione dei contenuti della strategia di marketing, poiché rappresenta un elemento che si riflette nella capacità innata di attrarre determinati tipi di domanda e di soddisfare aspettative specifiche. Questa nozione costituisce un pilastro fondamentale per lo sviluppo di una strategia di marketing¹⁴⁸.

¹⁴⁶ M. Marena 2005, p. 11

¹⁴⁷ G. Clifford, 1987, pag. 141

¹⁴⁸ M. Marena 2005, p. 12

La forma di competizione che si riscontra tra territori è molto diversa dal tipo a cui si è abituati a pensare e alla competizione tipica tra aziende, che è invece basata per lo più sul concetto di rivalità: infatti, rafforzare un'area geografica non vuol dire indebolirne un'altra. In un'ottica di crescita mutuale di tutti i territori è fondamentale che si venga a creare un sistema di relazioni, collegamenti e sinergie tra aree, organizzazioni e attori di riferimento. Se due o più territori sono tra loro connessi, allo sviluppo dell'uno corrisponderà lo sviluppo degli altri.

Attori promotori

In un territorio, individuare gli attori promotori è un po' più complicato che in azienda, data la molteplicità e l'eterogeneità dei soggetti e dei loro interessi e posizioni. Tanti soggetti e tanti interessi potrebbero comportare un'eccedenza di strategie, con il conseguente rischio di non riuscire a concretizzare nessun tipo di strategia. In generale, i soggetti promotori delle attività di marketing sul territorio possono essere identificati come coloro che sono al centro delle intricate reti di connessioni presenti nell'area geografica, e nelle quali vengono coinvolti sia attori interni (ad esempio i cittadini residenti o le organizzazioni presenti sul territorio) sia attori esterni (ad esempio la figura del cliente-turista). In particolare, possono essere individuati tre diversi gradi di intensità della relazione tra attori coinvolti e il territorio stesso:

1. Relazione forte, in genere tipica dei soggetti residenti sul territorio;
2. Relazione di media intensità, intesa in questo caso sia in termini di residenti che non hanno legami forti col territorio, sia, viceversa, per non residenti che hanno un forte legame col territorio;
3. Relazione debole per i soggetti che non sono residenti né hanno connessioni col territorio.

È possibile suddividere i soggetti promotori del marketing territoriale in tre categorie principali:

1. Policy makers: ruolo di rilievo nell'organizzazione delle strategie di marketing territoriale spetta alla Pubblica Amministrazione, i cui compiti più rilevanti in merito vanno dall'elaborare strategie di sviluppo territoriale, al portare questi piani in concreto attraverso il

coinvolgimento e la continua interazione con gli attori del territorio. Un lato positivo è che in tutte le sue mansioni la Pubblica Amministrazione è attenta a mettere al primo posto gli interessi e le esigenze espresse dalla comunità, anche e soprattutto quando, in una visione più egoistica, il suo fine ultimo è ottenere maggior consenso. Un lato negativo è costituito dal fatto che, anche all'interno di organizzazioni governative molto piccole, vi sono più attori i cui interessi, seppur in rappresentanza della molteplicità, potrebbero essere discordanti.

2. Stakeholders (residenti, forza lavoro e organizzazioni già insediate nel territorio): la misura di soddisfazione di questa categoria sarà data dal livello di qualità della vita, della salute e del benessere generale, dei servizi forniti localmente, della sicurezza e della cultura e da tutta una serie di altri fattori altrettanto importanti.
3. Potenziali acquirenti (turisti, investitori, o nuovi residenti): le loro necessità trovano soddisfazione in un fitto sistema di interrelazioni con altre imprese e in una significativa rete di comunicazioni con interno e con esterno. Attraverso essi è possibile per il territorio acquisire nuove risorse, sia in termini di capitale che in termini di conoscenze e competenze e nuovi posti di lavoro. I soggetti finora analizzati vanno intesi sia come utenti che come risorse per il territorio. Se gli attori coinvolti eccellono, conseguenze positive ricadranno sull'intera area geografica¹⁴⁹.

Dagli studi del marketing territoriale, e in particolar modo, dall'ambito del marketing territoriale dedicato al turismo, è emersa la figura del cliente-turista. L'oggetto di studio non è più tanto il turismo in quanto fenomeno, ma come l'insieme dei comportamenti, delle percezioni, dell'esperienza e del livello di soddisfazione espressi dalla persona. Quando l'individuo inizia un viaggio, la maggior parte delle volte non si tratta soltanto di un allontanamento fisico e geografico, ma di un vero e proprio distacco dai problemi, dalle situazioni di stress, e dalla monotonia della vita di ogni giorno: il turista cerca un'esperienza tale da distrarlo da tutto ciò che ha lasciato indietro. Sarà ora compito del sistema

¹⁴⁹ M. Caroli 1999, pp. 200-210

turistico rendere questa esperienza positiva, unica e indimenticabile, prendendo attentamente in considerazione ogni singola fase del viaggio, dal momento della prenotazione fino al ritorno del cliente nel luogo di domicilio, al fine di massimizzare il livello di soddisfazione personale dell'individuo. La letteratura si è a lungo chiesta quale fosse il modo migliore per misurare la *customer satisfaction* e se effettivamente funzionino metodi di raccolta dati e sondaggi. L'ideale sarebbe che tali ricerche fossero sottoposte al cliente-turista soltanto una volta fatto ritorno a casa, o attraverso Internet, che però è un mezzo che fa ancora fatica a raggiungere determinate fasce di clienti, in particolare gli anziani, o attraverso metodi che sarebbero troppo costosi per un'effettiva realizzazione¹⁵⁰.

