

OSSERVATORIO SUL TURISMO A MATERA

GIUGNO 2021

Il presente rapporto di ricerca - a cura del Dr. Giovanni Padula, Direttore di CityO Srl - è stato realizzato per la Camera di Commercio di Basilicata.

Si ringrazia per il contributo:
Il Dott. Domenico Amato di Studio Geomatika.

CityO Srl
Via Sebenico 14, 20124 Milano
P. IVA 03641320969
www.cityo.com

INDICE

Executive Summary	4
Introduzione	13
1. Tendenze del turismo nel mondo e in Italia	16
<i>Box 1</i>	
<i>Il turismo genera export</i>	17
1.1 Mondo e Italia prima e durante il covid	18
1.1.1 MONDO	18
1.1.2 ITALIA	21
2. Tendenze del turismo in Basilicata	23
<i>Box 2</i>	
<i>I comuni con dati su arrivi e presenze turistiche</i>	23
2.1 Il turismo in Basilicata nel biennio 2019-2020	24
2.2 Basilicata: turismo culturale e permanenza media	27
2.3 Le aree turistiche in Basilicata	31
<i>Box 3</i>	
<i>Il turismo in Basilicata: Aree Pivot</i>	33
2.4 Evoluzione delle aree turistiche in Basilicata	37
2.5 Matera e le aree turistiche lucane: un confronto	41
3. L'economia del turismo a Matera	47
<i>Box 4</i>	
<i>Il Conto Satellite del Turismo</i>	47
3.1 Tendenze del turismo a Matera: arrivi e presenze	48
3.2 Evoluzione dell'offerta ricettiva a Matera	54
3.3 I fattori trainanti del turismo a Matera	57
<i>Box 5</i>	
<i>Le radici del boom turistico a Matera</i>	63
3.4 Stima degli escursionisti e della spesa turistica	64
3.4.1 Gli escursionisti	65
3.4.2 Stima della spesa turistica media giornaliera	65
3.5 Impatto del settore turistico sul PIL a Matera	66
3.6 Impatto del turismo sul settore immobiliare	69
4. Matera: un confronto con le altre città d'arte	71
5. Il settore congressuale a Matera	77
5.1 Il settore dei meeting e congressi a Matera	77

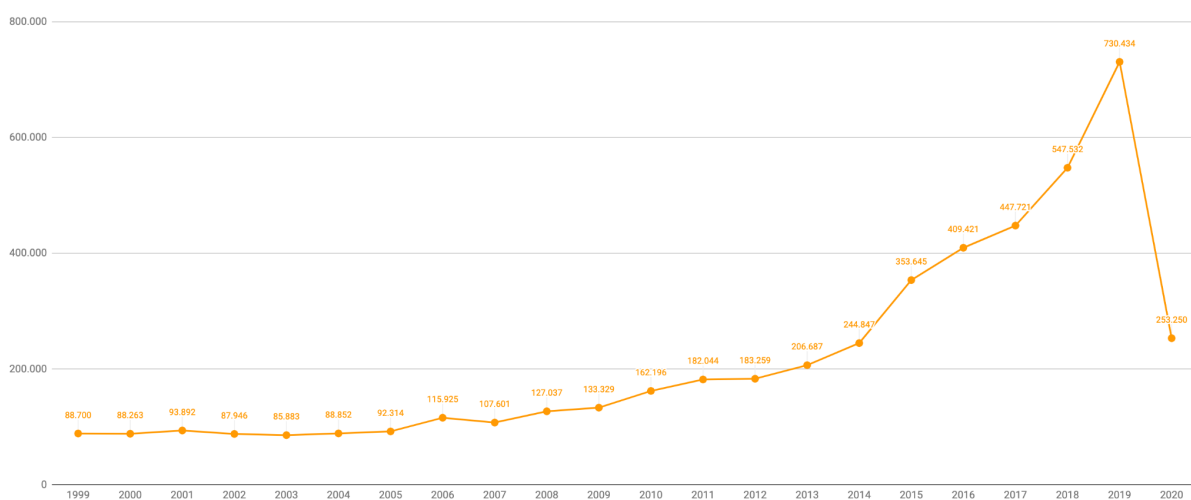
<i>Box 6</i>	
<i>L'industria congressuale</i>	78
5.2 Il settore congressuale in Italia: evoluzione del mercato	81
5.3 La struttura del settore congressuale a Matera	85
5.4 Adattamento del settore ai cambiamenti del mercato	94
6. La distribuzione urbana dell'offerta ricettiva a Matera	96
7. Il turismo a Matera: uno sguardo sul futuro	107
<i>Box 7</i>	
<i>Prospettive a breve termine del turismo a Matera</i>	107
7.1 Come cambia il turismo a livello globale e nazionale	109
VARIABILI SIGNIFICATIVE A LIVELLO NAZIONALE E GLOBALE	110
7.2 Come cambia l'offerta turistica locale	112
VARIABILI SIGNIFICATIVE PER L'OFFERTA LOCALE	112
Appendice A	
Statistiche Istat, definizione di Località turistiche e database CityO	114
Appendice B	
Turismo e Capitale Europea della Cultura: confronto tra città ECoC	119

Executive Summary

Il 2021 è l'anno - si spera - della fuoriuscita dalla pandemia ma è anche l'anno - con la svolta *green* dell'Unione Europea, il Next Generation EU e l'approvazione del PNRR - in cui l'Europa e il mondo iniziano seriamente a fare i conti con il cambiamento climatico e la transizione energetica. Come il resto dell'economia, anche il turismo è al centro di questa grande trasformazione.

Secondo le nostre stime l'economia turistica "allargata" è arrivata a generare a Matera nel 2019 almeno il 15% del suo prodotto interno lordo comunale. Se si prova a tener conto del turismo sommerso, il suo peso sul pil comunale può essersi attestato nel 2019 intorno al 20%. Siamo di fronte ad una crescita che per intensità non sembra avere precedenti tra le città europee legate all'economia del turismo: tra il 2014 e il 2019 - prima del crollo del 2020 - i pernottamenti a Matera sono triplicati, passando da 244.847 a 730.434 presenze nelle strutture ricettive della città.

Variazione delle presenze turistiche a Matera 1999-2020



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

Un ruolo chiave in questa crescita è stato certamente giocato dall'evento "Capitale Europea della Cultura" (ECoC), celebrato a Matera nel 2019 dopo un'incubazione di almeno un quinquennio. Nella storia recente delle Capitali Europee della Cultura, Matera è la città che ha messo a segno il tasso di crescita più alto delle presenze turistiche nel periodo antecedente l'evento. Non va tuttavia dimenticato che la città era già da tempo una meta turistica emergente a livello internazionale.

Proprio perchè Matera è partita da queste "vette", il 2020 ha rappresentato, con l'irrompere della pandemia e il crollo dei flussi turistici, una netta inversione di tendenza con un impatto pesante sull'economia della città. Lo shock economico e sociale causato dalla pandemia globale ha letteralmente congelato e mandato in crisi l'intero settore turistico e dei viaggi, con un drammatico impatto sulla domanda e sull'offerta, desertificando per lunghi mesi le mete turistiche del mondo.

In un solo anno le presenze a Matera sono crollate del 65,33% a quota 253.250: un risultato determinato dalla discesa delle presenze dei turisti italiani da 524.850 a 219.807 (-58,12%) e dalla virtuale "scomparsa" del turismo straniero che nel 2020 si è ridotto a 33.443 presenze (-83,73%) contro i 205.584 pernottamenti del 2019. La città di Matera è così tornata ai livelli del 2014 quando le presenze totali erano state pari a 244.847.

Il prevedibile processo di recupero delle economie turistiche coinciderà con un periodo di grande trasformazione di tutti i settori economici.

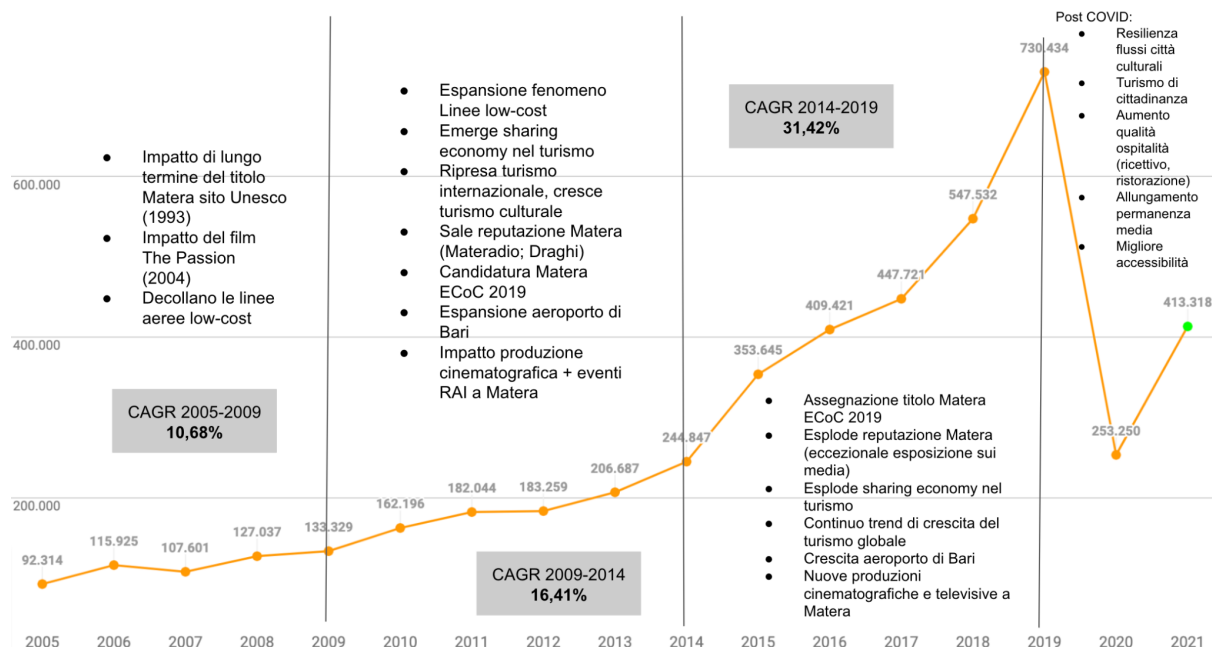
Per anticipare il futuro del turismo non possiamo quindi limitarci a ripercorrere il suo recente passato. Dobbiamo anche sforzarci di anticipare quale futuro si prospetta per il turismo, con la consapevolezza - nel caso di Matera e della stessa Basilicata - che ci troviamo di fronte ad una risorsa ormai centrale per l'economia della città e della regione.

E' necessario sforzarsi di capire quali variabili chiave stanno cambiando nel settore turistico e come e perchè i fattori trainanti del turismo nel prossimo quinquennio saranno per molti versi nuovi rispetto ai driver che hanno caratterizzato il periodo del boom a Matera tra il 2014 e il 2019.

