



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA



UNIONCAMERE

**FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 - SOSTEGNO DEL TURISMO
LINEA DI ATTIVITA' 1 - OSSERVAZIONE ECONOMICA**

**1° REPORT DI ANALISI ECONOMICO - TERRITORIALE
PER LA BASILICATA**

MAGGIO 2022



ISNART



Sommario

- 1. Premessa**
- 2. L'offerta: la filiera turistica**
- 3. L'offerta: l'andamento del sistema ricettivo**
- 4. La domanda: l'andamento dei flussi turistici**
- 5. La domanda: i comportamenti**
- 6. L'analisi del Sentiment**
- 7. Previsioni**
- 8. Nota metodologica**



1. Premessa



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Premessa



UNIONCAMERE

Il presente rapporto costituisce il primo step di analisi per lo svolgimento della linea 1 di Attività 1 «Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori» del progetto «Fondo di Perequazione 2019-2020 Sostegno del Turismo» realizzato da Isnart per la Camera di Commercio della Basilicata.

Il Fondo di Perequazione 2019-2020 si pone come obiettivo principale quello di fornire sostegno agli operatori del turismo nella gestione della crisi e nella pianificazione della ripartenza alla luce delle gravi difficoltà economiche e sociali che hanno investito il settore a livello mondiale.

Oltre alla continua e necessaria implementazione dei dati sulle piattaforme, l'obiettivo del progetto per il 2021 è di massimizzare i vantaggi e le opportunità derivanti da un utilizzo sinergico dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio e degli ecosistemi digitali, formando i dipendenti delle Camere di Commercio nell'utilizzo degli strumenti affinché si possa valutare la loro piena efficacia.

A tal fine, il presente rapporto contiene l'analisi economico territoriale della Basilicata, partendo dal patrimonio informativo dei due ecosistemi turistici Turismo Big Data e Mappa delle Opportunità, dal quale sono stati estratti alcuni indicatori di sintesi, e approfondendo l'analisi del contesto turistico locale con indagini dirette quali-quantitative realizzate ad hoc, sia alle imprese ricettive della regione che ai turisti italiani e stranieri in vacanza sul territorio regionale nel corso del 2021.



ISNART

2. L'offerta: la filiera turistica

Gli indicatori



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale



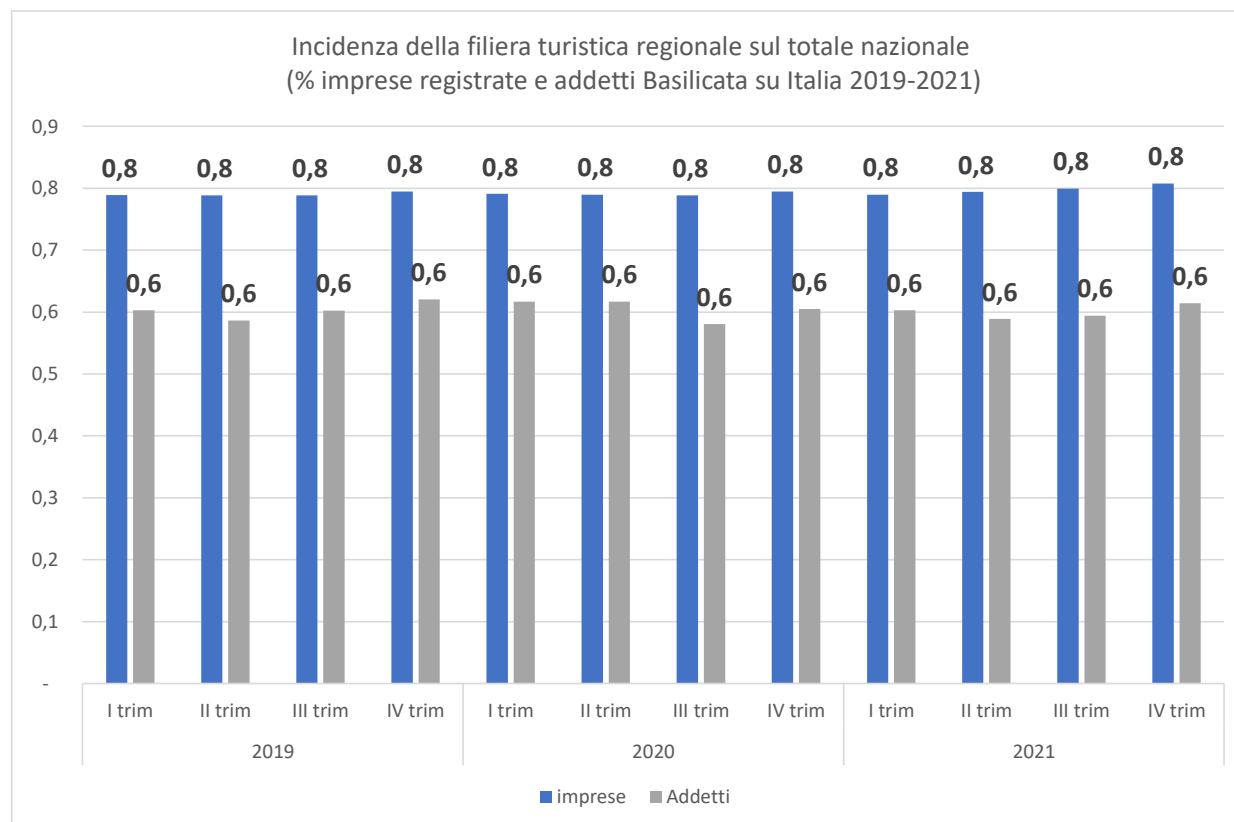
UNIONCAMERE

La base imprenditoriale dell'offerta turistica della Basilicata si compone, al IV trimestre del 2021, di poco più di 5 mila imprese e 16 mila addetti pari rispettivamente, allo 0,8% delle imprese turistiche sul territorio nazionale e allo 0,6% del totale addetti impiegati nel settore.

I dati, relativi alla dinamica dell'incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale, per gli anni 2019, 2020, 2021, non evidenziano particolari variazioni nel peso dell'offerta turistica regionale rispetto alla media nazionale.



ISNART



Fonte: Infocamere, IV trimestre 2021



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Incidenza della filiera turistica provinciale sul totale regionale



UNIONCAMERE

La distribuzione dell'offerta turistica a livello provinciale evidenzia una maggiore concentrazione del numero di imprese turistiche nella provincia di Potenza, il 61%, a fronte del 39% delle imprese ospitate nella provincia di Matera.

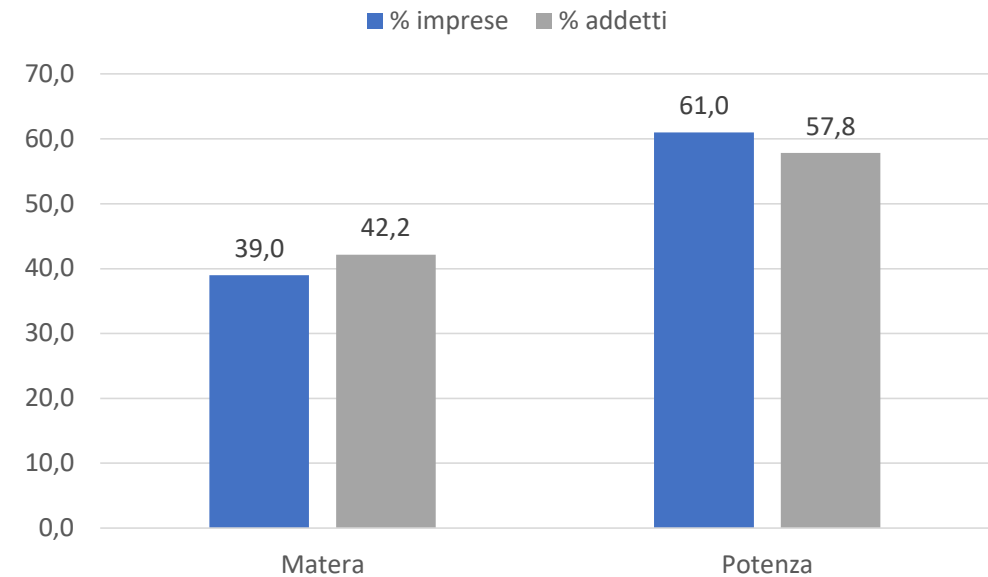
Quasi il 60% degli addetti al settore turistico si concentra nelle imprese del capoluogo lucano; il 42,2% nelle imprese materane.

Le imprese turistiche della provincia di Matera sono, però, caratterizzate da una dimensione media (3,4 addetti per impresa) superiore sia a quella registrata per la provincia di Potenza (3) sia alla media regionale (3,2).



ISNART

Incidenza della filiera turistica provinciale sul totale regionale
(% imprese registrate e addetti provinciali su Basilicata)



Dimensione media delle imprese turistiche	
Addetti/imprese	
Matera	3,4
Potenza	3,0
Basilicata	3,2
Italia	4,2

Fonte: Infocamere, IV trimestre 2021



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

L'analisi dei dati relativi ai settori che costituiscono la filiera turistica evidenzia, per la Basilicata, come il solo settore della ristorazione costituisca il 64,2% delle imprese del totale filiera (Potenza 66,6%, Matera 60,4%).

Seguono le imprese relative all'offerta di attività culturali con il 13,5% (Potenza 13,4%, Matera 13,5%) e gli Alloggi con quasi il 12%. A tal riguardo, rileva il dato di Matera, 15,1%, (Potenza 9,7%) superiore alla media regionale. Tale situazione, non solo, riflette il profilo altamente turistico del territorio materano rispetto alla provincia di Potenza, ma, in particolare, lo sviluppo che Matera «Capitale della cultura 2019» ha apportato all'economia regionale.

Tra le altre: le imprese di trasporto 5,8% (Potenza 6,1%, Matera 5,4%) e le agenzie di viaggio e altri servizi con il 3,7% (Potenza 3,1%, Matera 4,7%) .