La maggior parte delle volte, queste indagini vengono condotte prima che il turista faccia ritorno al proprio luogo di residenza o addirittura direttamente sul luogo di soggiorno. Tuttavia, in questi casi, sussiste il rischio che i risultati siano influenzati da vari fattori. Ad esempio, il turista potrebbe essere di fretta e dare risposte superficiali alle domande, compromettendo l'integrità della ricerca. Inoltre, il rapporto instaurato con il management della destinazione turistica potrebbe influenzare la valutazione, a scapito degli altri aspetti. Ci sono molteplici sfide associate a questo tipo di indagini. Per cominciare, il turista tende, più o meno consciamente, a confrontare le aspettative pre-viaggio con l'esperienza effettiva durante la vacanza. Le aspettative più alte possono rendere meno probabile che il turista rimanga completamente soddisfatto in ogni aspetto. Un altro problema riguarda la valutazione delle numerose componenti dell'esperienza turistica. Anche la carenza di uno solo dei servizi offerti può influenzare negativamente la percezione complessiva della vacanza (ad esempio, ritardi nei mezzi di trasporto pubblico o la scarsa pulizia dell'hotel).

¹⁵⁰ L. E. Golzio 2018, pp. 61-64

Poiché la misurazione del livello di soddisfazione non può essere affrontata quantitativamente a causa della sua natura estremamente soggettiva, è necessario adottare un approccio qualitativo. Questo offre alcuni vantaggi:

- Permette di valutare l'esperienza nel suo insieme, considerando ogni fase dal principio alla fine, evitando di concentrarsi solo su momenti singoli o singoli fattori che potrebbero distorcere l'intera valutazione.
- Risolve il problema legato alla collocazione geografica, consentendo di somministrare l'indagine ovunque l'individuo si trovi, incluso durante viaggi itineranti.
- Elimina l'associazione della performance della vacanza con i rapporti con il management turistico.

Per condurre indagini qualitative e ottenere una valutazione accurata del livello di soddisfazione complessiva, è necessario adottare tecniche che considerano le prime impressioni dell'individuo subito dopo l'esperienza, le sue opinioni, il coinvolgimento emotivo, e comprendono domande personali per esplorare ideali, tradizioni, speranze ed emozioni individuali.

3.1 Brand awareness dell'area geografica del Cilento

Il Cilento è un affascinante tratto costiero lungo la costa Tirrenica, che si estende per circa cento chilometri. Questa regione combina vaste spiagge sabbiose con promontori rocciosi che si ergono imponenti sul mare. Coprendo la gran parte del settore meridionale della provincia di Salerno, il paesaggio naturale del Cilento è incredibilmente vario, caratterizzato da formazioni carsiche, scogliere, una lussureggiante vegetazione e acque cristalline. Le ricerche effettuate dall'Arpac (Agenzia Regionale Protezione Ambientale Campania), anche per l'anno 2023, hanno riconfermato l'eccellenza delle spiagge cilentane, provandone l'incontaminatezza delle acque¹⁵¹.

Le caratteristiche finora analizzate possono essere riassunte in un'analisi SWOT, uno degli strumenti più adatti per poi proseguire ad una pianificazione strategica del territorio; partendo dai punti di forza: biodiversità e territorio eclettico; natura incontaminata, mare cristallino e spiagge dotate di servizi; clima mite; patrimonio artistico-culturale composto da siti archeologici di estrema importanza (Paestum, Velia, Padula) e di innumerevoli piccoli e affascinanti borghi medievali. Punti di debolezza: basso livello di brand awareness del territorio; scarso riconoscimento del Cilento come meta turistica e soprattutto di ciò che effettivamente può offrire; assenza di un'attività di marketing e di comunicazione; scarsa considerazione nei confronti dei pochi progetti di potenziamento del territorio; malfunzionamento dei servizi offerti, in primis quello di trasporto; insufficienza di mezzi da cui ottenere informazioni.