Al momento di completare questo report, giugno 2021, si manifestano chiari segnali di ripresa per la seconda metà dell'anno, con prospettive di recupero per gli anni a venire. Secondo le nostre previsioni il peso del recente passato potrebbe continuare ad esercitare un effetto positivo sui flussi turistici a Matera grazie soprattutto agli effetti di una domanda potenziale di turismo - nutrita nel tempo dal "formarsi" dell'evento europeo - ancora parzialmente insoddisfatta (*pent-up demand*): è prevedibile che il rilancio passi attraverso tassi di crescita a due cifre delle presenze, sia per il turismo di origine nazionale che per quello di origine internazionale.

Un confronto tra alcune fasi nell'arco di tempo 1999-2020 illustra i driver dell'ascesa turistica di Matera; il grafico mostra inoltre l'impatto della pandemia e offre una "simulazione" della possibile dimensione della ripartenza del settore a Matera nel 2021 (si veda sezione 3.3).

I driver del turismo a Matera 2005-2019, effetto covid 2020 e simulazione 2021



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - 2021: nostra simulazione

CAGR: tasso di crescita annuo composto

Questo rapporto dedica gran parte dei capitoli ad un'analisi retrospettiva del turismo a Matera, aggiornata al 2020 (capitoli 1-6): esamina le tendenze turistiche in un ampio arco di tempo, con una specifica attenzione agli anni che hanno condotto verso l'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019.

Tre approfondimenti servono a misurare l'eccezionale crescita del turismo a Matera.

Un primo approfondimento analizza la performance di Matera - come città d'arte in grado di attrarre flussi di turismo culturale - in rapporto ad altre città d'arte italiane.

Un secondo originale approfondimento riguarda il settore dei congressi e dei meeting a Matera: abbiamo provato a stimare il suo peso sul settore turistico della città e il suo posizionamento in relazione ai cambiamenti tecnologici e di mercato che caratterizzano questo comparto in Italia e nel mondo.

Un terzo approfondimento analizza da un punto di vista più specifico la crescita dell'offerta

ricettiva, facendo emergere la distribuzione territoriale delle strutture, sia alberghiere che extra-alberghiere.

Allo stesso tempo, il nostro studio prova anche a far luce sulle prospettive del turismo

(capitolo 7). In una situazione normale si partirebbe dai dati del passato recente per incrociare tendenze emergenti e gettare in tal modo lo “sguardo sul futuro”. Inutile dire che, alla luce di quanto è accaduto, con gli impatti combinati della pandemia e delle trasformazioni economiche globali, il passato serve solo fino ad un certo punto per alimentare previsioni e scenari. Il *peso* del recente passato, che per Matera e la Basilicata ha coinciso con un’ascesa straordinaria della notorietà turistica internazionale, sembra avere ora un rilievo minore di fronte alle incognite del futuro emergente.

L’interesse degli operatori e degli analisti attorno al futuro del turismo nasce anche dal tentativo di capire se in seguito alla pandemia non ci si trovi di fronte ad uno spartiacque tra “il prima e il dopo”; se gli elementi di continuità finiranno per prevalere su quelli di rottura o se invece il nuovo prevedibile assetto del settore sarà diverso in molti elementi fondamentali da quello che il passato ci ha consegnato e che siamo abituati a riconoscere.

Uno sguardo sul passato: il decennio 2010-2019

Nel decennio 2010-2019 Matera ha visto crescere sensibilmente arrivi e presenze. E’ diventata a tutti gli effetti una meta turistica affermata a livello nazionale ed una destinazione di calibro internazionale.

I dati al 2019 fotografano l’eccezionale boom di Matera. Nel periodo 2014-2019 le presenze a Matera sono cresciute di oltre il 198%. Anche in un confronto a livello nazionale, e in un arco di tempo più ampio che parte nel 2010, Matera conferma il suo primato in termini di tasso di crescita dei flussi turistici: tra le città d’arte italiane è stato stabilmente il centro con i progressi di gran lunga più forti.

Come già sottolineato, il trend più recente dell'ascesa turistica di Matera è stato senza dubbio alimentato dalla candidatura della città a Capitale Europea della Cultura 2019 e dalla successiva assegnazione del titolo nell'ottobre 2014: questo riconoscimento ha prodotto un'accelerazione di un trend di crescita del turismo che, come vedremo di seguito, affonda le sue radici negli anni '80.

Se prendiamo in considerazione gli anni intercorsi tra il 2014, l'anno della designazione di Matera a Capitale Europea della Cultura, e il 2019, quando la città e la regione hanno ospitato l'evento, le presenze turistiche sono cresciute del 198% (Tab. 5); nello stesso periodo 2014-2019, nessuna città d'arte italiana, confrontabile con Matera, ha visto crescere le presenze agli stessi ritmi.

Sulla base dei dati disponibili e delle stime sul turismo a Matera nel 2019, abbiamo anche condotto un confronto internazionale tra città che hanno ospitato l'evento ECoC (Appendice B). Da questo confronto emerge come Matera (con un +56%) abbia prodotto la crescita delle presenze turistiche più consistente, nel lasso di tempo considerato, rispetto a tutte le città ECoC a partire almeno dal 2007. L'arco di tempo considerato è di quattro anni e il confronto si basa sulla crescita, in ogni città, tra la media delle presenze nei tre anni precedenti l'evento e le presenze registrate nell'anno dell'evento.

Matera è diventata anche una porta d'ingresso di visitatori non solo al resto della Basilicata ma anche ai comuni limitrofi pugliesi del Parco dell'Alta Murgia. Questo ruolo di porta d'ingresso va senz'altro sfruttato meglio e potenziato, ma già ora è in grado di produrre effetti evidenti come dimostrano i tassi di crescita dei pernottamenti in due centri del Parco dell'Alta Murgia come Altamura e Santeramo a partire dal 2014 (Tab. 17).

Senza dubbio questi risultati offrono una chiara indicazione per le regioni del Sud, storicamente limitate nell'esprimere il potenziale delle proprie risorse economiche: quando un settore sottoutilizzato dell'economia del Mezzogiorno viene valorizzato, in questo caso il

turismo e i settori ad esso collegati, la crescita che ne deriva può essere molto forte e può contribuire alla crescita dell'intero Paese.

Il grande evento del 2019 ha suggellato - non solo a Matera ma anche in Basilicata - questo percorso di valorizzazione delle risorse.

Come punta di diamante del turismo regionale, Matera genera infatti una quota crescente degli arrivi in Basilicata, flussi di turisti che possono potenzialmente dirigersi verso altre località lucane.

Il paniere di risorse turistiche della regione non si limita infatti alla città dei Sassi: è tradizionalmente vario e viene completato da altre due centri turistici che insieme a Matera abbiamo definito le "Aree Pivot": il turismo borgo-mare di Maratea e i centri balneari della Costa Jonica. A questi centri turistici principali si aggiungono altre aree: il Vulture, il comprensorio del Pollino, la Val d'Agri e una serie di borghi e piccoli centri. Gran parte di questi piccoli centri sono ancora poco visitati, si trovano nelle zone interne della regione e posseggono un elevato potenziale nel turismo che sposa natura, cultura, paesaggio, escursionismo ed enogastronomia (Tab. 3).

Per avere un'idea del peso crescente dell'economia turistica di Matera 1999 su quella della Basilicata nel suo complesso basta pensare che nel 1999 Matera faceva registrare un turista in arrivo su dieci nella regione; in quello stesso anno i turisti stranieri in arrivo rappresentavano il 15% del totale in arrivo in Basilicata. Nel 2018 a Matera ha fatto capo oltre il 38% degli arrivi turistici totali e ben il 66% degli arrivi internazionali della regione.

Il biennio 2019-2020 fa da spartiacque tra un periodo di forte crescita del turismo - e di importanti ricadute economiche - e la nuova fase. Dopo la "rottura" della pandemia, per gli attori del territorio coinvolti nel settore turistico e nelle industrie collegate si aprono nuove storiche sfide: bisognerà da un lato provare a dare continuità ai risultati ottenuti, inserire altre aree nei circuiti di vista e aprire nuovi fronti di sviluppo del turismo; dall'altro lato sarà

necessario un comune impegno per controbilanciare alcuni squilibri provocati da una crescita molto rapida della domanda e dell'offerta turistica che apparivano già chiari nel 2019 - e affrontare al tempo stesso le trasformazioni e le sfide globali. Va ribadito che le radicali trasformazioni all'orizzonte rappresentano anche un'opportunità per affrontare e risolvere gli squilibri in una logica di sostenibilità ambientale economica e sociale del turismo.

Uno sguardo sul futuro: dalla crisi del 2020 alla ripresa

Nel provare a “gettare uno sguardo sul futuro”, abbiamo adottato in questo report un approccio il più possibile improntato all'equilibrio, cercando di capire quali *driver* muoveranno nei prossimi anni i flussi turistici verso Matera ed in che modo i cambiamenti innescati - o resi più rapidi - dalla pandemia influenzeranno a loro volta i fattori trainanti di questi flussi. Un punto importante consiste nel provare a distinguere tra cambiamenti temporanei innescati dalla pandemia e cambiamenti permanenti - alcuni dei quali avrebbero comunque fatto la comparsa sulla scena del settore turistico - ma che la crisi sanitaria ha finito per far emergere imprimendo loro un'accelerazione.

Cerchiamo in tal modo di verificare se e in che misura il passato recente può continuare ad esercitare il proprio impatto in un settore in cui la forza emergente delle nuove tendenze avrà di certo un peso determinante sul futuro assetto del turismo a Matera, in Basilicata e nel mondo.

A partire dal 2022 la forza di inerzia di Matera ECoC 2019 è destinata ad esaurirsi di fronte alle nuove forze trainanti del turismo: digitale, sostenibilità ambientale, condizione dei trasporti e dell'accessibilità, qualità dell'esperienza turistica e dell'offerta ricettiva.

Un possibile esito è che i tassi medi di crescita delle presenze siano meno pronunciati del decennio 2010-2019 ma in linea con i tassi di crescita delle mete di turismo culturale entrate in una **fase matura** del loro ciclo di vita.

A conclusione del lavoro vengono avanzate alcune ipotesi sugli scenari attesi e sulla dimensione dei flussi che potranno verificarsi a partire dal 2022.

Introduzione

L'Osservatorio sul turismo a Matera cerca di coprire un vuoto di analisi che si trascina da tempo. Il settore turistico è ormai diventato un settore strategico non solo a Matera ma per la regione Basilicata nel suo complesso. Tuttavia l'ultima ricerca esplicitamente dedicata all'analisi dei dati del turismo in Basilicata risale all'aprile 2016¹.