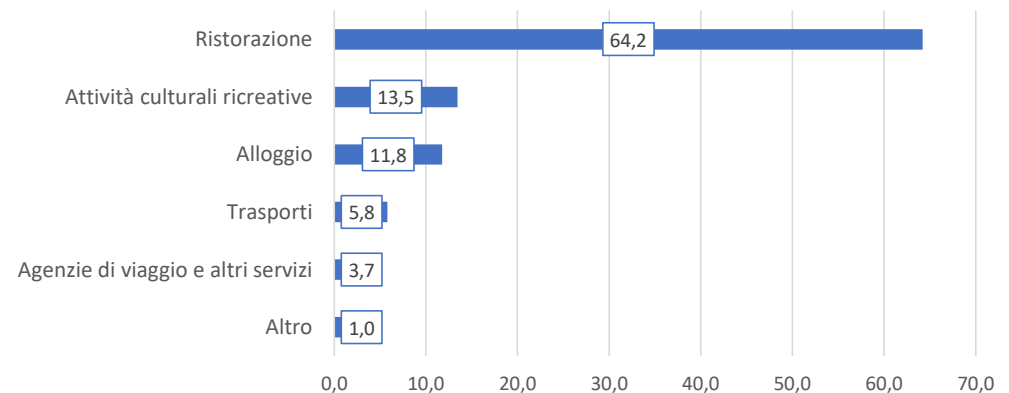
ISNART

Incidenza dei settori della filiera turistica a livello provinciale



UNIONCAMERE

Incidenza dei settori della filiera turistica sul totale filiera Basilicata



Incidenza dei settori della filiera turistica sul totale filiera (%)			
	MATERA	POTENZA	BASILICATA
Trasporti	5,4	6,1	5,8
Alloggio	15,1	9,7	11,8
Agenzie di viaggio e altri servizi	4,7	3,1	3,7
Ristorazione	60,4	66,6	64,2
Attività culturali ricreative	13,5	13,4	13,5
Altro	0,9	1,1	1,0
Turismo	100,0	100,0	100,0

Fonte: Infocamere, IV trimestre 2021



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

I dati relativi alla demografia di impresa confermerebbero la stabilità della base imprenditoriale turistica regionale.

Al IV trimestre 2021, infatti, il tasso di natalità d'impresa per la Basilicata è pari allo 0,5% a fronte di un tasso di mortalità dell'1,2%.

Ne consegue un tasso di turnover negativo pari a -0,7% in linea con quello fatto registrare a fine 2019 (-0,6%) ma lievemente superiore al -0,2% fatto registrare al IV trimestre 2020.

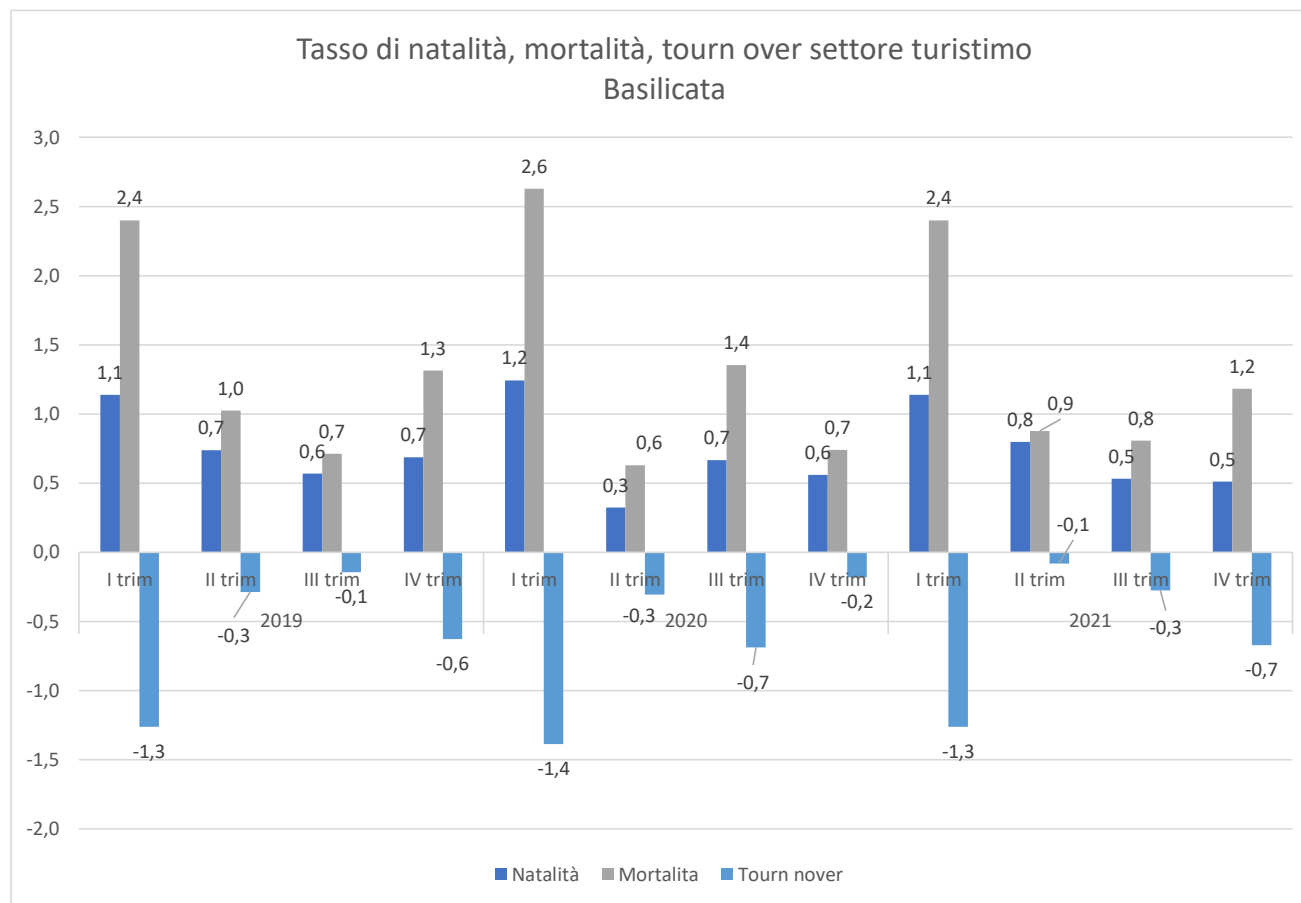


ISNART



UNIONCAMERE

Tasso di natalità, mortalità, turnover



Fonte: Infocamere

3. L'offerta: l'andamento del sistema ricettivo

Indagine locale alle imprese

Le vendite e la stagionalità del sistema ricettivo



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Leggeri segnali di ripresa vengono evidenziati, inoltre, dalla lettura dei dati derivanti dall'indagine diretta svolta alle imprese ricettive della Basilicata che fanno registrare un incremento del 13% del numero di camere occupate rispetto al 2020 (Italia 14,2%).

I dati, mostrano un trend ben distribuito durante tutto l'anno con tassi di occupazione delle camere superiore alla media nazionale sia per i primi 6 mesi che per gli ultimi mesi dell'anno.

Un trend in crescita che a giugno raggiunge il 43% della vendita della disponibilità del periodo in linea con la media nazionale del 42,3%. Tale percentuale cresce moderatamente nel mese di luglio, (Basilicata 52,1%, Italia 62,4%) fino a raggiungere, in agosto il 74,4% della capienza contro l'81,5% della media nazionale.

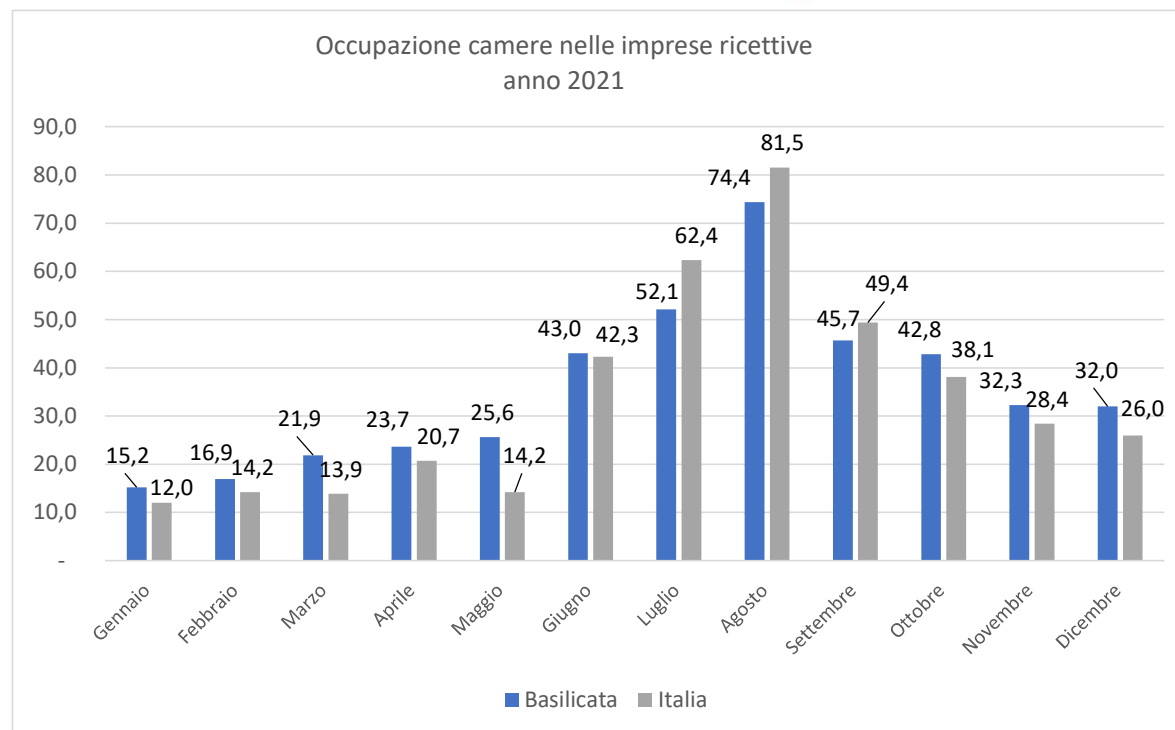
La distribuzione dei tassi di occupazione delle camere lungo tutto l'arco dell'anno conferma la tendenza, ormai consolidata, di un turismo orientato verso mete con dimensione demografica più contenuta ma fortemente caratterizzate in termini territoriali, ambientali e naturalistici e culturali.