Il Cilento è probabilmente uno dei territori italiani ad essere più sottovalutato. Rendere il territorio più conosciuto è l'unico modo per sviluppare il turismo. Occorre ampliare i segmenti di clientela, ma, per far ciò, occorrerà prima ampliare la gamma di servizi offerti. Per quanto concerne le opportunità, il servizio di trasporto andrebbe completamente rivisitato e, dal momento che il Cilento si estende su 100 chilometri di costa, anche aumentare i collegamenti via mare e valorizzare, in questo modo, i

¹⁵¹ Esito controlli ARPAC, Salerno Notizie, <https://www.salernonotizie.it/2023/08/14/balneazione-nel-cilento-ok-esito-controlli-arpac-e-guardia-costiera-su-qualita-acque/>

numerosi e suggestivi porti turistici potrebbe essere un'opportunità da non sottovalutare; in questo modo si potrebbero fornire, ad esempio, servizi di trasporto (traghetti o aliscafi) per destinazioni come Capri e le isole poco distanti, o la Costiera Amalfitana.

Focalizzare l'attenzione su mare e spiagge è sicuramente ciò che in un territorio come il Cilento viene più facile fare, ma ciò va spesso a discapito della ricchezza culturale e artistica che queste zone hanno da offrire e che troppo spesso passa in secondo piano. Alcuni contesti geografici, che citeremo di seguito, evidenziano l'equilibrio tra il successo turistico e la necessità di preservare l'unicità e l'attrattiva delle destinazioni, evitando i possibili effetti negativi del turismo di massa o una perdita di autenticità. Ad esempio, nel corso degli anni, il Salento è diventato una delle destinazioni turistiche preferite dai giovani di tutta Italia. Tuttavia, questa popolarità tra i giovani potrebbe rappresentare una minaccia poiché l'area potrebbe diventare affollata eccessivamente e perdere parte del suo fascino autentico a causa del turismo di massa. La Sardegna è nota per la sua tranquillità e la bellezza dei suoi luoghi, ciò che ha attirato principalmente famiglie e turisti più anziani. Anche in questo caso, la minaccia potrebbe derivare da un eccesso di affluenza turistica, che potrebbe alterare l'atmosfera di serenità che ha reso la Sardegna una destinazione apprezzata. La Costa Adriatica, e in particolare le coste dell'Emilia Romagna, hanno sviluppato un business turistico di successo, diventando una delle principali mete per il divertimento in Italia.

Il caso del Cilento soffre del basso livello di notorietà del territorio e le mete preferite dai turisti risultano essere soltanto quelle di tipo balneare. Il mare e le spiagge, per quanto come visto, ampiamente meritevoli, non sono tutto ciò che il Cilento ha da offrire, ma solo una piccola parte se paragonate al patrimonio culturale e naturalistico di cui il territorio è dotato, portando così inevitabilmente ad un tipo di turismo esclusivamente stagionale. Da un punto di vista di infrastrutture stradali, un sistema di trasporti può effettivamente favorire una maggiore accessibilità dei servizi per e promuovere un modello di sviluppo socio-economico endogeno. La maggior parte dei villaggi rurali non è facilmente collegata alle principali reti stradali, il che potrebbe comportare l'esclusione dai

processi politici e sociali. La configurazione geografica del territorio non sempre agevola la costruzione di infrastrutture ferroviarie o la fornitura di servizi di autobus, sia urbani che extraurbani, con una copertura territoriale estesa. Inoltre, l'opzione di utilizzare mezzi di trasporto pubblico risulta particolarmente complicata nei piccoli centri e nelle aree rurali. Nel contesto del Cilento, i centri abitati sono disposti in modo circolare intorno ai monti e alle valli. Questa disposizione varia da località a località, ma crea un legame robusto tra gli insediamenti e il paesaggio circostante¹⁵². La ricerca, come suggerisce Ragone in Atti del Convegno Internazionale *“Sviluppo economico e sostenibilità: il turismo ambientale e culturale le occasione di nuova occupazione”*¹⁵³, evidenzia che i flussi turistici attorno ai centri costieri di Camerota e Capaccio sono significativamente più intensi rispetto al territorio interno, confermando una maggiore mobilità legata al turismo lungo la fascia costiera. L'ampio patrimonio culturale del Cilento offre un'opportunità per stimolare una domanda turistica, ma è essenziale garantire che questa sia in armonia con i vincoli particolari di un Parco che presenta caratteristiche uniche.

Uno dei progetti più validi degli ultimi anni è il progetto “Dialoghi mediterranei”, con l'obiettivo di promuovere il turismo esperienziale, proposto dall'Ente Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, che si propone di destagionalizzare il turismo promuovendo le risorse culturali, paesaggistiche, artistiche ed enogastronomiche che caratterizzano l'identità del territorio e di pianificare itinerari fatti apposta per garantire al turista un'esperienza completa, tra mare, natura e siti culturali¹⁵⁴.

L'obiettivo principale del progetto è quello di creare “percorsi di eccellenza”, nei quali le strutture storico-architettoniche presenti sul territorio sono le protagoniste: “Se il nuovo trend del turismo è quello delle passioni, lo sarà ancora di più nel 2024 con l'Anno del Turismo delle Radici”¹⁵⁵.