Da allora l'Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata (APT Basilicata) ha continuato a produrre regolarmente ogni anno un ricco e articolato bagaglio di dati statistici a cui però non sono più seguite analisi interpretative di taglio economico sul fenomeno turistico nella regione e nelle sue diverse aree geografiche.

La Camera di Commercio di Basilicata ha deciso quindi di riprendere la produzione di un osservatorio sul turismo, partendo dall'analisi del fenomeno dalla città di Matera, l'area che ha visto crescere con più forza questo settore negli ultimi anni. A questa prima analisi farà seguito una ricerca su scala regionale in modo da avviare di nuovo, su base regolare, la produzione di un osservatorio del turismo dell'intera regione Basilicata.

Al momento dell'elaborazione del presente report, la serie storica dei dati ufficiali sui flussi turistici in Basilicata (arrivi e presenze) arriva fino al 2020. Mentre la serie storica dei dati ufficiali di fonte Istat su arrivi e presenze nelle altre regioni e comuni italiani si spinge fino al 2019. Per l'Italia nel suo complesso i dati aggregati a livello nazionale su arrivi e presenze turistiche sono aggiornati al terzo trimestre del 2020.

Sul fronte dei dati internazionali l'organizzazione mondiale del turismo, la UNWTO, ha aggiornato le statistiche a tutto il 2020.

¹ L'ultimo rapporto reso pubblico è "Il consuntivo del turismo lucano nel 2015" a cura di Unioncamere Basilicata, aprile 2016.

L'Osservatorio del turismo a Matera prende in considerazione un lungo arco di tempo: si sofferma sul 2019 - l'anno record del turismo a Matera e in Basilicata grazie all'onda creata dall'evento Matera Capitale Europea della Cultura - e incorpora i dati 2020, illustrando quindi l'impatto dirompente della pandemia sui flussi turistici.

L'analisi prende le mosse da una sintesi delle tendenze del turismo a livello internazionale e nazionale (capitolo 1); illustra l'evoluzione del turismo in Basilicata, mostrando in particolare le tendenze nelle diverse aree geografiche della regione ed evidenziando il ruolo propulsivo giocato da Matera (capitolo 2).

Segue quindi un'analisi ampia del fenomeno turistico nella città di Matera, portando in primo piano un'interpretazione dei fattori trainanti che hanno reso per molti versi "eccezionale" l'ascesa turistica della città e proponendo una stima del peso di questo settore e dei suoi impatti nell'economia locale (capitolo 3). Viene offerto un quadro aggiornato sia della domanda (arrivi e presenze) sia dell'offerta ricettiva. Viene offerta una stima degli investimenti nel settore ricettivo - e del loro impatto sul pil locale - e vengono sottolineati gli inevitabili problemi legati ad una progressione che ha portato con sé squilibri sul lato della qualità delle strutture.

L'analisi del fenomeno turistico a Matera è completata da una serie di approfondimenti.

Un primo approfondimento analizza la performance di Matera - come città d'arte in grado di attrarre flussi di turismo culturale - in rapporto ad altre città d'arte italiane (capitolo 4).

Un secondo originale approfondimento riguarda il settore dei congressi e dei meeting a Matera (capitolo 5): abbiamo provato a stimare il suo peso sul settore turistico della città e il suo posizionamento in relazione ai cambiamenti tecnologici e di mercato che caratterizzano questo comparto in Italia e nel mondo.

Un terzo approfondimento analizza da un punto di vista più specifico la crescita dell'offerta ricettiva, facendo emergere la distribuzione territoriale delle strutture, sia alberghiere che

extra-alberghiere (capitolo 6).

Nel capitolo 7 viene gettato uno sguardo sul futuro: proviamo a mettere in evidenza i fattori che nei prossimi anni avranno un maggiore impatto sulle trasformazioni del settore turistico, con una particolare attenzione alle caratteristiche dell'economia del turismo a Matera.

1. Tendenze del turismo nel mondo e in Italia

L'irrompere della pandemia sulla scena internazionale non deve mettere in ombra le tendenze del turismo prevalenti prima che l'impatto di questo eccezionale evento di rottura riportasse indietro di anni le lancette dei flussi turistici.

In questo capitolo fotografiamo quindi lo stato del settore al 2019 e la portata del crollo nel 2020.

Prima del 2020 era infatti proseguito il buon andamento dei flussi turistici nel mondo e in Italia, una tendenza che ha premiato anche le località turistiche della Basilicata, con differenze non trascurabili tra le principali aree della regione.

E' opportuno sottolineare che le dinamiche positive del turismo nazionale e internazionale hanno trovato un riflesso nella crescente attrattività di Matera e della Basilicata verso la componente di visitatori italiani e stranieri motivati dal "turismo culturale". Si tratta di una componente in costante crescita nei flussi internazionali di turismo.

Grazie soprattutto al ruolo trainante della città dei Sassi, la Basilicata ha gradualmente intensificato le proprie relazioni con l'economia globale, agganciandosi di fatto anche nel settore turistico alle dinamiche dei mercati internazionali.

La tendenza ad attirare sempre più turisti internazionali viene ora messa in discussione dall'impatto a medio termine della pandemia. Si tratta di un fenomeno da monitorare con attenzione nei prossimi mesi e nei prossimi anni.

Il turismo internazionale tende infatti ad accompagnarsi ad una spesa media pro capite più alta rispetto al turismo di origine nazionale. Un legame forte con il turismo

internazionale offre alla regione una significativa fonte di esportazioni, così come oggi avviene - in misura ovviamente ben superiore - per i settori che hanno determinato negli ultimi anni le buone performance dell'export lucano, ovvero la produzione automobilistica (FCA a Melfi e suo indotto) e il settore estrattivo della Val d'Agri².

Box 1**Il turismo genera export**

Per un territorio dotato di risorse culturali e ambientali attrattive, il turismo può rappresentare un'importante componente dei settori *tradable*, i settori con beni o servizi che possono essere venduti lontano dall'area di produzione.

Questi settori possono generare importanti flussi di esportazioni dalla regione verso i mercati nazionali e internazionali.

Il settore turistico è *tradable* perchè esporta l'appeal di un territorio (la capacità attrattiva delle sue risorse materiali, immateriali e naturali) attirando i turisti e spingendoli a consumare una parte del reddito prodotto nei loro luoghi di residenza dentro i confini della regione e delle città che essi visitano.

In altri termini il turismo è un settore di esportazione nella misura in cui attira potere d'acquisto prodotto all'esterno della regione e, attraverso le spese dei turisti, lo trasforma in fatturato per aziende e organizzazioni dei settori locali *non tradable*, come ristoranti, alberghi, trasporti urbani e regionali, musei, ecc.

² Secondo il rapporto della Banca d'Italia sulla Basilicata (*Economie regionali, L'economia della Basilicata*, n. 17, giugno 2019) il comparto *automotive* è arrivato a generare l'80% del totale delle esportazioni regionali della Basilicata nel 2018, con una crescita di oltre il 5% rispetto all'anno precedente.

Sempre nel 2018 le esportazioni del settore estrattivo sono in realtà diminuite rispetto all'anno precedente.

Al netto delle oscillazioni annuali, il contributo all'export della Basilicata ha avuto origine negli ultimi anni da questi due settori. Il contributo del turismo all'export internazionale della Basilicata è oggi molto più limitato. Il settore turistico è importante per il suo contributo all'export fuori regione attraverso il quale viene attivata in misura significativa la produzione di settori *non tradable* della regione (vedi Box 1, *Il turismo genera export*).

In particolare il turismo genera export internazionale in senso stretto - attirando visitatori provenienti dall'estero - e contribuisce all'export verso altre regioni del Paese attirando visitatori nazionali.

1.1 Mondo e Italia prima e durante il covid

1.1.1 MONDO

Sul fronte mondiale anche nel 2019 abbiamo assistito ad una conferma del trend storico positivo del settore turistico interrotto drasticamente dall'insorgere della pandemia nel 2020.

Anche se inferiore ai livelli degli anni precedenti, l'incremento degli arrivi del turismo internazionale nel 2019 è stato l'ultimo anello di una sequenza di crescita ininterrotta, paragonabile a quella degli anni '60.

Come mostra la tabella 1, i dati della World Tourism Organization (UNWTO) fissano a quota 1,46 miliardi il nuovo massimo storico toccato dagli arrivi dei turisti internazionali nel 2019 nell'insieme dei paesi del mondo, con un aumento del 3,8% rispetto al 2018.

Tab. 1 Arrivi turistici internazionali 2016-2020

	Milioni					Quota %			Variazioni %		
	2016	2017	2018	2019	2020*	2018	2019	2020*	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Mondo	1.241	1.328	1.413	1.466	398	100	100	100	6,4	3,8	-72,9
Economie avanzate	687	730	761	777	212	53,9	53,0	53,3	4,2	2,1	-72,7
Economie emergenti	554	598	651	689	186	46,1	47,0	46,7	8,9	5,8	-73,0

Fonte: UNWTO, World Tourism Barometer - Maggio 2021

* Dati provvisori

La propagazione del covid-19 a livello globale ha provocato un crollo senza precedenti dei

flussi turistici internazionali: il calo del 73% degli arrivi turistici internazionali nel 2020 rispetto all'anno precedente è in assoluto il peggiore mai registrato da quando sono compilate le statistiche mondiali sul turismo.

Le previsioni del UNWTO indicano un calo del turismo internazionale anche nel primo trimestre 2021 (-83% rispetto allo stesso periodo del 2020). Il panel di esperti intervistati dal UNWTO prevede un moderato aumento dei flussi turistici nel mondo nel corso dei mesi rimanenti del 2021; tuttavia solo il 40% di questi esperti crede in un potenziale recupero alla fine dell'anno in corso. Regna incertezza anche sui tempi di ritorno ai livelli del 2019: quasi la metà degli esperti intervistati non si aspetta che ciò accada prima del 2024 e solo una minoranza (37%) crede in un recupero completo entro il 2023³.