ISNART



UNIONCAMERE

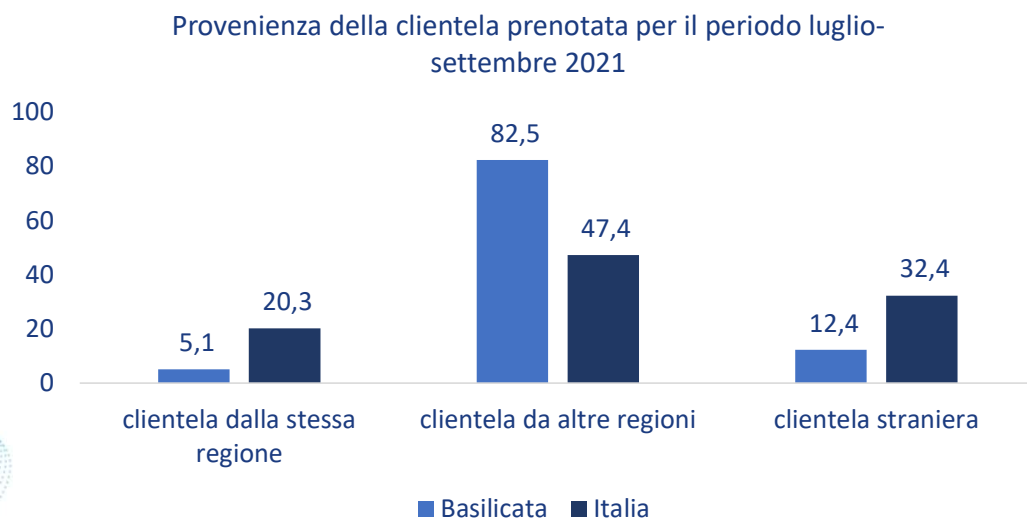


Occupazione camere anno 2020-2021 (%)			
	2020	2021	differenza
Basilicata	26,4	39,0	12,6
Italia	25,7	39,9	14,2

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio



IL TURISMO IN ITALIA NEL 2021



Andamento della clientela rispetto all'estate 2020
(prevalenza di giudizi)



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Il turismo in Basilicata nel periodo luglio-settembre 2021 ha beneficiato di flussi provenienti prevalentemente da altre regioni (8 su 10) in maniera spiccata rispetto alla media delle altre realtà italiane, in aumento rispetto all'estate 2020; ne deriva dunque un bacino di clientela potenzialmente più fedele nei prossimi anni rispetto a regioni con flussi provenienti in primis dal proprio stesso territorio, considerando ancora la presenza di restrizioni «No Covid» per il turismo da e per l'Italia.

Ancora bassi i flussi di clientela turistica internazionale (12,4%), in calo rispetto all'anno scorso e minori rispetto alla media Italia.

Bassa è la quota di turisti provenienti dalla Basilicata stessa (5,1%).





CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Problematiche incontrate nel 2021



UNIONCAMERE

L'indagine effettuata presso le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere rileva che, nel corso del 2021, circa il 60% delle strutture abbia riscontrato problematiche relative alla gestione del prezzo delle camere rispetto ai nuovi costi sostenuti, legati alle misure di sicurezza contro una media nazionale del 40,3%.

Quasi il 44% di esse ha riscontrato problemi nella gestione delle possibili disdette causa covid (Italia 48,5%); il 19,4% difficoltà nel reperimento del personale di stagione (Italia 25,2%).

Va sottolineato, inoltre, che solo il 15,8% delle strutture lucane ha incontrato difficoltà nelle problematiche legate al cambiamento dei mercati di riferimento rispetto al 30% del dato nazionale. Dato che conferma come il sistema imprenditoriale lucano abbia saputo affrontare in tema di gestione e organizzazione gli ostacoli e le difficoltà di questi due anni di pandemia.



ISNART

Quali problematiche ha incontrato nel corso del 2021?		
	Basilicata	Italia
Gestione del prezzo delle camere rispetto ai nuovi costi sostenuti, legati alle misure di sicurezza	56,8	40,3
Organizzazione per gestire possibili disdette, causa covid	43,6	48,5
Difficoltà reperimento personale stagionale	19,4	25,2
Difficoltà nella gestione degli spazi comuni	18,3	10,8
Cambiamenti dei mercati di riferimento	15,8	30,3
Nessuna	6,8	14,9
Difficoltà sull'organizzazione dei flussi di lavoro	4,9	16,7
Difficoltà organizzative rispetto a richieste di predisposizione di dispositivi di sicurezza sanitaria	4,8	8,1
Modalità di ricorso alla intermediazione e necessità delle nuove regole di ingaggio e di contrattualizzazione.	3,4	3,3
Cambiamenti di tipologia di clientela (target, famiglie coppie etC)	2,6	18,8

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio



Le previsioni di bilancio



I leggeri segnali di ripresa evidenziati in precedenza, tuttavia, risultano essere abbastanza contenuti tali da non permettere alle strutture ricettive di allontanarsi dagli orientamenti di cautela che hanno caratterizzato questi ultimi anni.

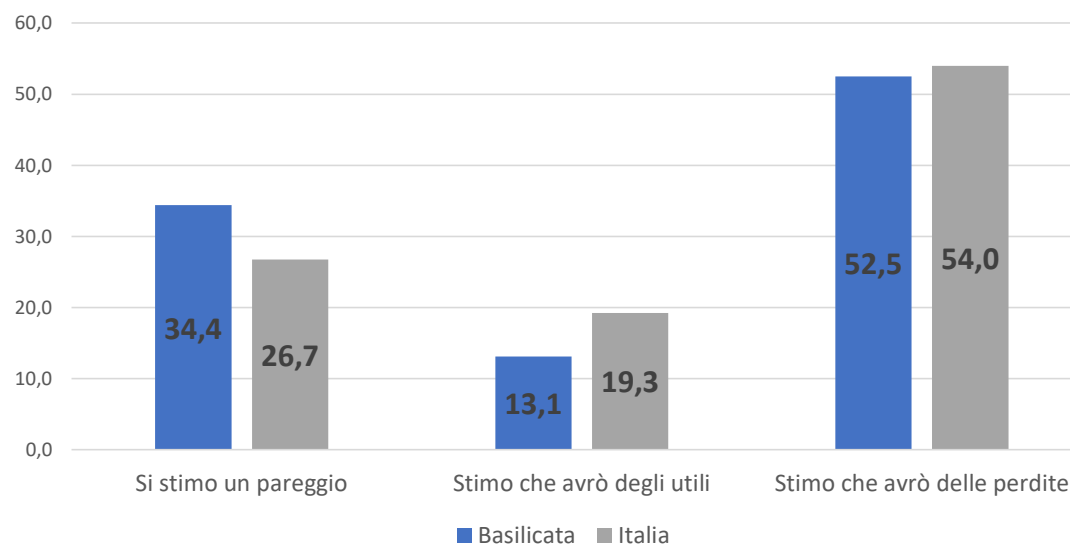
Infatti, il 52,5% delle strutture lucane stima, per il 2021, di avere perdite in bilancio, in linea con la media Italia (54%).

Il 34,4% delle imprese ricettive stima di raggiungere almeno il pareggio (Italia 26,7%); mentre solo il 13,1% prevede utili (Italia 19,3%).

Superiore rispetto alla media nazionale la flessione della stima dei ricavi rispetto al 2020: pari al -10,3% per la Puglia e al -9,6% per l'Italia.



Rispetto a come è andato il 2021, pensa di raggiungere il punto di pareggio (Break Even Point) entro dicembre 2021?



Stima di variazione dei ricavi rispetto al 2020 (%)	
Basilicata	-10,3
Italia	-9,6

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Il Mercato alternativo



UNIONCAMERE

Dai dati fonte Airdna risultano 3.209 le strutture disponibili sul mercato alterativo.

Di questi 2.522 sono appartamenti per locazioni brevi e 638 camere in affitto o in B&B; valori significativamente superiori all'offerta registrata dal sistema ricettivo ufficiale che conta 1.494 strutture di cui 418 B&B.

Nel dettaglio provinciale, come evidenziato in precedenza, il maggior numero di strutture del mercato alternativo è concentrato nella provincia di Matera, 2.178, (Appartamenti per locazioni brevi 1.719, Camere in affitto o in B&B 422) rispetto alla provincia di Potenza (Totali 1.031, Appartamenti per locazioni brevi 803, Camere in affitto o in B&B 216).

Un mercato, tuttavia, che ha anch'esso sofferto degli effetti della pandemia Covid. L'offerta questa estate ha subito, infatti, un decremento dell' 8,7% di strutture presenti sul mercato legato a Airbnb.



ISNART

L'offerta lucana del mercato alternativo



Fonte: Airdna

4. La domanda: l'andamento dei flussi turistici

Gli indicatori



La variazione degli arrivi e delle presenze (2020/2019)



L'impatto devastante che la pandemia ha avuto sul settore turistico non fa sconti neanche alla Basilicata che nel 2020 è stata caratterizzata da una significativa flessione della domanda che ha interessato sia la componente nazionale che estera della clientela.

Nel 2020 in Basilicata si registra un decremento degli arrivi pari al 54,5% (Italia -57,6%) e del 50% in termini di presenze (Italia -52,3%).

A diminuire in maniera significativa in termini di arrivi è la componente straniera della clientela, -80,6% (Italia -74,6%), a fronte di una riduzione dell'80% delle presenze (Italia -70,3%).

La domanda nazionale, registra una flessione di quasi il 50%, in termini di arrivi e del 45,3% in termini di presenze; valori, questi, superiori alla media nazionale (arrivi -41,0%; presenze -33,8%).

Tasso di variazione 2020-2019 degli arrivi e delle presenze per regione/provincia e provenienza, confronto con variazione media nazionale.						
	VAR% 2020/2019					
	arrivi			presenze		
	Totale	Paesi esteri	Italia	Totale	Paesi esteri	Italia
Matera	-45,4	-76,5	-41,7	-40,2	-67,9	-37,0
Potenza	-58,0	-81,5	-52,4	-52,9	-83,3	-48,3
Basilicata	-54,5	-80,6	-49,2	-49,7	-80,0	-45,3
Italia	-57,6	-74,6	-41,0	-52,3	-70,3	-33,8

Fonte: Dati Istat





CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Incidenza delle presenze turistiche di italiani e stranieri (2020)



UNIONCAMERE

Seppur significativo, il decremento dei flussi turistici che ha caratterizzato la Basilicata risulta più contenuto rispetto alle altre regioni, tale da lasciare inalterata la quota di mercato lucano sul sistema turistico nazionale.