¹⁵² De Castro 2006, p. 820

¹⁵³ Ragone 2002, p. 168

¹⁵⁴ Cilento Notizie, progetto “Dialoghi mediterranei”, 2023 <https://www.cilentonotizie.it/dettaglio/50681/cultura--con-dialoghi-mediterranei-il-turismo-nel-cilento-diventa-esperienziale/>

¹⁵⁵ Ufficio stampa, Progetto “Dialoghi mediterranei”, 2023

“In occasione delle principali fiere nazionali e internazionali gli operatori turistici potranno presentare pacchetti turistici integrati alla scoperta dei nostri borghi con la caccia al tesoro digitale, un’app tematica sulle principali iniziative di fidelizzazione territoriale per estendere l’esperienza turistica prima e dopo il viaggio con iniziative ed eventi emozionali” sottolinea Domenico Nicoletti, coordinatore del progetto¹⁵⁶. Il tema delle fiere nazionali e internazionali è di estrema importanza; anche quest’anno, “il Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni è tra i protagonisti alla Fiera del Turismo di Rimini”¹⁵⁷. L’obiettivo primario della fiera è quello di creare un punto d’incontro per tutti gli attori che operano nel settore turistico, tra cui albergatori, tour operator, travel blogger, e altri professionisti del settore. Attraverso l’aggregazione di tali figure chiave, la fiera diventa un contesto unico in cui possono concretizzarsi partnership, collaborazioni e sinergie che contribuiscono a potenziare e sviluppare l’industria del turismo. Nel contesto specifico del Cilento, la partecipazione alla fiera rappresenta un’opportunità per diffondere e promuovere il ricco patrimonio culturale della regione. Attraverso la presenza di operatori turistici provenienti da tutto il mondo, la fiera del turismo nel Cilento diventa uno strumento efficace per attirare l’attenzione su questa destinazione, contribuendo a posizionarla sulla mappa globale del turismo. Infatti, come dichiara il Presidente del Parco, Giuseppe Coccorullo: *“Era importantissimo partecipare anche quest’anno a questa importante manifestazione, ed era doveroso da parte mia presenziare personalmente vista la forte ed importante connotazione turistica del nostro meraviglioso territorio, c’è stata molta attenzione per il nostro stand e tanto interesse da parte dei tour operator”*¹⁵⁸.

Un altro evento, fondamentale per la divulgazione delle scoperte archeologiche, è la Borsa Mediterranea del Turismo a Paestum (BMTA) che costituisce un’importante occasione per la

¹⁵⁶ Progetto “Dialoghi mediterranei”, <https://www.infocilento.it/dialoghi-mediterranei-il-turismo-diventa-esperienziale-ecco-i-comuni-cilentani-che-partecipano-al-progetto/>

¹⁵⁷ CilentoTime, <https://www.cilentotime.it/il-parco-nazionale-del-cilento-vallo-di-diano-e-alburni-tra-i-protagonisti-alla-fiera-del-turismo-di-rimini/>

¹⁵⁸ Stile TV, <https://www.stiletv.it/news/92210/rimini-parco-nazionale-cilento-vallo-di-diano-ed-alburni-al-ttg-travel-experience>

diffusione di argomenti legati alla fruizione, gestione e valorizzazione del patrimonio archeologico, con un focus specifico sulla promozione del turismo culturale. L'evento offre un'opportunità unica per professionisti del settore turistico e culturale, operatori sia del settore pubblico che privato, viaggiatori, istituzioni scolastiche e universitarie, nonché i media, di condividere conoscenze, promuovere iniziative e sviluppare collaborazioni nel contesto del turismo archeologico¹⁵⁹.

La XXV edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (BMTA) ha registrato un notevole successo con la partecipazione di 8.500 visitatori e la presenza di 150 espositori, rendendola il più grande Salone Espositivo al mondo dedicato al patrimonio archeologico. L'evento ha coinvolto Istituzioni, Enti, Paesi Esteri, Regioni, Organizzazioni di Categoria, Associazioni Professionali e Culturali, Aziende e Consorzi Turistici, rappresentando ben 15 territori regionali e coinvolgendo 18 Paesi esteri, tra cui il Vaticano per la prima volta. La manifestazione ha visto la partecipazione del Ministero della Cultura con uno spazio di 500 mq e del Ministero degli Esteri con l'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo. La BMTA ha svolto un ruolo chiave nel favorire il dialogo interculturale, affrontando argomenti come le opportunità dei fondi europei per la valorizzazione del patrimonio culturale e il ruolo dei musei nella cooperazione culturale internazionale¹⁶⁰.