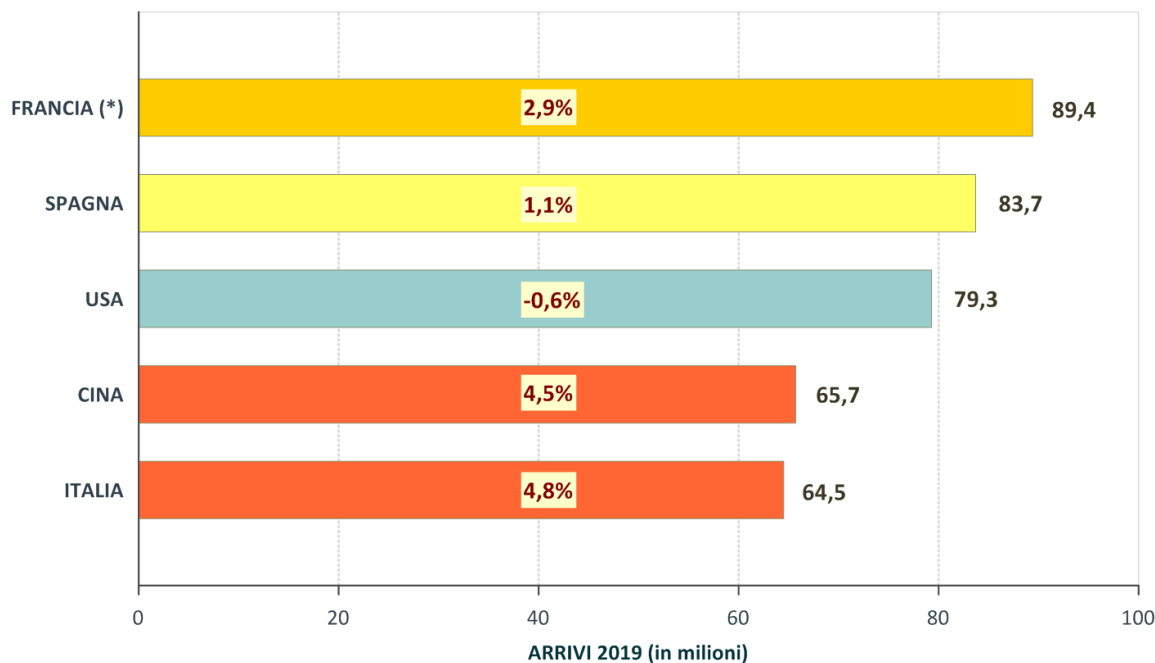
Si tratta di previsioni che possono variare a seconda delle caratteristiche della meta turistica finale e, in particolare, a seconda del tipo di turismo in essa prevalente.

Nel contesto internazionale favorevole fino al 2019, l'Italia è stata in grado di intercettare una fetta significativa dei flussi turistici internazionali (Fig 1), portando la propria quota di mercato dei ricavi turistici internazionali dal 3,1% del 2016 al 3,4% del 2019 e confermando il quinto posto mondiale come meta preferita dai turisti che si spingono oltre frontiera, con 64,5 milioni di arrivi internazionali (dati UNWTO⁴).

Fig. 1 Primi 5 Paesi nel mondo per arrivi internazionali nel 2019 (in milioni) e tasso di crescita arrivi 2019/2018

³ UNWTO World Tourism Barometer - Maggio 2021 (EXCERPT)

⁴ UNWTO World Tourism Barometer: Volume 18 - Numero 2, Maggio 2020. Un risultato ancora più significativo perché ottenuto parallelamente al forte recupero registrato in importanti mete turistiche in Francia, Egitto e Turchia, Paesi che nel 2016 avevano subito cali di varia entità in seguito agli attentati da cui erano stati colpiti.



(*) I dati della Francia si riferiscono al 2018, non essendo ancora disponibile la stima per il 2019

Fonte: UNWTO

Nota: L'intensità dei colori delle barre è riferita ai Tassi di Crescita

E' poco significativo riproporre un'analoga classifica per il 2020: la pandemia ha avuto effetti diversi sui flussi internazionali a seconda dei paesi e dei territori.

Va comunque sottolineato che il "turismo culturale" - segmento chiave per l'economia turistica di Matera e per la Basilicata in generale - rappresenta una componente in costante crescita nei flussi internazionali del settore e questa tendenza va attentamente osservata nel corso del 2021 e degli anni a venire.

Secondo un'indagine della UNWTO⁵ la dimensione di mercato del turismo culturale in diversi Paesi - almeno nel periodo pre-pandemia - può essere collocata intorno a una media del 35-36%. Inoltre la stessa indagine indicava previsioni di crescita per questo settore da parte della stragrande maggioranza degli esperti intervistati in 38 nazioni. Va ora verificata la

⁵ UNWTO, Tourism and Culture Synergies, 2018

tenuta di queste previsioni nella fase post-pandemia.

1.1.2 ITALIA

Sul fronte nazionale, i dati ISTAT del 2020 sono al momento (giugno 2021) ancora incompleti e si riferiscono ai primi nove mesi del 2020. L'impatto della pandemia è stato meno devastante in Italia rispetto alle tendenze internazionale ma non meno grave, se si pensa soprattutto al peso del settore nell'economia italiana.

In Italia il calo degli arrivi turistici rispetto allo stesso periodo del 2019 è del 55,9%, mentre le presenze scendono del 50,9%. Per le presenze si tratta di un crollo in valore assoluto di 192 milioni di pernottamenti rispetto al periodo gennaio-settembre 2019.

I dati Istat pre-pandemia avevano confermato una crescita del turismo in Italia a livelli record.

Nel 2019 si è infatti assistito in Italia, per il sesto anno consecutivo, ad una crescita del turismo domestico rispetto all'anno precedente; anche il turismo estero nelle località italiane ha fatto registrare un nuovo incremento rispetto al 2018. Questa combinazione favorevole di turismo domestico e internazionale ha spinto oltre quota 130 milioni gli arrivi e oltre quota 434 milioni le presenze in Italia nel 2019 (Fig. 2).

Inoltre, secondo i dati dell'indagine campionaria sul turismo internazionale della Banca d'Italia, è proseguita anche nel 2019 la crescita della spesa dei viaggiatori stranieri in Italia, attestandosi a €44,3 miliardi, con un +6,0% rispetto all'anno precedente.

Fig. 2 Arrivi e presenze totali e spesa degli stranieri in Italia, 2019

TURISMO IN ITALIA 2019



Fonte: ISTAT, Banca d'Italia -

I sei anni di crescita continua del turismo domestico in Italia fino al 2019 hanno fatto da spartiacque tra il prolungato impatto negativo dell'ultima crisi economica globale - che a partire dal 2008 aveva a lungo tenuto sotto pressione la capacità di spesa delle famiglie, abbassando la propensione degli italiani ai viaggi e alla vacanza - e la nuova fase di crisi internazionale aperta dal Covid-19 nel 2020.

Così come sui mercati internazionali del turismo, anche in Italia esiste un ampio ventaglio di previsioni riguardo al tempo necessario - una volta messa alle spalle l'emergenza sanitaria globale - per tornare ad un trend di stabile ripresa degli arrivi e delle presenze.

Questa incertezza si riflette anche sulle economie turistiche regionali e locali, come in Basilicata e nella città di Matera.

2. Tendenze del turismo in Basilicata

In questa sezione illustriamo in sintesi alcuni dati turistici della Basilicata prima di passare all'analisi centrale del turismo nella città di Matera. In particolare illustriamo:

- le tendenze generali dei flussi turistici in Basilicata (2.1).
- l'andamento della permanenza media dei turisti nelle strutture ricettive della regione (2.2).
- le diverse aree turistiche in cui può essere suddivisa la Basilicata (2.3).

Box 2

I comuni con dati su arrivi e presenze turistiche

E' utile fare una breve premessa relativa ai dati su arrivi e presenze in Basilicata che saranno trattati nelle prossime pagine. Su 131 comuni lucani solo una parte mostra un valore delle presenze turistiche superiore alla soglia minima che permette di rendere pubblici i dati; negli altri comuni il valore di arrivi e presenze è molto basso e/o tale da rendere riconoscibile la struttura ricettiva associata a tali flussi: in questi casi il dato per comune viene oscurato e reso pubblico solo il dato complessivo a livello provinciale, regionale o di area turistica di riferimento.

Tra marzo e aprile di ogni anno l'APT Basilicata pubblica i dati sul turismo regionale relativi all'anno precedente: per il 2020 sono stati resi noti i dati su arrivi e presenze per 20 dei 131 comuni della Basilicata, mentre nel 2019 i comuni con dati sopra soglia erano stati 23.

L'Istat verifica i dati pubblicati dalle regioni e qualche mese dopo - tra ottobre e novembre - rende disponibili i dati sul turismo dell'anno precedente in Italia disaggregati a livello comunale. L'Istat segue criteri relativi ai comuni sopra soglia diversi dai criteri delle regioni e diffonde dati sulle presenze per un numero molto maggiore di comuni. Nel 2020 l'Istat ha pubblicato dati su arrivi e presenze per 42 dei 131 comuni lucani. Al livello di disaggregazione Istat rientrano anche comuni con flussi turistici molto bassi e variabili.

2.1 Il turismo in Basilicata nel biennio 2019-2020

La pandemia ha avuto un impatto devastante anche sui flussi turistici in Basilicata.

Come mostra la figura 3 In Basilicata nel 2019 gli arrivi totali sono saliti del 5,8% rispetto all'anno precedente, a quota 944.000. La crescita delle presenze è stata di entità comparabile: +5% rispetto all'anno precedente a quota 2,7 milioni (Fig. 3).

Il ritmo di crescita degli arrivi totali in Basilicata è in realtà calato: erano infatti saliti del 9,7% nel 2017 e del 13,4% nel 2018. Più stabile invece l'andamento delle presenze, cresciute del 6,5% nel 2017 e del 4,2% nel 2018 sempre rispetto all'anno precedente.

Fig. 3 Arrivi e presenze totali e spesa degli stranieri in Basilicata, 2019 e 2020



TURISMO IN BASILICATA 2019

Fonte: ISTAT, Banca d'Italia

In relazione alla figura 3, è opportuno un breve commento sulla spesa degli stranieri. Per quel che riguarda la spesa dei turisti stranieri elaborata dalla Banca d'Italia - uno dei pochi dati ufficiali sulla spesa turistica in Italia - va sottolineato che per una piccola regione come la Basilicata il dato rischia di risultare poco significativo e molto variabile a causa della ristrettezza del campione (la rilevazione della banca d'Italia viene fatta attraverso un questionario su un campione di turisti stranieri intervistati alla frontiera). Va comunque fatto notare il forte incremento del 2019 in coincidenza con l'anno della Capitale Europea della Cultura a Matera.

Alla luce di quest'ultimo dato, vale la pena riassumere il trend del dato sulla spesa turistica degli stranieri negli ultimi tre anni.

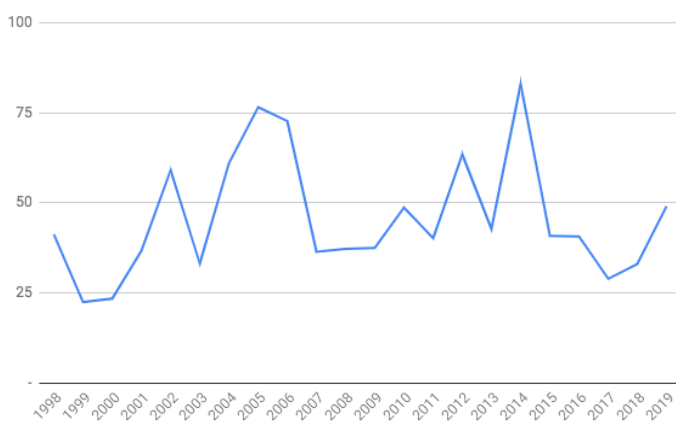
Nel 2017 l'aumento dei turisti internazionali in Basilicata non si era tradotto in un aumento della spesa turistica nella regione; la spesa aveva anzi registrato un marcato calo del 29% rispetto al 2016, a quota €29 milioni, in controtendenza rispetto al dato nazionale. Nel 2018 la spesa dei turisti stranieri era tornata a crescere su base annua.