Nel 2020 si concentra in Basilicata lo 0,8% degli arrivi e il 0,7% delle presenze registrate nelle strutture ricettive italiane (2019 arrivi 0,7%; presenze 0,6%). La Basilicata ha accolto l'1% (1,2% nel 2019) del totale arrivi italiani nelle strutture ricettive del Bel Paese.

Minima rimane la quota degli arrivi internazionali che si concentrano in Basilicata (2020 e 2019 0,2%).

In termini di distribuzione dei flussi turistici all'interno della regione, Matera rimane la provincia con il maggior numero di arrivi, il 66,7% turistici regionali, in diminuzione rispetto al 2019, (72,2%), Potenza il 33,3% in aumento rispetto a quelli registrati al 2019 (27,8%). Predominante su Matera «Capitale della cultura 2019», la concentrazione della componente straniera della clientela turistica regionale.



ISNART

Incidenza percentuale delle presenze turistiche della regione/provincia di italiani e stranieri sul totale nazionale.

	Totale		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Matera	0,5	0,5	0,1	0,1	0,7	0,6
Potenza	0,3	0,2	0,0	0,0	0,3	0,3
Basilicata	0,8	0,7	0,2	0,1	1,0	0,9

Fonte: Dati Istat

Incidenza percentuale delle presenze turistiche di italiani e stranieri della provincia sul totale regionale.

	Totale		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Matera	66,7	69,5	78,5	66,0	65,8	69,7
Potenza	33,3	30,5	21,5	34,0	34,2	30,3
Basilicata	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Dati Istat



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

In linea con quanto evidenziato in precedenza, l'indice di specializzazione turistica internazionale della regione è pari allo 0,2.

La Basilicata registra, dunque una concentrazione poco significativa di turismo internazionale (valori dell'indice superiori a 1 denotano una incidenza di presenze turistiche straniere superiore a quelle dell'Italia).



L'indice di specializzazione turistica internazionale della provincia/regione è il rapporto tra il peso % delle presenze turistiche straniere nella provincia e il peso % delle presenze straniere in Italia. Valori dell'indice maggiori di 1 segnalano che la provincia è relativamente specializzata nel turismo internazionale rispetto all'Italia cioè ha una quota di stranieri maggiore.

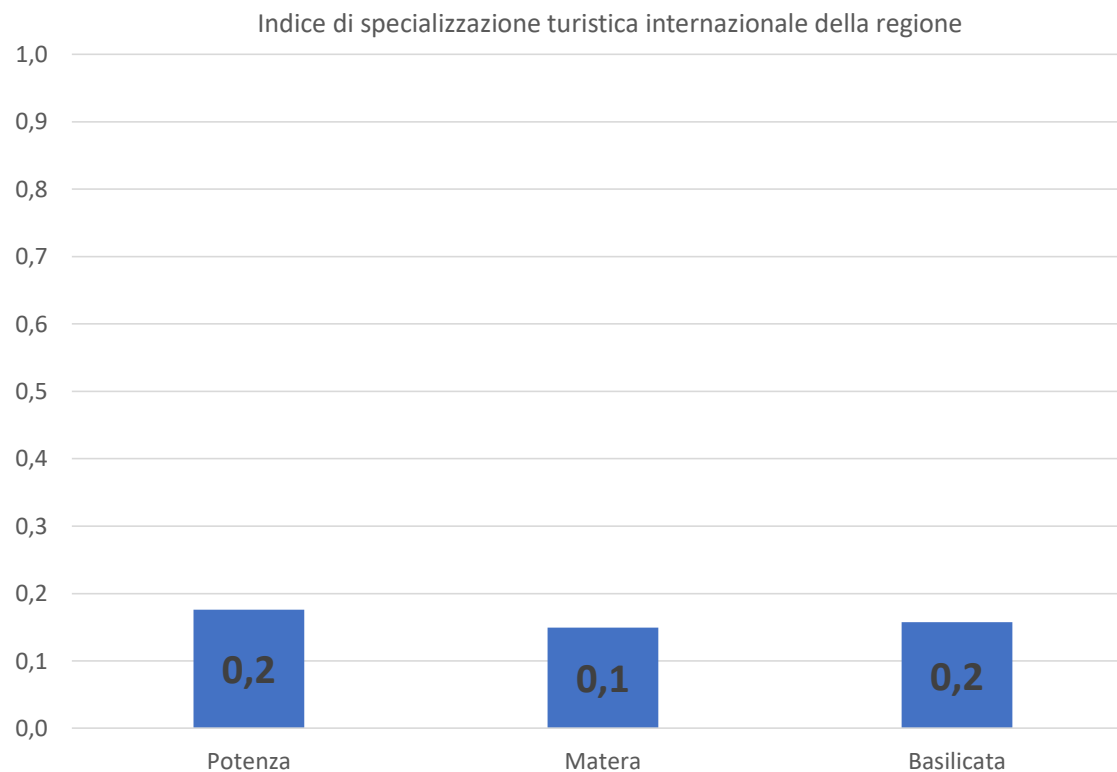


ISNART

Indice di specializzazione turistica internazionale della regione



UNIONCAMERE



Fonte: Dati Istat



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

L'indice di pressione turistica misura l'impatto che i flussi turistici hanno sul territorio e sulla popolazione residente nonché sul turista stesso. L'indicatore percentuale è calcolato come rapporto tra le presenze turistiche diviso la popolazione residente, moltiplicate per 365 giorni.

La Basilicata registra un indice di pressione turistica pari allo 0,7, valore prossimo alla media nazionale.

Ad influenzare il valore regionale è la provincia di Matera che registra valori dell'indice pari all'1,3% superiori non solo alla media regionale ma anche a quella nazionale (Potenza 0,3%).

Tale valore dipende da una maggiore concentrazione dei flussi turistici nella sola città di Matera.

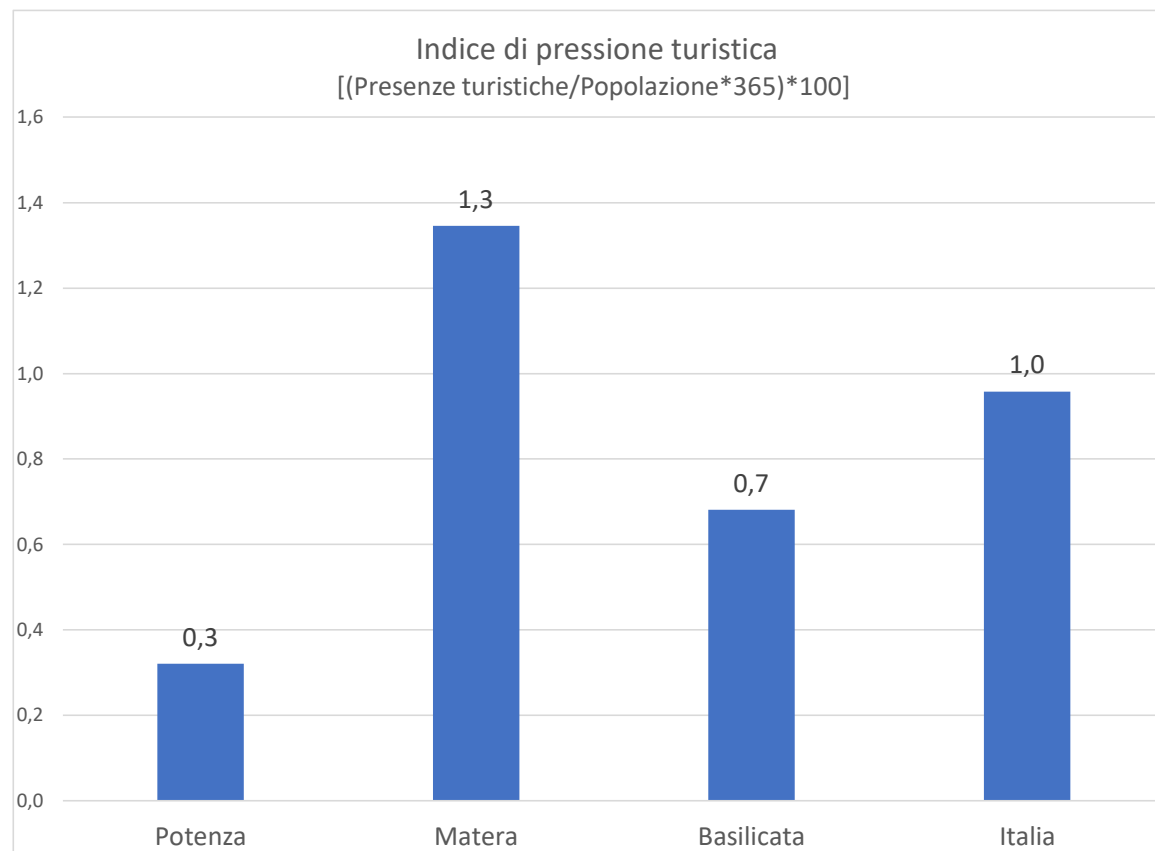


ISNART

Indice di pressione turistica



UNIONCAMERE



Fonte: Dati Istat 2020



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Lievi segnali di ripresa vengono, comunque, evidenziati dalle stime relative alle presenze turistiche al 2021.

Per la Basilicata i primi dati stimati sul consuntivo 2021 prevedono un incremento di quasi il 21% rispetto al 2020 (Italia 19,3%), ovvero 1.662.000 presenze, tra italiani e stranieri. Valori, tuttavia, ancora distanti da quelli pre-pandemici.

Le stime elaborate al 2021, infatti, evidenziano una flessione delle presenze del 39,2% rispetto al 2019 (Italia -35,8%).