Per quanto concerne il concetto di *brand identity*, il Cilento è un'area geografica con caratteristiche culturali uniche, pertanto la strategia implica l'inclusione di elementi che indirizzano il successo anche in contesti internazionali. E' fondamentale considerare l'equilibrio tra elementi globali e locali nella *brand identity*, adattare le misurazioni all'ambiente specifico e tener conto delle differenze geografiche e culturali dei visitatori al fine di massimizzare l'efficacia delle strategie di marketing territoriale. Quanto più solida è l'immagine di un Paese, tanto maggiore sarà il suo potenziale ruolo come strumento di promozione per i servizi offerti. La reputazione e il riconoscimento internazionale sono di importanza cruciale per un territorio, poiché una solida immagine positiva spesso si traduce

¹⁵⁹ Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, <https://www.borsaturismoarcheologico.it/>

¹⁶⁰ Cilento Notizie, <https://www.cilentonotizie.it/dettaglio/51160/chiude-la-xxv-borsa-mediterranea-del-turismo-archeologico-tutti-i-numeri-di-questa-edizione/>

in un maggiore grado di fiducia e rispetto a livello globale. Questo, a sua volta, può avere un effetto positivo sulla percezione dei prodotti e servizi. I consumatori tendono ad associare qualità, affidabilità e autenticità con un'immagine positiva. Inoltre, l'immagine diventa una sorta di "marchio collettivo" per i prodotti esportati. L'aspetto culturale e storico di un Paese può diventare uno strumento di marketing potente. La cultura, la storia e il patrimonio possono influenzare in modo significativo la percezione e l'interesse dei consumatori nei confronti dei prodotti. Ad esempio, i prodotti alimentari campani possono beneficiare dell'associazione con il ricco patrimonio culinario e la cultura italiana. Una solida immagine può anche favorire la diversificazione dell'offerta di servizi di un territorio, sfruttando la sua reputazione per espandersi in nuovi settori. Inoltre, consente di competere in modo più efficace sui mercati globali, superando le barriere di ingresso grazie alla sua immagine positiva¹⁶¹. Si instaura un vero e proprio "impegno" verso il turista, fungendo anche da principale incentivo a indirizzarlo verso le località in cui potrà trovare esattamente ciò che gli è stato promesso.

Fin dall'inizio, è essenziale definire una visione che aiuti a identificare obiettivi realistici, ben strutturati e coerenti, e che nel tempo orienti strategicamente lo sviluppo del territorio. La definizione degli obiettivi necessari da stilare sono: la promozione dello sviluppo dell'economia locale, l'attrazione di investimenti esterni, il miglioramento della qualità della vita nella comunità, il mantenimento di un alto livello di occupazione, la promozione di una maggiore coesione sociale, la creazione e promozione di un'immagine positiva del territorio. Il Parco Nazionale del Cilento potrà non solo rafforzare la sua presenza, ma anche attirare un pubblico più vasto, promuovendo attivamente la conservazione ambientale e culturale della regione. Nella figura seguente, vi sono alcuni esempi di Brand Territoriale che rimandano a determinate località geografiche, favorendo specifiche reazioni nell'individuo, quali: l'immediato riconoscimento del luogo, frutto della scelta stilistica di disegnare dei loghi semplici, facili da ricordare; esprimono un'emozione o un sentimento positivo che crea una connessione immediata con il pubblico. Ad esempio, "*I love New York*"

¹⁶¹ C. Guerini, A. Uslenghi, Liuc Papers n. 190, Serie economia aziendale 25, 2006

trasmette amore e orgoglio per la città, suscitando una risposta emotiva positiva; sono spesso flessibili e adattabili a diversi contesti e scopi. La versatilità permette di utilizzare il brand in varie forme e su diversi supporti, aumentando la sua visibilità. Gli elementi visivi, come il cuore nel caso di "*I love New York*", diventano icone facilmente riconoscibili. Questa iconicità contribuisce alla forza e alla persistenza del brand nella mente delle persone nel tempo. Inoltre, sono sostenuti da strategie di marketing efficaci che includono campagne pubblicitarie, promozioni turistiche e merchandising. Queste attività contribuiscono a diffondere il brand su larga scala.



Figura 29: Esempi di Brand Territoriali.

Innanzitutto, la continuità nella comunicazione pubblicitaria consente al brand territoriale (figura 30) di mantenere una presenza costante nella mente delle persone. Attraverso una presenza visiva su diversi canali, come cartellonistica, pubblicità online, social media, e altri mezzi, il territorio diventa parte integrante della vita quotidiana delle persone. Questo contribuisce a mantenere vivo l'interesse nel tempo. Di conseguenza, personalizzare la pubblicità in base al target di riferimento è strategico, poiché permette di comunicare in modo più efficace con diverse fasce di pubblico. Adattare il messaggio, i toni e gli elementi visivi in base alle caratteristiche e agli interessi specifici del pubblico mirato consente al brand di connettersi in modo più intimo ed emotivo. Ad esempio, se il target è composto prevalentemente da giovani interessati all'avventura e all'arte, la pubblicità può enfatizzare gli aspetti avventurosi e culturali del territorio. La creatività gioca un ruolo chiave in questo processo. L'approccio creativo nella pubblicità del brand territoriale dovrebbe essere innovativo, coinvolgente e rappresentativo delle caratteristiche uniche del luogo.