L'esplosione registrata nel 2019, con un +48% rispetto all'anno precedente, va letta

certamente come un segnale della più alta capacità di spesa dei turisti stranieri attirati dall'evento internazionale di Matera. Il dato va raffrontato sia con la crescita degli arrivi e delle presenze turistiche in Basilicata (più contenuta di quella della spesa dei turisti stranieri), sia con il dato nazionale sulla spesa dei turisti stranieri (+6,5%, vedi Fig. 2).

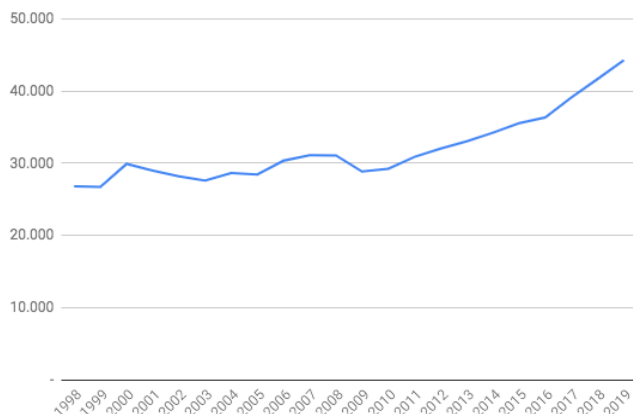
E' opportuno sottolineare che, per motivi connessi alla esiguità del campione di turisti stranieri in visita in Basilicata e intervistati alla frontiera, le stime della Banca d'Italia presentano una forte variabilità annuale. Ovviamente le stime della Banca d'Italia rimangono affidabili per l'Italia nel suo complesso e per gran parte delle regioni italiane, per le quali il campione dei turisti stranieri intervistati alla frontiera è molto più ampio e significativo. I grafici che seguono (Fig. 4 e 5) mostrano la forte variabilità della spesa dei turisti stranieri in Basilicata rispetto all'evoluzione più lineare della spesa dei turisti stranieri in Italia nel periodo 1998-2019.

Fig. 4.
Spesa per anno dei turisti stranieri che hanno soggiornato in Basilicata, 1998-2019 (milioni €)



Fonte: elaborazioni CityO su dati Banca d'Italia

Fig. 5
Spesa per anno dei turisti stranieri che hanno soggiornato in Italia, 1998-2019 (milioni €)



Fonte: elaborazioni CityO su dati Banca d'Italia

2.2 Basilicata: turismo culturale e permanenza media

La permanenza media in Basilicata nel 2019 è stata di 2,90 notti per cliente⁶, con un calo marginale rispetto all'anno precedente.

Questa stasi - un dato verificatosi in coincidenza con l'anno della Capitale Europea della Cultura - ha interrotto i cinque anni consecutivi di discesa della durata media del soggiorno dei turisti nelle strutture ricettive della regione (Fig. 4). Questa fenomeno coincide in realtà con una tendenza di lungo periodo: la durata media del soggiorno dei turisti in Basilicata era già infatti in progressiva discesa, dal 4,3 nel 1999 al 3,6 del 2014.

Il progressivo calo della durata media del soggiorno è il risultato in Basilicata di due fenomeni paralleli: da un lato l'aumento del turismo culturale trainato da Matera - al quale è tipicamente associato un soggiorno più breve rispetto a quello delle località marine - dall'altro il calo delle presenze medie nel complesso delle sei località balneari della Costa Jonica - area che, nonostante la rilevante perdita di peso, continua a produrre una quota

⁶ La permanenza media è il numero medio di notti trascorse negli esercizi ricettivi per ogni arrivo. E' chiamata anche durata media del soggiorno e può essere espressa indifferentemente come numero di giorni o di notti per cliente. L'indicatore si calcola come rapporto tra il numero di presenze e il numero di arrivi registrati nel periodo di riferimento negli esercizi ricettivi.

rilevante dei pernottamenti totali nella regione (il 46% % nel 2019 contro il 60% nel 2010, con una risalita - probabilmente temporanea - al 50% nel 2020, si veda figura 8 nella sezione 2.3).

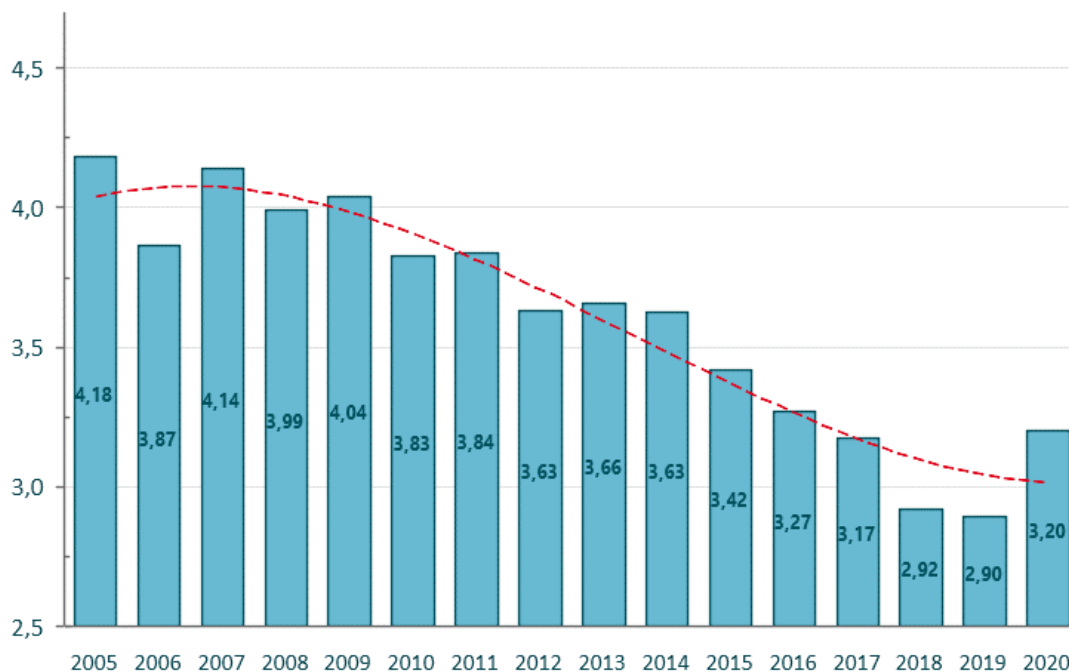
Da un lato quindi il fenomeno del calo tendenziale della permanenza media nelle località turistiche della Basilicata è legato ad un aspetto strutturale: il maggior peso gradualmente acquisito dal turismo culturale nella regione.

Ciò non significa che Matera non possa e non debba puntare ad allungare i tempi di soggiorno dei turisti. Nel 2018 la durata media del soggiorno a Matera è stata pari a 1,6 notti per cliente come nell'anno precedente (il dato è quasi equivalente per i turisti residenti e non residenti). Esistono ampi margini per aumentare la permanenza media a Matera e di riflesso nella regione, tenendo conto comunque che nelle città d'arte italiane questo parametro si attesta in media attorno a quota 2,6 notti.

Sul calo delle presenze nelle località balneari lucane incide la tendenza alla flessione delle presenze in gran parte dei comuni della Costa Jonica, trend che si associa anche ad una calo della permanenza media nelle strutture ricettive di quest'area.

Anche dietro il continuo calo delle permanenze nelle località marine della Basilicata si nasconde un dato strutturale prodotto dalle diverse abitudini delle famiglie italiane e straniere. La tendenza appare almeno in parte reversibile affrontando le criticità legate ai fattori di attrattività dell'area.

Fig. 6 Pernottamento medio nelle strutture ricettive in Basilicata, 2005-2020
(numero medio di notti)



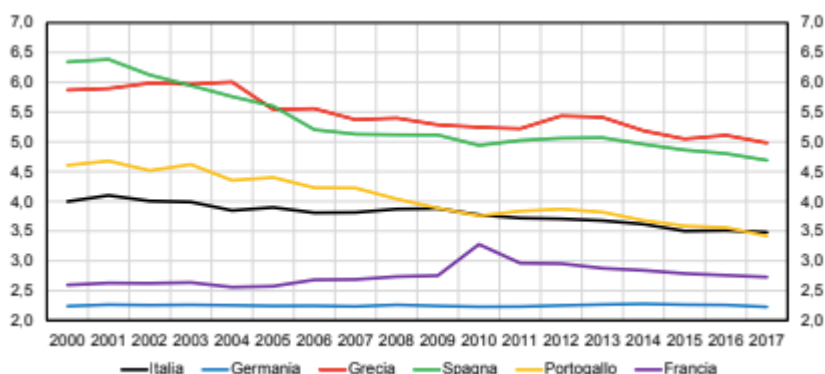
Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

La tendenza alla riduzione della durata media del pernottamento è un fenomeno comune ai Paesi europei a tradizionale vocazione turistica (Fig. 5): tutti i maggiori Paesi europei meta di turismo condividono infatti con l'Italia, da circa un ventennio, livelli sempre più bassi di questo indicatore.

L'aumento del numero di connessioni aeree - in particolare delle linee low cost - e in generale la riduzione dei tempi di raggiungimento delle mete turistiche attraverso i moderni sistemi di trasporto, sono due dei fattori che hanno contribuito a ridurre la durata media del pernottamento.

Come sottolineato in un recente rapporto della Banca d'Italia⁷: *“La riduzione dei costi di trasporto ha modificato le abitudini di viaggio: è aumentato il numero dei viaggi e si è ridotta la loro durata.”*

Fig. 7 Durata media del soggiorno (numero di giorni)



Fonte: Banca d'Italia, Turismo in Italia. Numeri e potenziale di sviluppo, Presentazione dei risultati di un progetto di ricerca della Banca d'Italia, Dicembre 2018

La crescita più contenuta delle presenze rispetto agli arrivi negli ultimi anni è influenzata dalle dinamiche in corso nelle diverse aree territoriali della Basilicata: come è tipico per le città d'arte, la permanenza media a Matera - la località turistica in più forte crescita in Basilicata - è molto più breve rispetto alle località balneari. Matera ha visto crescere la propria quota su arrivi e presenze sul totale della regione e di conseguenza ha influenzato anche il dato sul pernottamento medio a livello regionale, accentuandone la tendenza al calo.