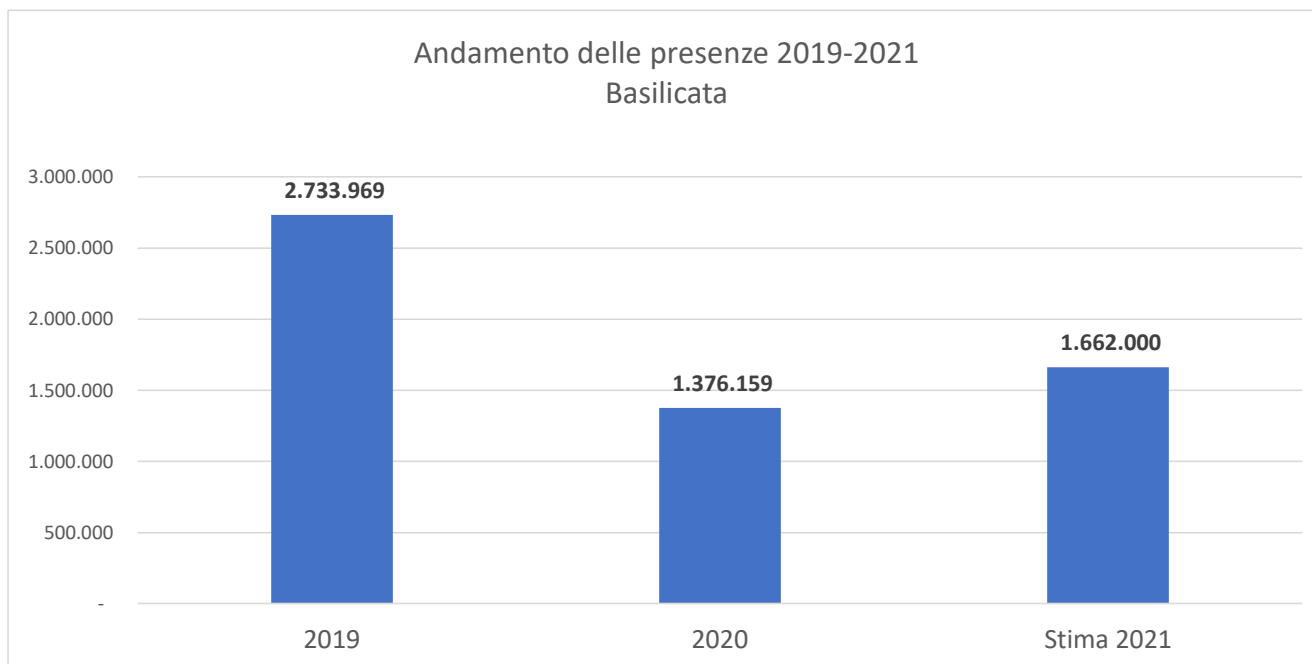


ISNART

Andamento 2019-2021



UNIONCAMERE



Andamento delle presenze		
	Var % 2021/2020	Var % 2021/2019
Basilicata	20,8	-39,2
Italia	19,3	-35,8

Stime Isnart su dati Isnart, Airdna



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Le prenotazioni degli alloggi in affitto



UNIONCAMERE

Lievi segnali di ripresa, rispetto al 2020, vengono evidenziati, inoltre, dalla lettura dei dati relativi all'offerta turistica del mercato parallelo che rilevano il numero di notti prenotate negli alloggi privati.

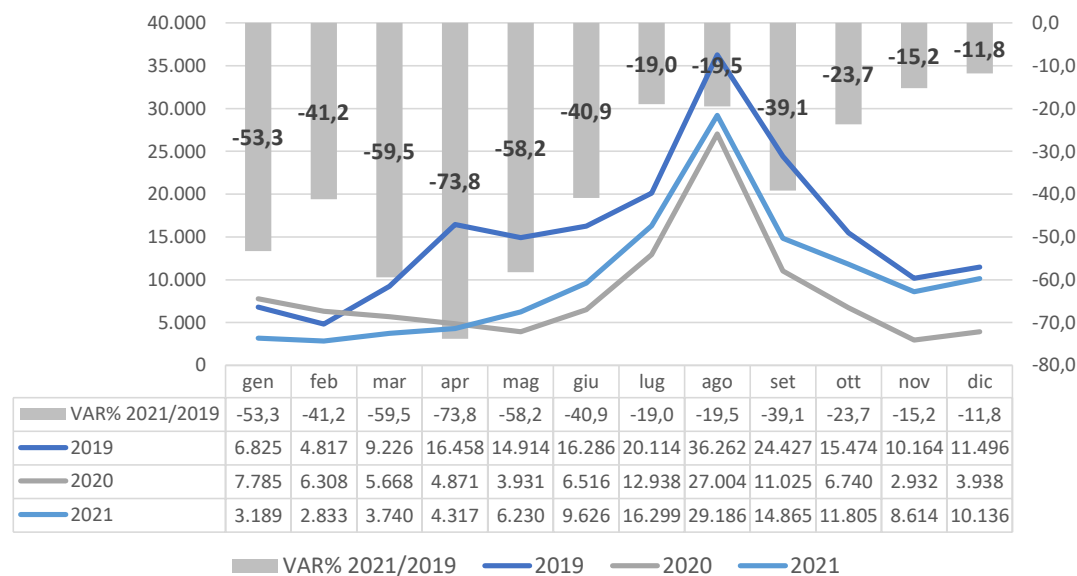
I dati di fonte Airdna, che si riferiscono a poco più di 3,4 mila alloggi, fotografano, per il 2021 un trend stagionale, tipico del settore turistico, ma in crescita (ad eccezione dei primi 4 mesi) rispetto ai valori registrati al 2020.

Tali valori, risultano ancora lontani da quelli pre-pandemici; tuttavia, significativi sono gli incrementi che vengono registrati negli ultimi mesi dell'anno. Infatti, per i mesi di novembre e dicembre si registrano decrementi, rispettivamente, del solo 15,2% e 11,8% rispetto al 2019.



ISNART

Andamento delle notti prenotate negli alloggi privati 2019-2021 Basilicata



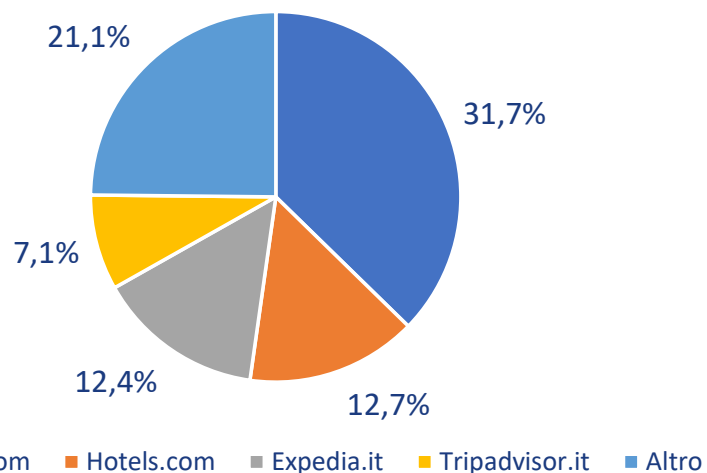
Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio, dati Airdna



I prezzi degli hotel e la presenza di offerte sui grandi portali di commercializzazione online

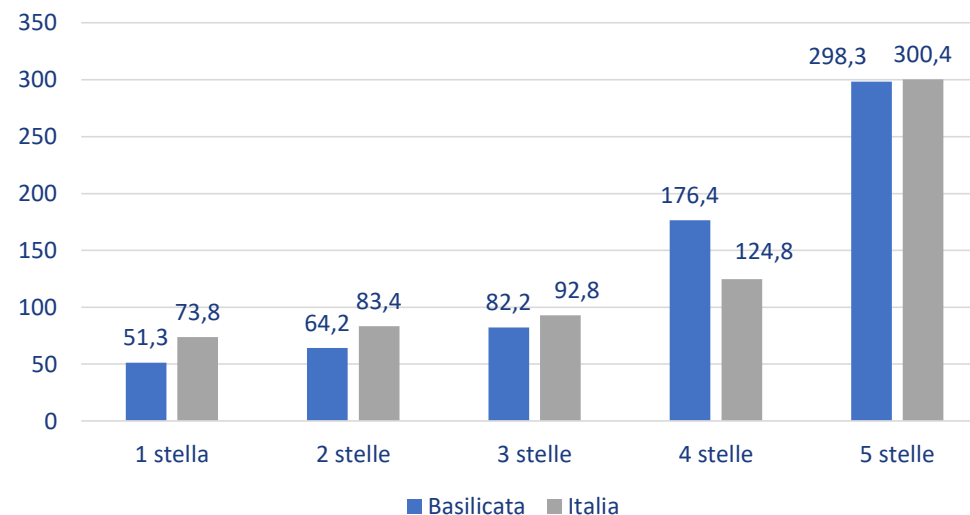


Presenza sui principali motori di ricerca (%)



Fonte: Google 2° bimestre 2021

Strutture alberghiere - Prezzi medi per categoria



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Le imprese ricettive della Basilicata sono presenti online sui principali motori di ricerca delle OTA (*Online Travel Agencies*) tra cui Booking, che conferma il suo primato su tutte le altre OTA con il 31,7% delle proposte online delle strutture.

Seguono Hotels.com e Expedia a pari merito (12,5% in media) e TripAdvisor con il 7,1% delle offerte. È presente una quota di offerte direttamente sui siti web (21,1%) che mostra una tendenza alla disintermediazione. La competizione sui prezzi mostra che gli hotel in Basilicata si offrono a prezzi più bassi della media regionale, ad eccezione della ricettività a 4 stelle (176 euro rispetto ai 124 euro medi degli hotel in Italia). Per la ricettività di maggior lusso (5 stelle), la situazione invece è identica tra Italia e Basilicata.





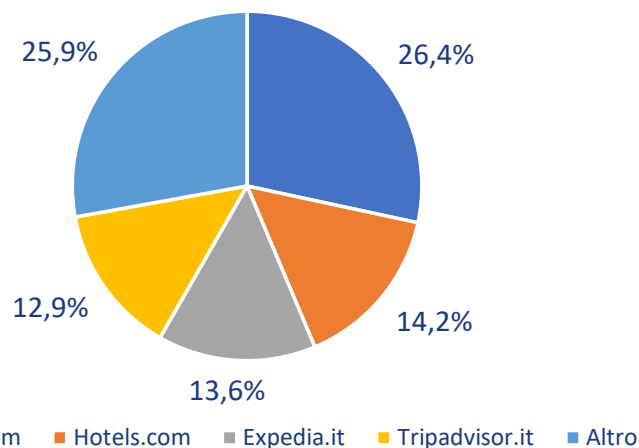
CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

La presenza di offerte sui grandi portali di commercializzazione online



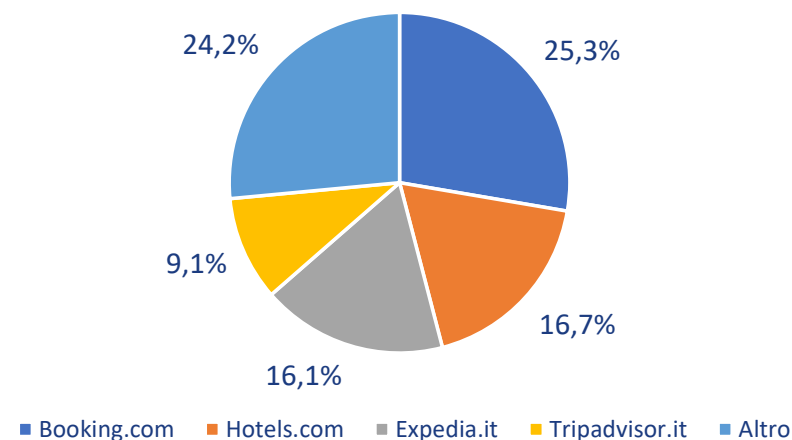
UNIONCAMERE

Presenza sui principali motori di ricerca (%) - Matera



Fonte: Google 2° bimestre 2021

Presenza sui principali motori di ricerca (%) - Potenza



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Facendo un confronto tra le province di Matera e Potenza, l'ordine di importanza delle OTA utilizzate dalle imprese è identico a quello emerso per la Basilicata, con Booking al primo posto (rispettivamente 25,3% e 26,4%).