Figura 30. Logo del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni. Fonte: <https://www.cilentoediano.it/>

In conclusione, nonostante tutte le caratteristiche, positive e negative, fin qui analizzate del Cilento, occorre sottolineare come negli ultimi anni il territorio abbia fatto degli enormi passi in avanti, riuscendo a liberarsi definitivamente da un tipo di turismo nocivo e insostenibile. A dimostrarlo è stato soprattutto l'improvviso nascere di B&B e Case Vacanze che, sostituendo i numerosi appartamenti e stanze affittate illegalmente, ha portato ad una svolta nell'economia locale che per anni non aveva conosciuto alcun tipo di crescita. Il Cilento è dunque un territorio che continua a svilupparsi, e nei comuni più grandi come Agropoli o Capaccio questo fenomeno è ancora più evidente: l'intervento dell'amministrazione è stato negli ultimi anni decisivo ed è riuscito a realizzare la costruzione di nuove strutture quali cinema e teatri, a riparare le strade, a migliorare le vie di comunicazione e a ristrutturare parte del patrimonio artistico presente nella zona. I problemi principali del Cilento rimangono l'assenza di un brand territoriale e la mancanza di strategie di marketing e di comunicazione tali da accrescere la sua brand awareness: soltanto una volta compiuti degli sforzi in queste direzioni il cliente-turista riuscirà a riconoscere il marchio Cilento come un territorio di qualità con ricchezze naturalistiche e patrimoniali inestimabili. In linea generale, sebbene gli sforzi e le risorse economiche richieste per l'implementazione di una corretta strategia di sviluppo territoriale siano molto elevati, questa è indispensabile al fine di valorizzare tutto ciò che il territorio ha da offrire. Nel far ciò occorrerà porre il cliente-turista al primo posto, analizzare le sue preferenze e le sue abitudini, e ascoltare quello che ha da dire. Occorre un intervento attivo da parte degli attori sul territorio, soprattutto da parte dell'Amministrazione, il cui sostegno è fondamentale per far partire

quei meccanismi di sviluppo che sono necessari nel lungo periodo per permettere una crescita territoriale duratura e sostenibile.

Bibliografia

- Aversano V., *Il toponimo Cilento e il centro fortificato sul monte della Stella*, Istituto Grafico Italiano - Studi e Ricerche di Geografia, Roma 1982
- Bagautdinova N., Gafurov I., Kalenskaya N., Novenkova A., *The regional development strategy based on territorial marketing*, World Applied Sciences Journal, 2012, pp. 179-184
- Berard J., *La Magna Grecia. Storia delle colonie greche dell'Italia meridionale*, Torino 1963
- Cantone F., *La donna fiore nel santuario di Hera alla foce del Sele. Un progetto per l'informatizzazione dei dati*, Napoli 2014
- Cassese L., *Il Cilento Al Principio Del Secolo XIX*, Salerno 1956
- Caroli M., *Il marketing territoriale*, Milano 1999
- Carta M., *L'armatura culturale del territorio, Il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo*, Palermo 2002
- Chieffallo D., *Le brigantesse del Cilento*, Capaccio Paestum (SA) 2013
- Cocella N., *Il Cilento dai Longobardi ai Normanni (sec. X e XI). Struttura amministrativa e agricola*, in "Rassegna Storia Salernitana", 1971
- D'Alessio M. T., *La Certosa di San Lorenzo a Padula, guida storico-artistica*, Pozzuoli (NA) 2018
- D'Andrea E., Figliola A., *Da Paestum a Velia. Viaggio nel Cilento: Patrimonio dell'Umanità*, Capaccio Paestum (SA) 2016
- De Castro M., *Proposte innovative di gestione di un sistema di mobilità sostenibile nel Cilento*, Bollettino della Società Geografia Italiana, Roma - Serie XII, vol. XI 2006, pp. 819-829
- Del Verme L., *Il parco archeologico, il museo, il santuario di Hera Argiva, guida all'area archeologica (Paestum 2013)*, Napoli 2016

- Fucuciello L., *Poseidonia-Paestum: la storia della città attraverso lo scavo di un abitato*, in *Dialoghi sull'Archeologia della Magna Grecia e del Mediterraneo*, Atti del Primo Convegno Internazionale di Studi, Angela Pontrandolfo, Michele Scafuro (a cura di), Pandemos, Paestum 2016, pp. 229-245
- Figliola A., *Da Paestum a Velia. Viaggio nel Cilento: Patrimonio dell'Umanità*, Capaccio Paestum (SA) 2016
- Gertner D., *Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective*, *Journal of Brand Management*, 2009, pp. 249-259
- Geertz C., *Interpretazione di culture*, Bologna 1987
- ICOMOS, *Carta Internazionale di Venezia per la conservazione e il restauro dei monumenti e dei siti*, 1964
- Kotler P., *Marketing Management*, Prentice Hall, Hoboken, Stati Uniti 2003
- L. Pignataro, *Le ricette del Cilento, La dieta mediterranea nel Parco Nazionale*, Sarno (SA) 2014
- La Greca F., *Paestum fra storia e memoria. Studi e ricerche*, Ogliastro Cilento (SA) 2017
- La Greca F., *Poseidonia-Paestum, guida storica dei monumenti greci e romani*, Ogliastro Cilento (SA) 2021
- Marenga M., *Theoretical analysis of the marketing territorial. Presentation of the case study: "Consorzio per la tutela dell'Asti"*, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Torino 2005
- Moro E., *La dieta mediterranea. Mito e storia di uno stile di vita*, Bologna 2021
- Napoli M., *La Tomba del Tuffatore, la scoperta della grande pittura greca*, Bari 1970
- Norberg-Schulz C., Norberg-Schulz A. M., *Genius Loci. Paesaggio, ambiente, architettura*, Documenti di architettura, Milano 1992
- Pugliese C. G., *Magistra Barbaritas. I Barbari in Italia*, *Rivista di letteratura italiana*, 1956, p. 420