⁷ Banca d'Italia, Turismo in Italia. Numeri e potenziale di sviluppo, Presentazione dei risultati di un progetto di ricerca della Banca d'Italia, Dicembre 2018

2.3 Le aree turistiche in Basilicata

La Basilicata attrae due grandi categorie di turismo, il turismo culturale nelle sue varie declinazioni e un turismo balneare che mostra relazioni sempre più strette con le risorse naturali, paesaggistiche e culturali della regione.

Una importante risorsa della regione - in gran parte ancora inespressa - è rappresentata dalla diffusa presenza di piccoli e piccolissimi centri - concentrati soprattutto nelle zone interne - con le caratteristiche e le potenzialità per attirare quel tipo di turismo - spesso definito “esperienziale” o *slow* - che ha favorito l’ascesa in chiave turistica di molti borghi italiani.

Questi bacini di turismo si distribuiscono in diverse aree turistiche della regione che abbiamo schematizzato nella Tabella 2. L’aggregazione dei comuni in aree turistiche corrisponde alla definizione di aree turistiche dell’APT Basilicata.

Tab. 2 Le Aree turistiche della Basilicata - Presenze e variazioni 2015-2019-2020

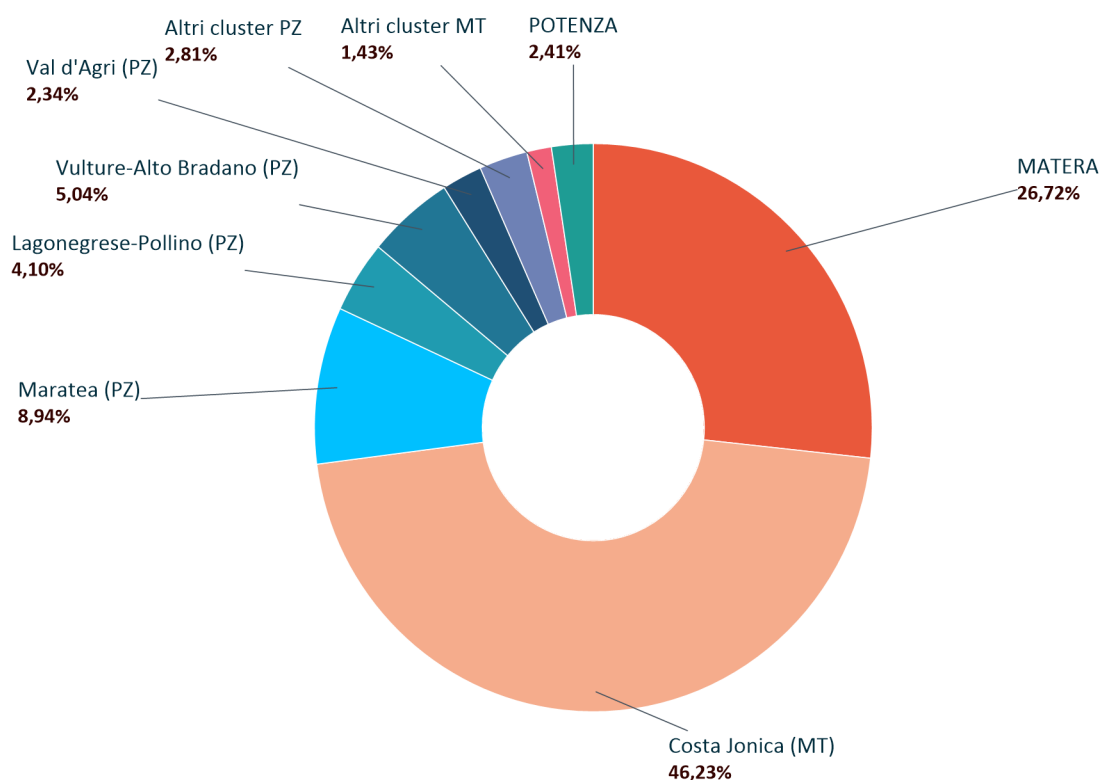
	AREE TURISTICHE	Presenze 2015	Presenze 2019	Presenze 2020	Variazione % 2019/2015	Variazione % 2020/2019
Aree Pivot	Matera	353.645	730.434	253.250	106,54	-65,33
	Costa Jonica (MT)	1.203.175	1.263.867	688.776	5,04	-45,50
	Maratea (PZ)	225.379	244.369	155.159	8,43	-36,51
Cluster attivi	Lagonegrese-Pollino * (PZ)	97.906	112.107	50.372	14,50	-55,07
	Vulture-Alto Bradano (PZ)	165.044	137.772	72.443	-16,52	-47,42
	Val d’Agri (PZ)	98.211	63.857	46.420	-34,98	-27,31
Altri Cluster	Altri Cluster (PZ)	68.375	76.729	52.440	12,22	-31,66
Cluster	Altri Cluster (MT)	32.347	39.018	14.947	20,62	-61,69
Potenza	Potenza	60.857	65.816	42.352	8,15	-35,65
	Totale Basilicata	2.304.939	2.733.969	1.376.159	18,61	-49,66

* Esclusa Maratea

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

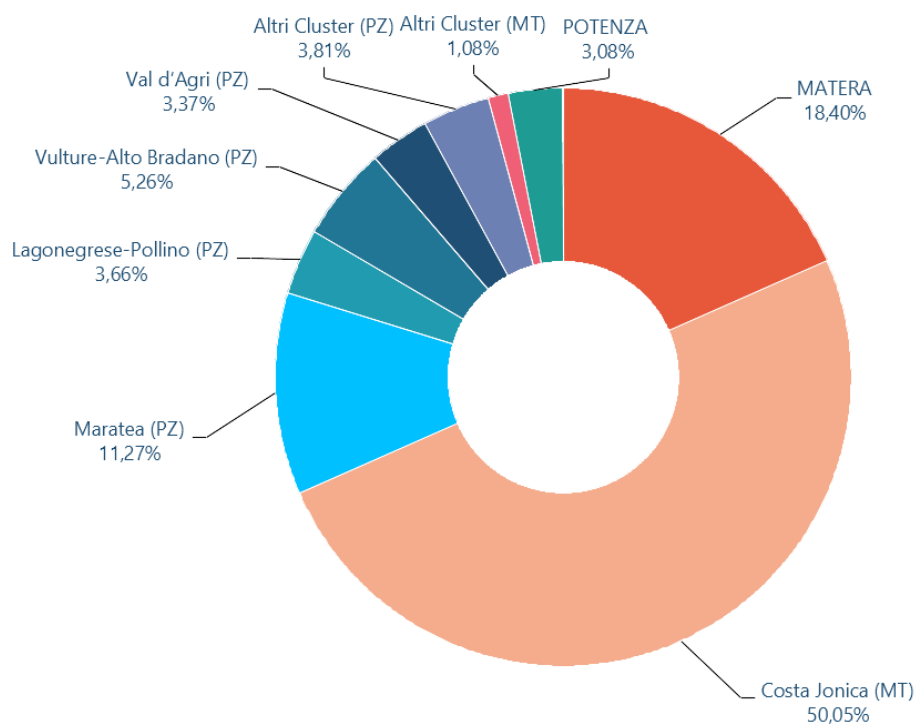
Possiamo identificare in Basilicata tre principali aree turistiche, definibili **Aree Pivot**. Si tratta di centri di turismo consolidato - Matera, Maratea e Costa Jonica - con un peso determinante sul settore turistico regionale. Insieme queste tre realtà hanno prodotto nel 2019 quasi l'82% circa delle presenze della regione (Fig. 8 e 9). Ciò significa che il turismo è oggi fortemente concentrato in otto comuni su 131 della Basilicata.

Fig. 8 Distribuzione delle Presenze tra le aree turistiche della Basilicata, 2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Fig. 9 Distribuzione delle Presenze tra le aree turistiche della Basilicata, 2020



Lagonegrese-Pollino non comprende Maratea

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Box 3

Il turismo in Basilicata: Aree Pivot

Le Aree Pivot - Matera, Maratea e Costa Jonica - corrispondono ai tre principali centri turistici della Basilicata.

Matera è un centro di medie dimensioni in relazione alla taglia demografica delle città italiane ed è ormai meta di turismo culturale di profilo internazionale. Il settore turistico è diventato per la città un volano economico che ha importanti ricadute anche sul territorio circostante e sull'intera regione. Il forte processo di crescita dei flussi turistici è stato segnato da molteplici tappe che

hanno gradualmente ampliato la notorietà della città in Italia e nel mondo: dalla riqualificazione dei Sassi con la legge speciale degli anni '80, per passare attraverso il riconoscimento di Patrimonio Unesco del 1993, il successivo arrivo delle grandi produzioni cinematografiche e il titolo di Capitale Europea della cultura conquistato nel 2014 e celebrato nel 2019.

Maratea è una località di turismo marino che riesce a catturare una fetta significativa di turismo culturale, in particolare il cosiddetto turismo dei "borghi", attento soprattutto a scoprire l'identità di quei piccoli luoghi con un forte carattere storico ed architettonico per farne esperienza sotto il profilo, enogastronomico, culturale, paesaggistico. La prossimità fisica tra il nucleo urbano in collina e la costa (che diventa fruibile grazie anche al servizio di bus urbano) fa di Maratea una località turistica assimilabile a un "borgo marino".

La Costa Jonica ha il profilo di una tradizionale località balneare. E' costituita dal territorio di sei diversi comuni: Bernalda, Nova Siri, Pisticci, Policoro, Rotondella e Scanzano Jonico. In quattro di questi comuni il nucleo urbano non ha una prossimità fisica con il territorio balneare situato lungo la costa. Policoro e Scanzano sorgono in prossimità della costa ma non sono assimilabili ai borghi nell'accezione indicata in precedenza. L'esperienza dei turisti è soprattutto un'esperienza legata al mare. Tuttavia un sempre maggior numero di turisti approfitta del soggiorno balneare per visite mirate ai piccoli nuclei urbani e borghi vicini e alle importanti aree archeologiche della zona, o per una visita a Matera che dista circa 40 chilometri dal più vicino affaccio sulla costa Jonica.

Oltre alle Aree Pivot, troviamo in Basilicata territori con cluster di comuni prossimi tra loro da un punto di vista geografico: i comuni all'interno di ciascun cluster condividono, iniziano a condividere o potrebbero condividere specifiche tipologie di turismo.

Tra questi cluster possiamo identificare tre altre aree della regione che si caratterizzano per la presenza di centri con significative risorse ambientali e culturali i quali si traducono in flussi turistici di un certo rilievo. Si tratta dell'area del Vulture-Alto Bradano, del

Lagonegrese-Pollino e della Val d'Agri. Possiamo definire queste tre aree **Cluster attivi**: esse presentano differenze tra loro - sia per la tipologia di turismo prevalente, sia per le più recenti direzioni del trend turistico (positivo per il Lagonegrese-Pollino e negativo per Val d'Agri e Vulture-Alto Bradano nel periodo 2014-2019) - ma sono tutte caratterizzate da uno spessore minimo di turismo che appare consolidato.