Mentre però le imprese in provincia di Potenza si affidano di più, dopo Booking, a Hotels.com e Expedia (16,4% in media), quelle in provincia di Matera vertono maggiormente su TripAdvisor (13,0%).

In entrambi i casi provinciali, emerge una quota di offerte direttamente sui siti web che mostra una chiara tendenza alla disintermediazione se paragonata alle rispettive offerte su Booking (26,0% per Matera; 24,2% per Potenza).



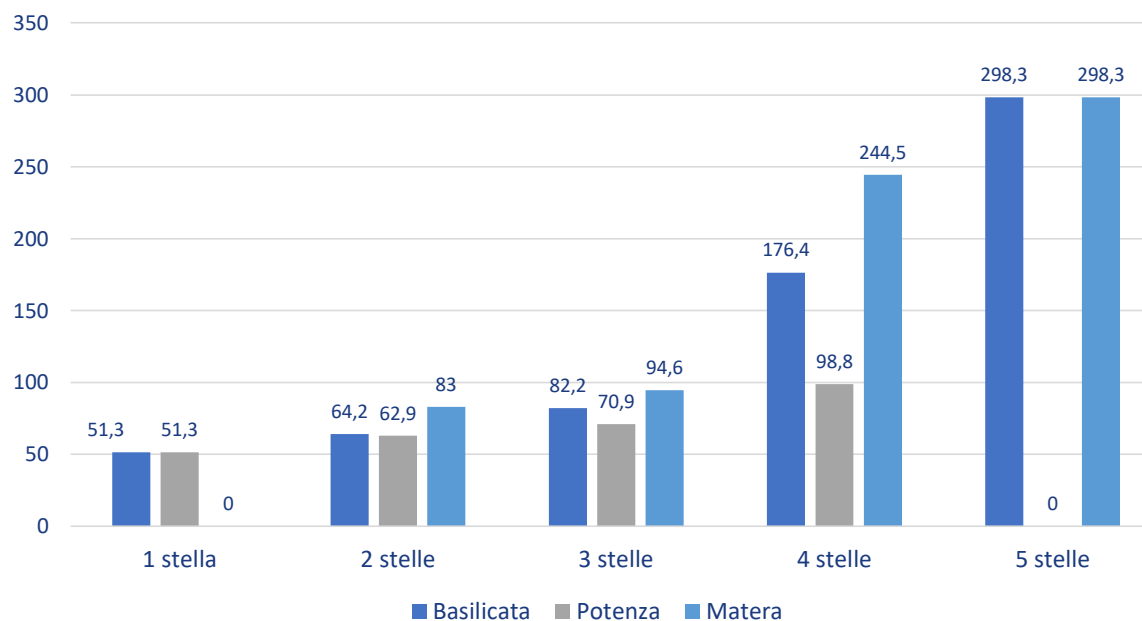
ISNART



I prezzi medi per singola categoria alberghiera cfr. Basilicata e province



Strutture alberghiere - Prezzi medi per categoria



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

La competizione sui prezzi mostra una situazione molto diversa a livello provinciale, tra le stesse province nonché tra province e Basilicata.

Per quanto riguarda Potenza, le strutture a 2, 3 e 4 stelle si offrono a prezzi più bassi della media regionale mentre la situazione a Matera è diametralmente opposta, con prezzi molto più alti nel caso specifico degli hotel a 4 stelle. Opposta è anche la situazione delle strutture ricettive a 1 e 5 stelle: le prime sono rilevanti, in virtù dei prezzi medi, solo per la provincia di Potenza mentre le seconde solo per Matera, con valori economici pari alla media regionale in entrambi i casi.



5. La domanda: i comportamenti

Indagine locale ai turisti

Le motivazioni di scelta della vacanza



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

In coerenza con quanto visto in precedenza la Basilicata offre in termini di turismo, località dalle ridotte dimensioni demografiche ma ricche di caratteristiche territoriali, naturalistiche e culturali che riflettono i nuovi orientamenti dei turisti nella scelta delle mete.

Infatti, il 27,6% dei turisti intervistati ha dichiarato di aver scelto la Basilicata come meta turistica per la ricchezza del patrimonio artistico monumentale.

Quasi il 23% ha scelto la regione sia per la natura e le bellezze del luogo che per l'attività di balneazione.

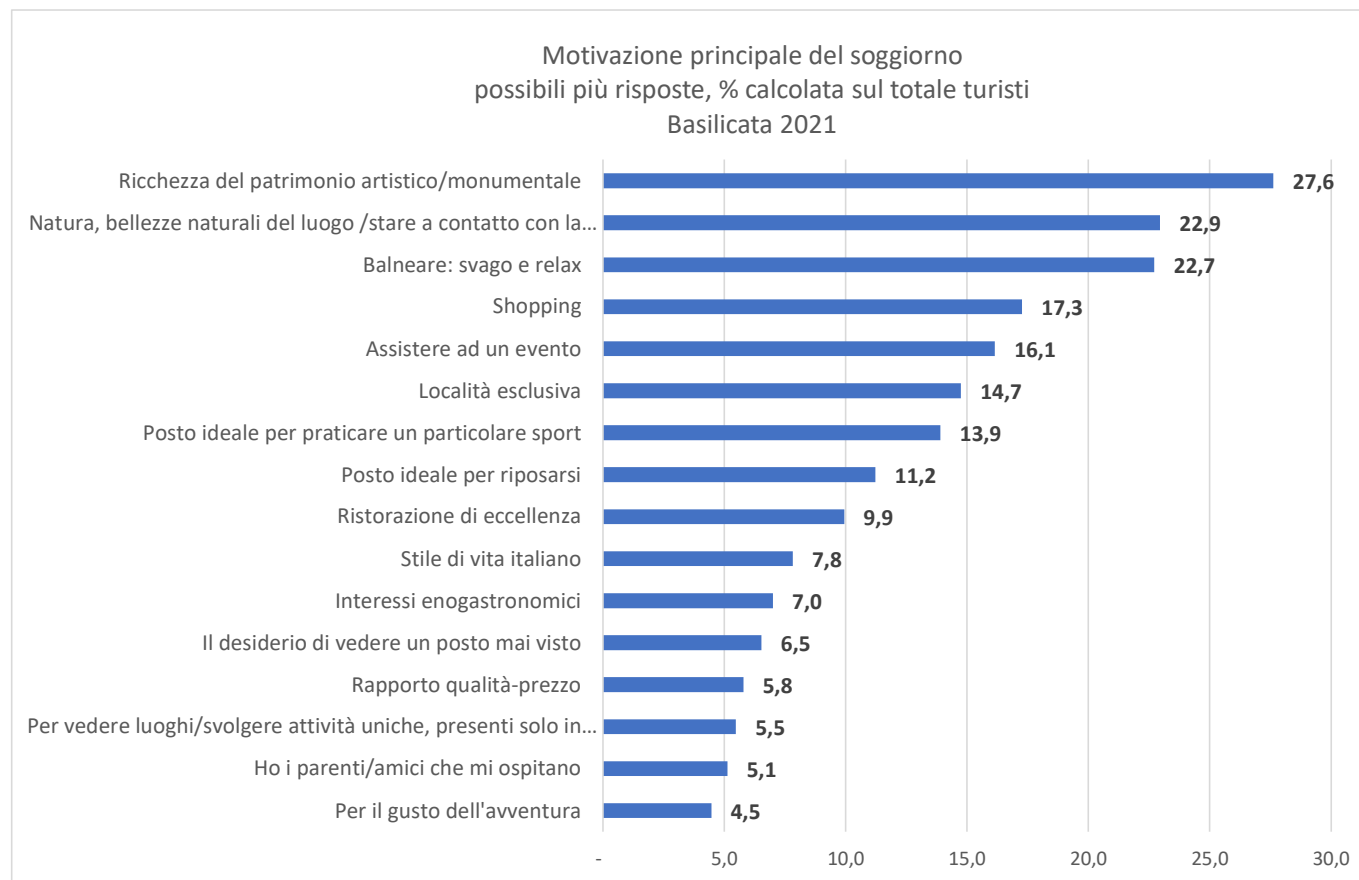
Tra le altre: il 17,3% dei turisti sceglie la Basilicata per lo shopping, il 16,1% per assistere ad un evento.