- Pandolfini E., *Il paesaggio nascosto, Quale comunicazione nei luoghi della complessità*, Firenze 2019
- Ragone G., *Sviluppo economico e sviluppo sostenibile: l'esperienza del Parco del Cilento*, in Atti del Convegno Internazionale «Sviluppo economico e sostenibilità: il turismo ambientale e culturale occasione di nuova occupazione», Napoli 2002, pp. 167-169.
- Ralph E., *Place and Placelessness*, London 1976, pp. 43-51
- Santangelo G., *Dinamiche insediative tra Tardoantico e Altomedioevo: dalla decadenza di Paestum alla nascita di Capaccio medievale*, in *Medioevo letto, scavato, rivalutato. Studi in onore di Paolo Peduto*, a cura di Rosa Fiorillo, Chiara Lambert, Sesto Fiorentino (FI) 2012, pp. 195-203
- Satriani L. M. L., *VOCI*, annuale di Scienze Umane XVIII, Gruppo Periodici Pellegrini, Cosenza 2021
- Sauer C. O., *The Morphology of Landscape, Publications in Geography*, University of California, 1925
- Volpe F., *Il Cilento tra Antico e Nuovo regime, Permanenze e mutamenti dopo la Rivoluzione del 1799*, Napoli 1981
- Voza O., *Parco Archeologico di Paestum, studio di fattibilità*, Paestum (SA) 2008
- Wendell B., *La resurrezione della rosa, Agricoltura, luoghi, comunità*, Bra (CN) 2009
- Zuchtriegel G., *L'immagine invisibile. La tomba del Tuffatore*, catalogo della mostra (Paestum 2018), Napoli 2018
- Zulliani S., *Un tuffo infinito. Tracce e visioni della Tomba del Tuffatore nell'arte italiana in due secoli*, in Pontrandolfo A., Greco E., Napoli F., Scotti M., Cipriani M., *Un tuffo infinito 1968-2018, Cinquant'anni dalla scoperta della Tomba del Tuffatore*, Paestum 2018, p. 38

Sitografia (tutti i siti sono stati consultati il 5/11/2023)

- Angelo Turco, *Territorio e territorialità*, Enciclopedia Italiana, VII Appendice 2007, Treccani, [https://www.treccani.it/enciclopedia/territorio-e-territorialita_\(Enciclopedia-Italiana\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/territorio-e-territorialita_(Enciclopedia-Italiana)/)
- Associazione beni italiani patrimonio mondiale, *Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano con i Siti archeologici di Paestum e Velia e la Certosa di Padula*, <https://www.patrimoniomondiale.it/?p=48>
- Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, <https://www.borsaturismoarcheologico.it/>
- Cilento Notizie, progetto “Dialoghi mediterranei”, 2023 <https://www.cilentonotizie.it/dettaglio/50681/cultura--con-dialoghi-mediterranei-il-turismo-nel-cilento-diventa-esperienziale/>
- Cilento Notizie, *Chiude la XXV Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico. Tutti i numeri di questa edizione*, <https://www.cilentonotizie.it/dettaglio/51160/chiude-la-xxv-borsa-mediterranea-del-turismo-archeologico-tutti-i-numeri-di-questa-edizione/>
- Cilentomag, *Monti del Parco Nazionale del Cilento*, <https://www.cilentomag.com/monti-del-parco-cilento/>
- Convenzione Europea del Paesaggio, 2000 <https://www.sabap.milano.beniculturali.it/wp-content/uploads/2014/11/Convenzione-Europea-sul-Paesaggio.pdf>
- Discover Campania, <https://discovercampania.it/esplora-la-campania/territorio/cilento/territorio-cilento/parchi-naturali-del-cilento/705-parco-nazionale-del-cilento-vallo-di-diano-e-alburni>
- DiSTAR, *Sintesi stratigrafica Appennino Meridionale*, <https://www.distar.unina.it/en/appennino-meridionale>
- Gazzetta Ufficiale, Decreto del Presidente della Repubblica 5 giugno 1995, *Istituzione dell'Ente Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano*, https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=1995-08-04&atto.codiceRedazionale=095A4304
- Geoparco Cilento, Vallo di Diano e Alburni, <https://www.patrimoniounesco.it/directory-tangibili/listing/geoparco-cilento-vallo-di-diano-e-alburni/>
- Geoparco Mondiale Unesco, *Geologia del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni*, http://egnconference2013.cilentoediano.it/ita/5_Geologia.html
- I Geositi e gli Ambiti di Paesaggio, http://egnconference2013.cilentoediano.it/ita/11_i-Geositi.html
- Giovanni Ceccarini, *Rivista di Scienze Sociali, Antropologia del Paesaggio*, 2014 <https://www.rivistadisciencesociali.it/antropologia-del-paesaggio-il-landscape-come-processo-culturale/>
- Greta Lomaestro, *Marketing territoriale: definizioni, strategie ed esempi*, <https://www.digital4.biz/marketing/marketing-territoriale-definizione-strategie-esempi/>, 2002