I 63 comuni di queste aree danno vita insieme a circa l'11,5% delle presenze totali della Basilicata (figure 8 e 9). Nel Vulture-Alto Bradano le presenze si concentrano in particolare nei comuni di Melfi, Rionero in Vulture, Venosa e Lavello.

Il rimanente 6,5% circa delle presenze si distribuisce nella città di Potenza e in altri 61 comuni della Basilicata collocati in aree territoriali della provincia di Potenza (Alto Basento, Marmo Platano-Melandro) e della provincia di Matera (Bradonica, Montagna Materana, alcuni comuni del Metapontino). Possiamo definire queste aree **Altri cluster**: si tratta di diversi raggruppamento di comuni, prossimi tra loro in termini geografici, ciascuno dei quali - nel suo insieme - non apporta ancora un contributo di rilievo ai flussi turistici della regione.

Il capoluogo lucano Potenza ha un turismo legato soprattutto alle funzioni economiche ed amministrative della città.

Nelle aree definite Altri cluster non mancano comunque esempi di comuni che, presi singolarmente, hanno goduto negli ultimi anni di significativi flussi in crescita di turismo. Tra questi casi basta citare Pietrapersosa e Castelmezzano nell'Alto Basento, i due borghi delle Dolomiti Lucane che alle risorse naturali ed enogastronomiche hanno saputo unire un attrattore di successo come il Volo dell'Angelo.

Osservando la variazione delle presenze per comune, alcuni comuni nei vari raggruppamenti

mostrano performance importanti (tabella 3 e figura 10): un processo che si spiega a volte con la loro bassa base di partenza di presenze turistiche e che va sottoposto a verifiche nei prossimi anni.

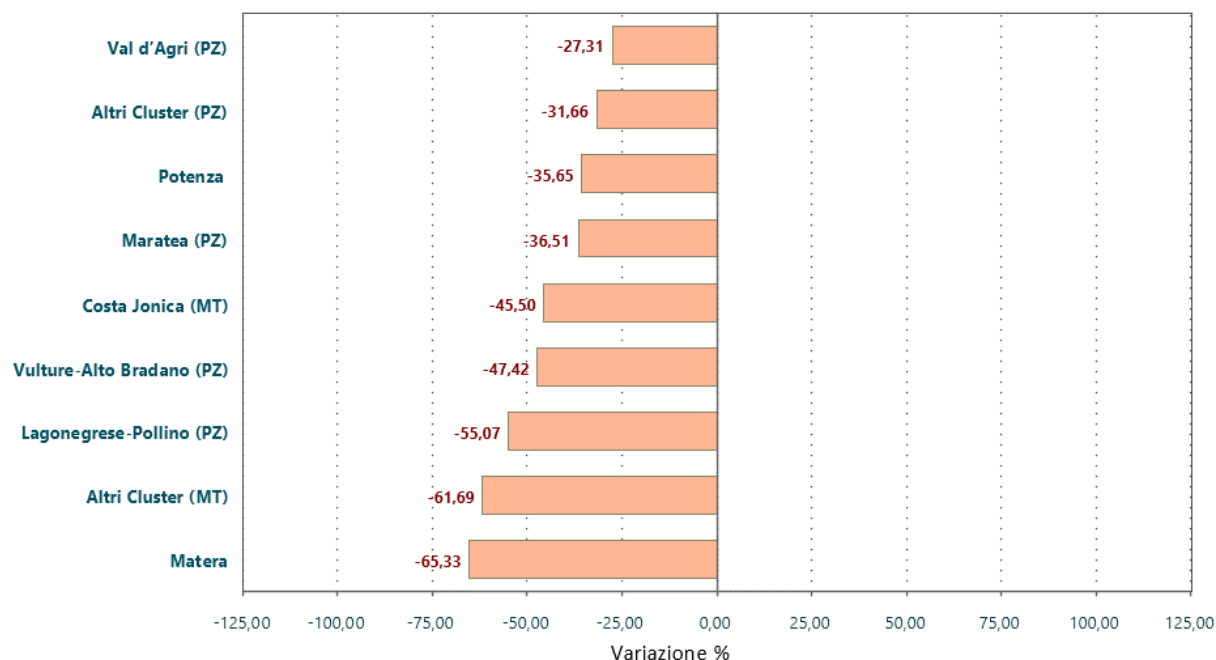
Tab. 3 Comuni* della Basilicata: presenze turistiche e variazione delle presenze (2016-2019-2020)

COMUNE	AREA TURISTICA	Presenze 2016	Presenze 2019	Presenze 2020	Variazione % 2019/2016	Variazione % 2020/2019
Nova Siri	<i>Costa Jonica (MT)</i>	359.710	454.751	292.014	26,42	-35,79
Matera	<i>Matera</i>	409.421	730.434	253.250	78,41	-65,33
Bernalda	<i>Costa Jonica (MT)</i>	324.181	241.746	156.152	-25,43	-35,41
Maratea	<i>Maratea (PZ)</i>	235.079	244.369	155.159	3,95	-36,51
Pisticci	<i>Costa Jonica (MT)</i>	151.906	198.854	93.878	30,91	-52,79
Scanzano Jonico	<i>Costa Jonica (MT)</i>	211.282	207.558	88.130	-1,76	-57,54
Policoro	<i>Costa Jonica (MT)</i>	156.820	157.547	55.233	0,46	-64,94
Potenza	<i>Potenza</i>	63.464	65.816	42.352	3,71	-35,65
Melfi	<i>Vulture-Alto Bradano (PZ)</i>	49.962	51.620	25.129	3,32	-51,32
Viggiano	<i>Val d'Agri (PZ)</i>	31.373	31.343	21.802	-0,10	-30,44
Tito	<i>Altri Cluster (PZ)</i>	21.656	30.360	17.189	40,19	-43,38
Lavello	<i>Vulture-Alto Bradano (PZ)</i>	8.812	18.306	12.393	107,74	-32,30
Rionero in Vulture	<i>Vulture-Alto Bradano (PZ)</i>	18.515	18.867	12.162	1,90	-35,54
Lagonegro	<i>Lagonegrese-Pollino (PZ)</i>	8.399	14.476	9.496	72,35	-34,40
Venosa	<i>Vulture-Alto Bradano (PZ)</i>	13.713	19.477	8.298	42,03	-57,40
Viggianello	<i>Lagonegrese-Pollino (PZ)</i>	34.317	10.349	6.945	-69,84	-32,89
San Severino Lucano	<i>Lagonegrese-Pollino (PZ)</i>	20.367	10.332	6.808	-49,27	-34,11
Rotonda	<i>Lagonegrese-Pollino (PZ)</i>	14.066	11.787	6.275	-16,20	-46,76
Pignola	<i>Altri Cluster (PZ)</i>	13.218	8.986	5.608	-32,02	-37,59
Lauria	<i>Lagonegrese-Pollino (PZ)</i>	11.250	6.971	5.048	-38,04	-27,59

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

* Solo Comuni sopra soglia nel 2020

Fig. 10 Variazione delle Presenze nelle aree turistiche della Basilicata, 2020/2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

2.4 Evoluzione delle aree turistiche in Basilicata

L'analisi sviluppata in questa sezione fa riferimento alle tre principali aree turistiche della Basilicata - che abbiamo definito "Aree Pivot" - e raccoglie i dati relativi alle altre aree - che abbiamo chiamato "Cluster attivi", "Altri cluster" e "città di Potenza" - in un unico raggruppamento ("Altre località").

Di seguito sono sintetizzati i dati sull'evoluzione dei flussi turistici in Basilicata nel periodo 2010-2019 (Tab. 4) e 1999-2019 (Fig. 8). Come vedremo nei paragrafi successivi i buoni risultati della regione sono ascrivibili soprattutto alla crescita turistica di Matera.

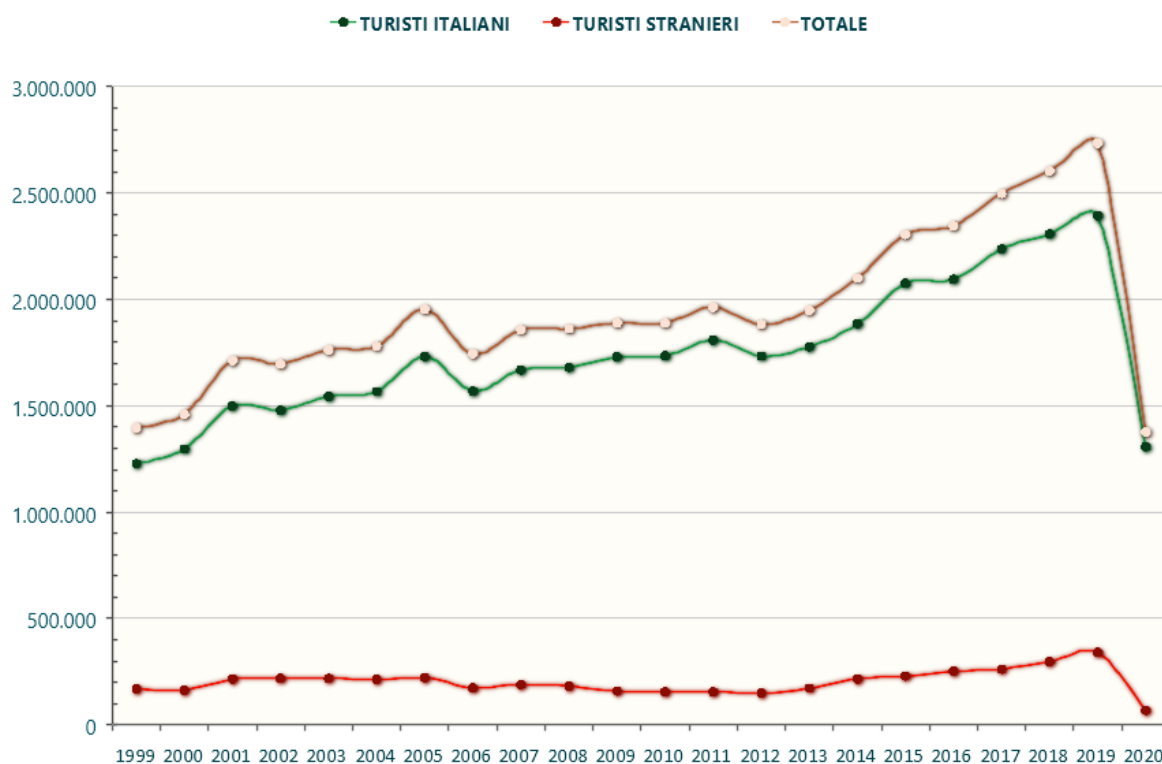
La Basilicata continua a mostrare una elevata dipendenza dal turismo di prossimità, ovvero dai flussi in arrivo da due regioni limitrofe, Puglia e Campania, e dalla Basilicata stessa (Fig. 9 e Fig. 10).