ISNART



UNIONCAMERE



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio



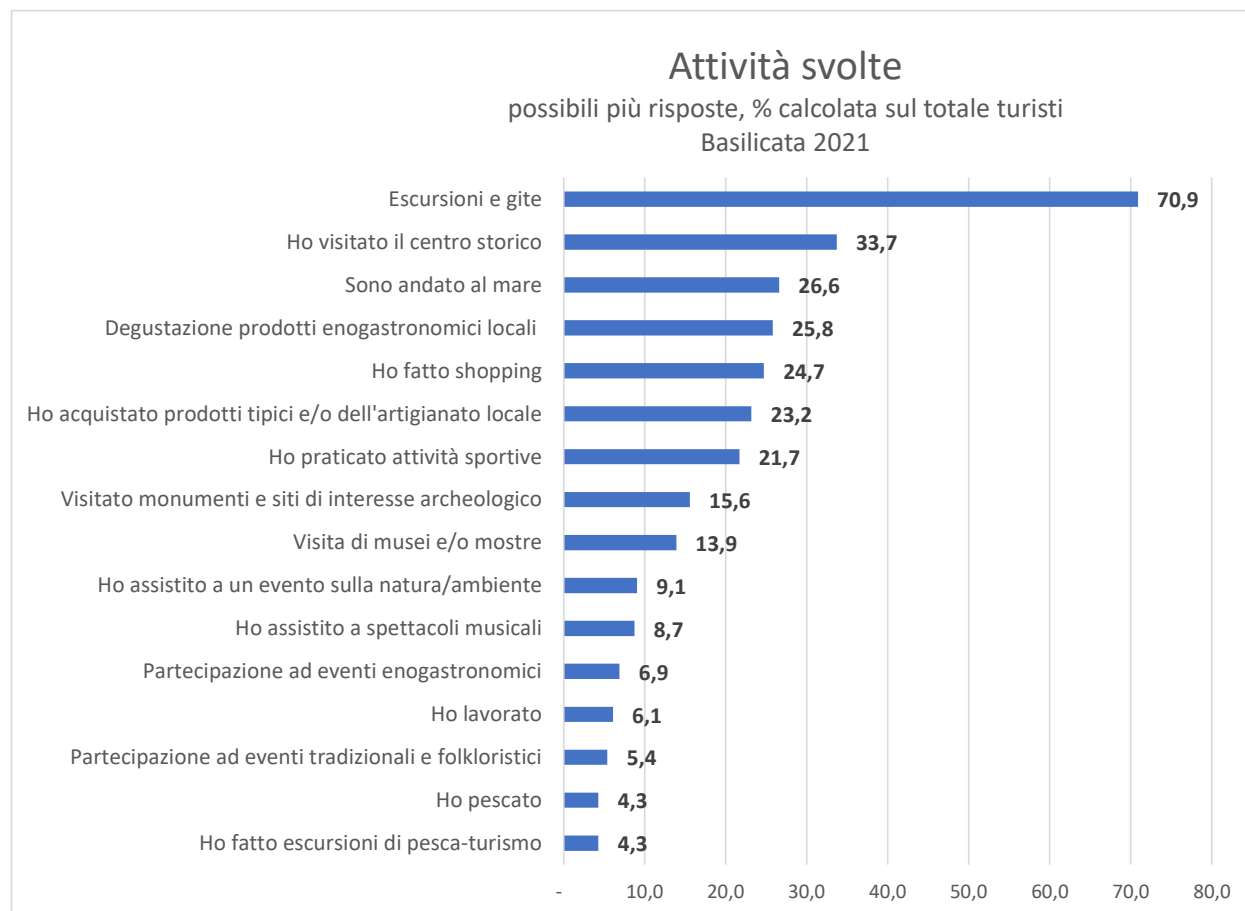
Le attività svolte nel corso della vacanza



Tali orientamenti vengono confermati dalle attività effettivamente svolte dai turisti durante la vacanza.

Dall'indagine condotta, infatti, risulta che: escursioni e gite per godere del patrimonio naturalistico/culturale della regione rappresentano l'attività svolta dal 71% degli intervistati.

Tra le altre attività: visita del centro storico (33,7%) attività di balneazione (26,6%); ; degustazione dei prodotti enogastronomici (25,8%) e shopping (24%).



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

A confermare che la Basilicata sia, tra le regioni, ad offrire una buona diversificazione nell'offerta turistica sono i dati relativi alle spese sostenute.

Al 2021, in Basilicata, infatti, la spesa media giornaliera a persona sostenuta per l'alloggio è pari a 42 euro (2019 circa 47 euro) a fronte dei 76 euro a persona sostenute per le altre tipologie di spesa (2019 = 56 euro).

Tuttavia, i valori di spesa per Alloggio risultano inferiori alla media nazionale pari a 57 euro a persona; al contrario risulta superiore alla media nazionale (73 euro) il valore della spesa media giornaliera a persona per altre tipologie di spesa.

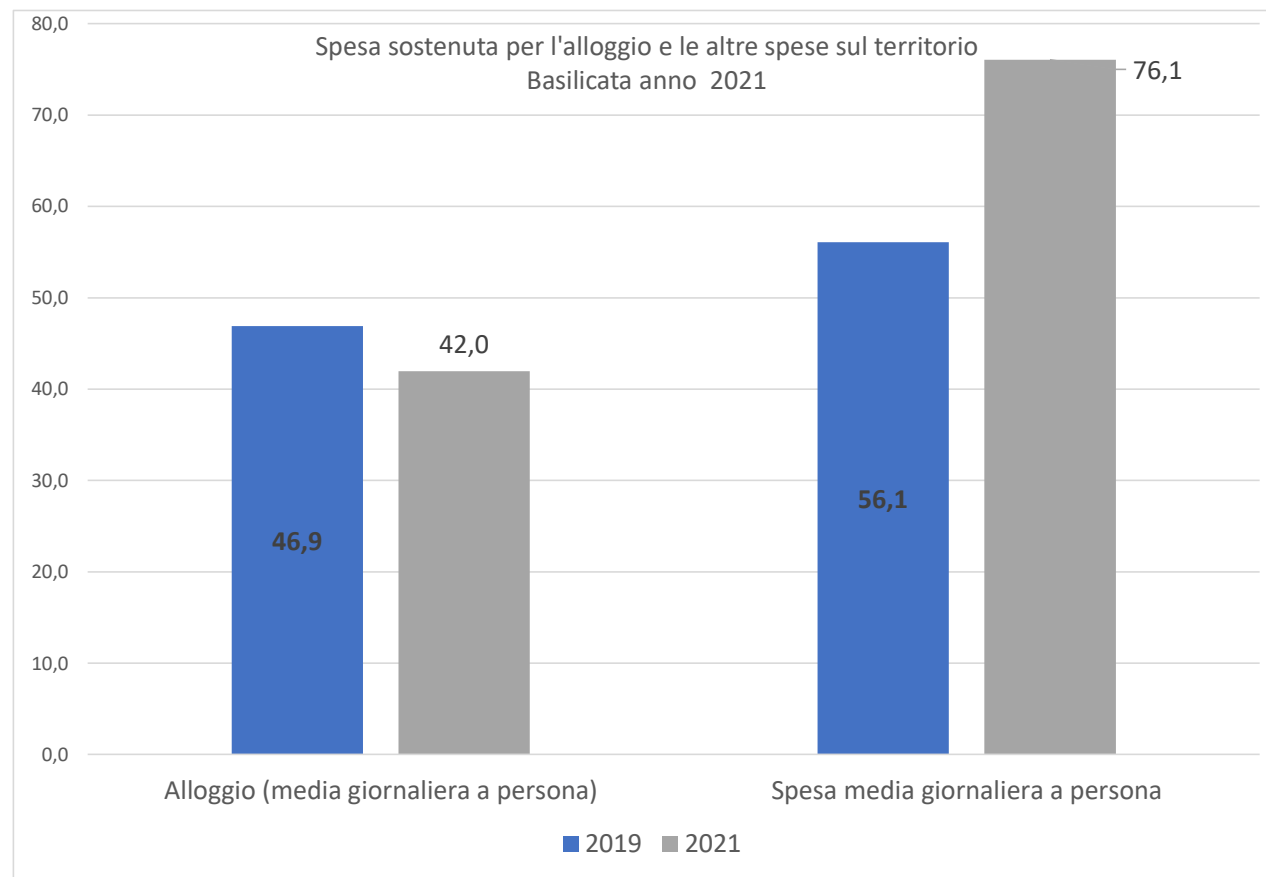


ISNART

La spesa dei turisti



UNIONCAMERE



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

6. L'analisi del Sentiment



Navigando su Simoo++ *Sentiment Analysis – Modalità Pie*



Lo strumento *Sentiment Analysis* di Simoo++ permette di effettuare un'analisi semantica delle destinazioni scelte sulla base di più elementi rilevanti, con rappresentazioni grafiche ad hoc.

La modalità *Pie* crea dei grafici a torta che evidenziano le recensioni su TripAdvisor, sia positive che negative, suddivise in tre macro aspetti semantici: percezione qualità-servizi, esperienza individuale, percezione complessiva.

Osservando il grafico a torta centrale, denominato Esperienza individuale, di tutte le destinazioni della Basilicata, emerge un numero elevato di **recensioni positive dei turisti sui seguenti aspetti regionali**:



L'area **I sassi di Matera e il Parco delle chiese rupestri** registra il più alto numero di recensioni riferite alla dimensione **Cuore (5.610)**, la quale racchiude l'aspetto tipicamente emozionale di un'esperienza vissuta dal turista e che lo spinge ad apprezzare individualmente l'attrattività di Matera e dintorni.





Navigando su Simoo++ *Sentiment Analysis – Modalità Pie*



Osservando il grafico a sx, denominato Percezione qualità servizi, di tutte le destinazioni della Basilicata, emergono le seguenti **recensioni, positive e negative, dei turisti sui seguenti servizi offerti**:



L'area Parco Nazionale del Pollino registra un numero di recensioni positive che si riferiscono al servizio Servizi organizzazione eventi (eventi musicali, teatrali e cinematografici), richiamando un aspetto importante della promozione della regione a livello turistico-territoriale.





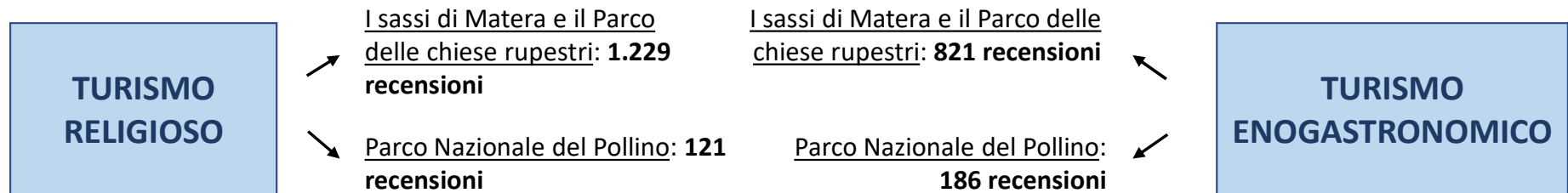
Navigando su Simoo++ *Sentiment Analysis – Modalità Topic*



La modalità *Topic* crea una *cloud* dei prodotti turistici e delle attività svolte più ricorrenti nelle recensioni TripAdvisor sulle singole destinazioni.