- Il Cilentano, *Bandiere Blu 2023 nel Cilento, le spiagge cilentane premiate dal FEE*, <https://www.ilcilentano.it/bandiere-blu-2023-nel-cilento-le-spiagge-cilentane-premiate-dal-fee/>
- Il Cilentano, *Scavi di Velia, Il Parco Archeologico di Velia-Elea tra storia e trekking*, <https://www.ilcilentano.it/scavi-di-velia-il-parco-archeologico-di-velia-elea-tra-storia-e-trekking/>
- Il quotidiano della sostenibilità ambientale, *Dieta Mediterranea, Stile di vita e modello di sviluppo*, <https://www.rinnovabili.it/agrifood/dieta-mediterranea-stile-di-vita-modello-di-sviluppo/>
- I tesori d'Italia e l'UNESCO, *Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano con i siti archeologici di Paestum e Velia e la Certosa di Padula*, <http://promozione.cilentoediano.it/hcms-content/files/I%20Siti%20Unesco%20del%20Parco.pdf>
- IUCN Comitato Italiano, <https://www.iucn.it/liste-rosse-italiane-VU.php>
- InfoCilento, *Dialoghi Mediterranei*, <https://www.infocilento.it/dialoghi-mediterranei-il-turismo-diventa-esperienziale-ecco-i-comuni-cilentani-che-partecipano-al-progetto/>
- Ministero della Cultura, *Certosa di San Lorenzo a Padula*, <https://www.beniculturali.it/luogo/certosa-di-san-lorenzo>
- Ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica, *Le riserve della Biosfera*, <https://www.mase.gov.it/pagina/le-riserve-della-biosfera>
- Parco Nazionale del Cilento, *Biodiversità*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/biodiversita/>
- Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, *La Storia*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/la-storia/>
- Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, *Patrimonio Unesco*, <https://www.cilentoediano.it/il-parco-nazionale/patrimonio-unesco/>
- Parlamento Europeo, Attualità, *Strategia UE dal produttore al consumatore per alimenti più sani e sostenibili*, <https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20211014IPR14914/strategia-ue-dal-produttore-al-consumatore-per-alimenti-piu-sani-e-sostenibili>
- Patrimoni del Sud, *Gli scavi di Velia*, <https://www.patrimonidelsud.net/destinazioni-gli-scavi-di-velia/>
- Regione Campania, *Ente Riserve Naturali, finalità e obiettivi*, https://www.riservasele.it/ente-riserve/finalita_e_obiettivi.php
- Ricetta Mediterranea, *Chi era Ancestral Keys?*, <https://www.ricettamediterranea.it/chi-era-ancel-keys/>
- Roberto Bobbio, *La questione della città antica*, <https://architettura.unige.it/per/doc/bobbior/020301.pdf>, 2004
- Romano Impero, *Velia (Campania)*, <https://www.romanoimpero.com/2013/09/velia-campania.html>
- Stile TV, *Rimini: Parco Nazionale Cilento, Vallo di Diano ed Alburni al TTG Travel Experience*, <https://www.stiletv.it/news/92210/rimini-parco-nazionale-cilento-vallo-di-diano-ed-alburni-al-ttg-travel-experience>
- UNESCO, *Convenzione dell'Aja 1954*, <https://unesco.cultura.gov.it/english-convenzione-dellaja-1954/>

- UNESCO, *Convenzione dell'Aja 1954*, https://en.unesco.org/sites/default/files/1954_Convention_EN_2020.pdf
- UNESCO, *La Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale, culturale e naturale dell'Umanità*, <https://unesco.cultura.gov.it/pdf/ConvenzionePatrimonioMondiale1972-ITA.pdf>, 1972
- UNESCO, *Man and Biosphere*, <https://www.unesco.it/italianellunesco/detail/186>
- UNESCO, *Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, con i siti archeologici di Paestum, Velia e la Certosa di Padula*, <http://www.unesco.it/it/PatrimonioMondiale/Detail/129>
- UNESCO, *Patrimonio Mondiale*, <https://www.patrimoniomondiale.it/?p=8>
- UNESCO, *Patrimonio Immateriale, Dieta Mediterranea*, <https://www.unesco.it/it/PatrimonioImmateriale/Detail/384>
- UNESCO, *World Heritage List*, <https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/#1>
- Veronica Vito, *Il marketing territoriale: soggetti, obiettivi e strategie*, <https://www.digitalschool.com/blog/dizionario-del-digital-marketer/il-marketing-territoriale/>, 2022