I risultati descrivono la Basilicata come una destinazione incentrata sui turismi culturale e religioso, cui si abbina in maniera trasversale quello enogastronomico.

Il turismo predominante a livello regionale è quello culturale, gli altri caratterizzano le destinazioni di interesse secondo la seguente distribuzione:





Navigando su Simoo++ *Sentiment Analysis – Modalità Topic*



Le attività più svolte dai turisti in Basilicata, in linea con i turismi emersi, sono le seguenti:

ESCURSIONI E GITE

VISITE A MUSEI E MOSTRE

**DEGUSTAZIONI DI
PRODOTTI TIPICI LOCALI**

Le attività predominanti a livello regionale sono escursioni e gite, e si fanno anche se non soprattutto a scopo religioso, come nel caso della destinazione I sassi di Matera e il Parco delle chiese rupestri.

Questa ospita santuari e chiese rupestri, edifici scavati nella roccia e dedicati al culto religioso di monaci bizantini e benedettini nell'Alto Medioevo. Ad oggi, si contano **155 chiese rupestri** a Matera e dintorni.

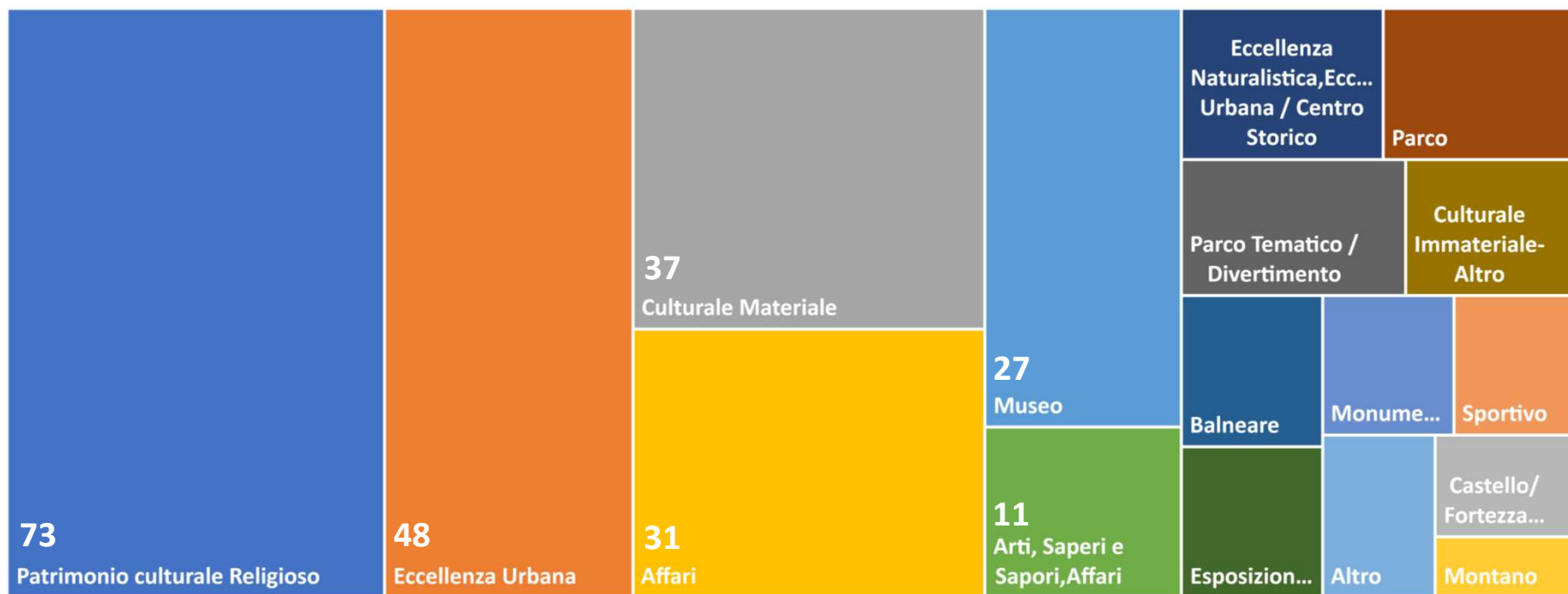




Navigando su Simoo++ Discovery – Fonti «Social»



Gli attrattori della Basilicata recensiti dai turisti



6. Previsioni dei flussi

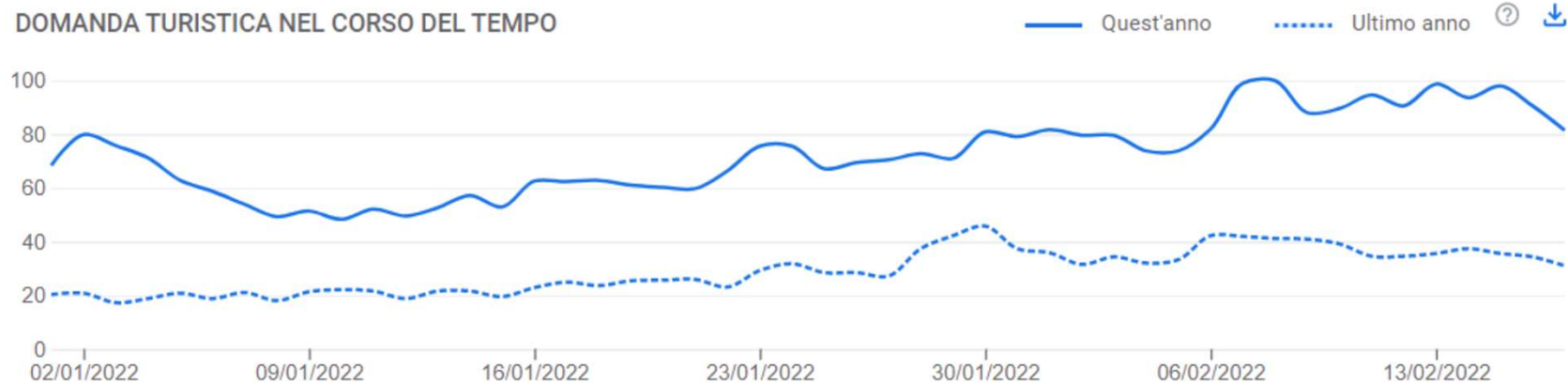


CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Domanda turistica verso la Basilicata per i primi mesi del 2022



UNIONCAMERE



Google Trends - travelinsights

Il trend delle ricerche svolte dagli italiani tramite Google, per prendere informazioni e organizzare le prossime vacanze in Basilicata, mostra una crescita rispetto allo scorso anno: le ricerche on line tra inizio anno e metà febbraio sono più che raddoppiate, facendo prevedere una maggiore fiducia negli italiani sulla possibilità di andare in vacanza nei prossimi mesi.



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

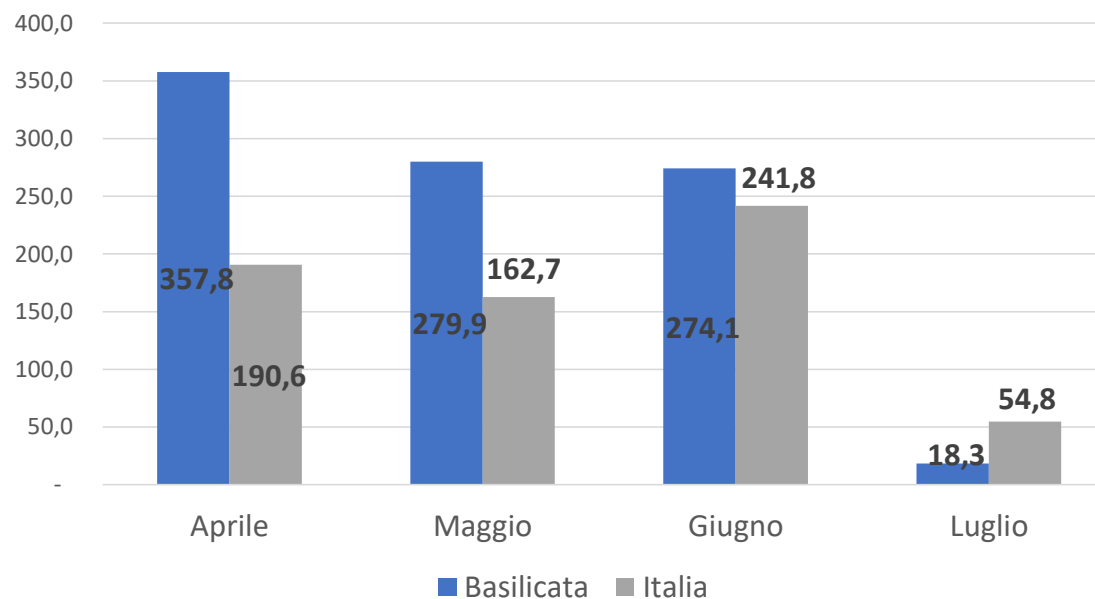
Le prenotazioni previste negli alloggi privati per il 2022



UNIONCAMERE

Osservando i dati sulle prenotazioni negli alloggi privati per i primi mesi del 2022 sul portale Airbnb emerge un forte aumento rispetto allo scorso anno, in linea con l'Italia.

La VAR % delle prenotazioni 2022/2021
(notti prenotate in alloggi privati)
Basilicata



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio, dati Airdna



ISNART

7. Nota metodologica



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA

Nota metodologica



UNIONCAMERE

INDAGINE AI TURISTI

Per monitorare la domanda turistica, nel corso del mese di agosto e dicembre si è svolta una indagine a turisti italiani e stranieri, su un campione di circa 10.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista.

Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati dell'Istat relativi alle presenze per regione e per provincia.

INDAGINE ALLE IMPRESE

Nel corso del mese di settembre e nel mese di dicembre sono state svolte due indagini rivolte alle imprese ricettive italiane. Le indagini hanno lo scopo di monitorare l'andamento della stagione estiva in termini di occupazione camere e le caratteristiche della clientela.

Lo studio è stato realizzato tramite indagine CAWI ed indirizzato ad oltre 100.000 imprese ricettive italiane. All'indagine hanno risposto 2.500 imprese ricettive italiane (tra le strutture alberghiere e extralberghiere).



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA



UNIONCAMERE

Area per la valorizzazione degli ecosistemi Turistici e culturali

Coordinatore Flavia Maria Coccia – f.coccia@isnart.it



ISNART