Tab. 4 Arrivi e presenze in Basilicata, valori assoluti e variazioni annue, 2010-2020

	Valori assoluti		Variazioni assolute annue		Variazioni % annue	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2010	493.828	1.890.108	26.544	1.412	5,68	0,07
2011	511.677	1.963.474	17.849	73.366	3,61	3,88
2012	517.901	1.881.814	6.224	-81.660	1,22	-4,16
2013	532.666	1.949.123	14.765	67.309	2,85	3,58
2014	579.111	2.100.083	46.445	150.960	8,72	7,75
2015	674.461	2.304.939	95.350	204.856	16,46	9,75
2016	717.270	2.345.593	42.809	40.654	6,35	1,76
2017	786.775	2.497.581	69.505	151.988	9,69	6,48
2018	892.087	2.603.624	105.312	106.043	13,39	4,25
2019	944.108	2.733.969	52.021	130.345	5,83	5,01
2020	429.847	1.376.159	-514.261	-1.357.810	-54,47	-49,66

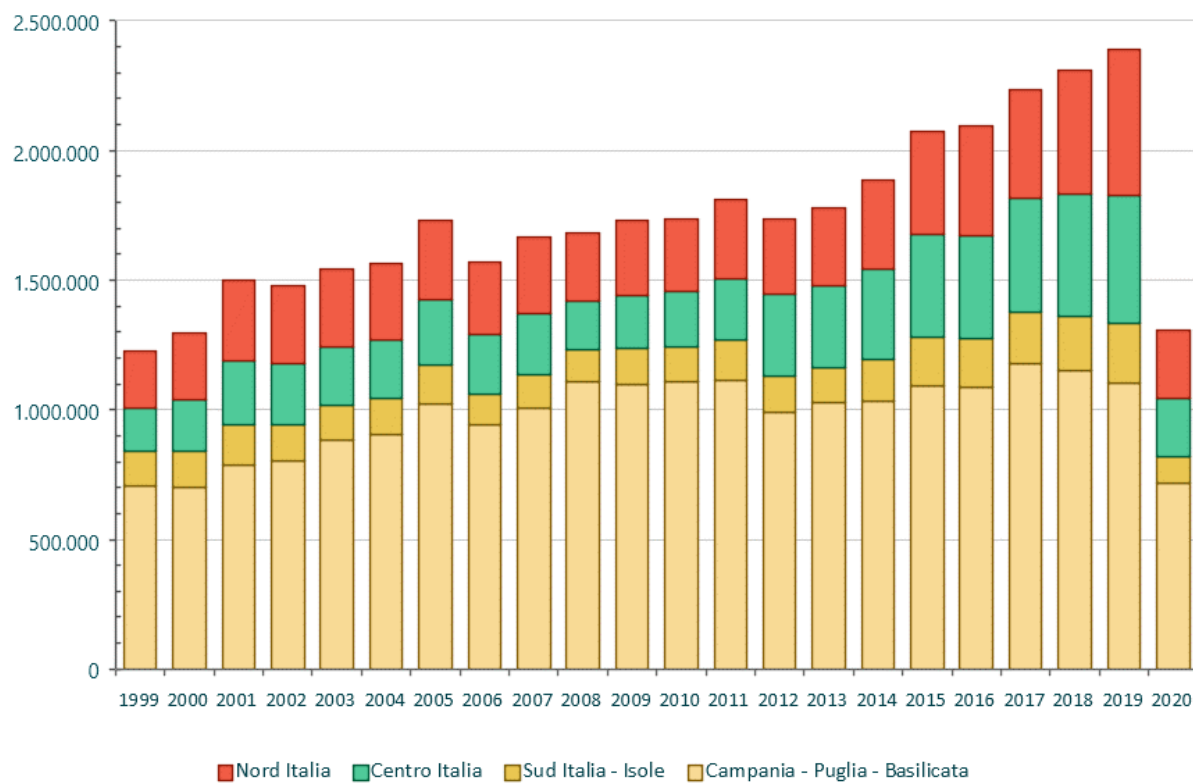
Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Fig. 11 Presenze in Basilicata, Turisti italiani e stranieri, 1999-2020



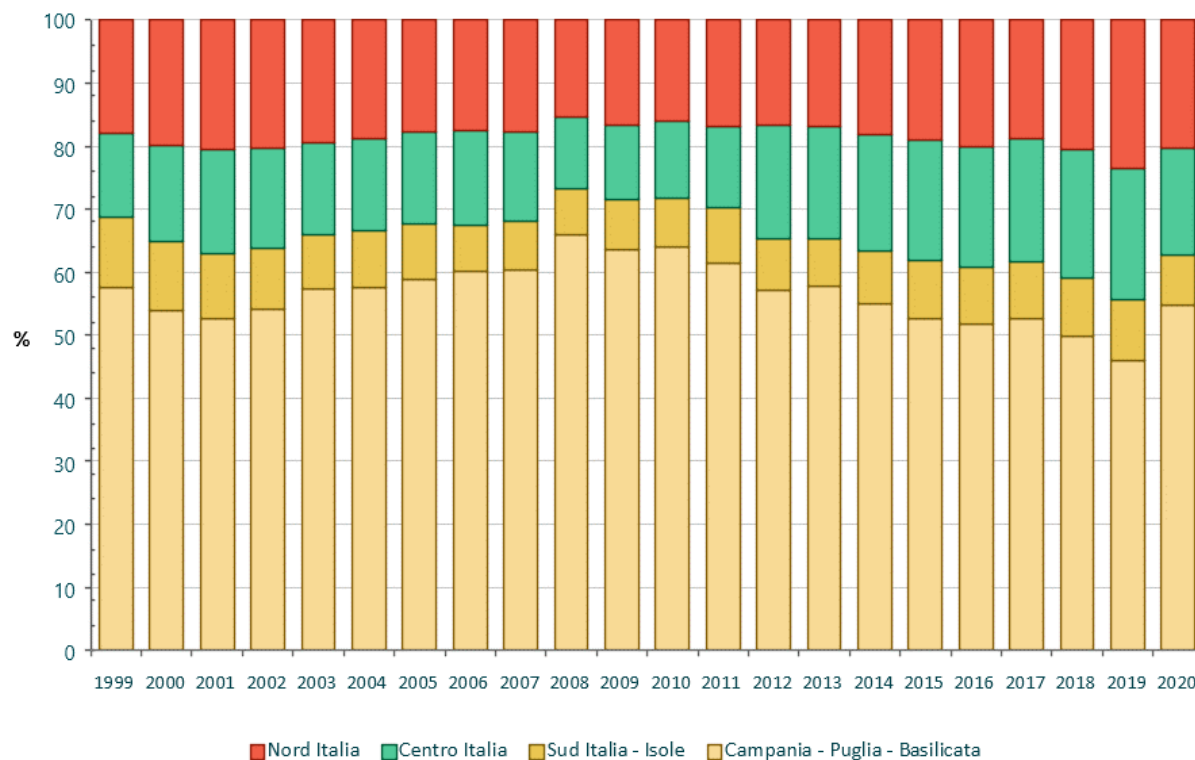
Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Fig. 12 Presenze in Basilicata per origine dei turisti italiani, 1999-2020 (valori assoluti)



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Fig. 13 Presenze in Basilicata per origine dei turisti italiani, 1999-2020
(valori percentuali)



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

2.5 Matera e le aree turistiche lucane: un confronto

La modifica strutturale avvenuta nella composizione del turismo in Basilicata risulta più evidente osservando la crescita dei flussi turistici (Tab. 5-8) ed il peso relativo di ciascuna delle principali aree turistiche della regione in un arco temporale molto ampio con ai due estremi il 1999 e il 2019 (Fig. 11 e 12).

Il dato più rilevante nella dinamica del turismo in Basilicata è rappresentato dalla crescita molto forte dei visitatori a Matera, in particolare della componente internazionale (Tab. 7 e 8).

Nel 1999 le località balneari - rappresentate da Maratea e Costa Jonica - facevano registrare arrivi pari a circa il 38% del totale della regione, contro il 10,8% di Matera che alla fine degli

anni '90 poteva essere considerato un centro di turismo culturale con una notorietà emergente a livello nazionale ma conosciuto a livello internazionale da un pubblico di nicchia (Fig. 11).

In seguito alla forte crescita di arrivi e presenze, Matera ha visto aumentare il proprio peso sugli arrivi e sulle presenze totali nella regione: in particolare il suo peso degli arrivi nel 2019 quadruplica rispetto al 1999. Nello stesso periodo scende il peso delle località balneari sul totale degli arrivi in Basilicata che nel 2019 si colloca poco al di sotto del 36%.

Tab. 4 Distribuzione degli Arrivi tra le principali Aree turistiche della Basilicata: confronto 2000 - 2019 - 2020

AREE TURISTICHE	Quota Arrivi 2000	Quota Arrivi 2019	Quota Arrivi 2020
Città di Matera	10,34	41,11	36,81
Maratea	9,00	6,60	8,84
Costa Jonica	32,76	29,11	28,53
Altre località	47,90	23,18	25,82

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Tab. 5 Distribuzione delle Presenze tra le principali Aree turistiche della Basilicata: confronto 2000 - 2019 - 2020

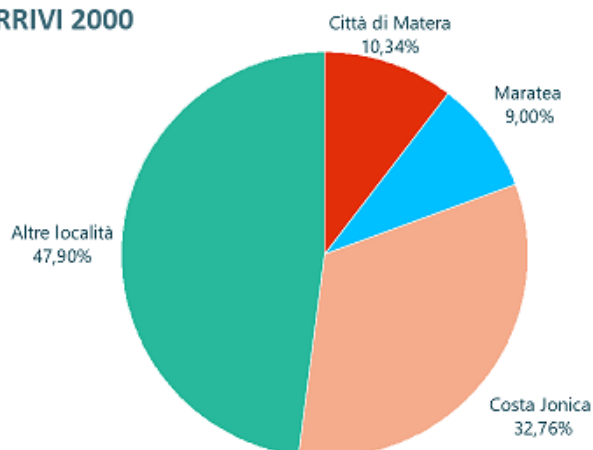
AREE TURISTICHE	Quota Presenze 2000	Quota Presenze 2019	Quota Presenze 2020
Città di Matera	6,05	26,72	18,40
Maratea	9,98	8,94	11,27
Costa Jonica	51,49	46,23	50,05
Altre località	32,47	18,12	20,27

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

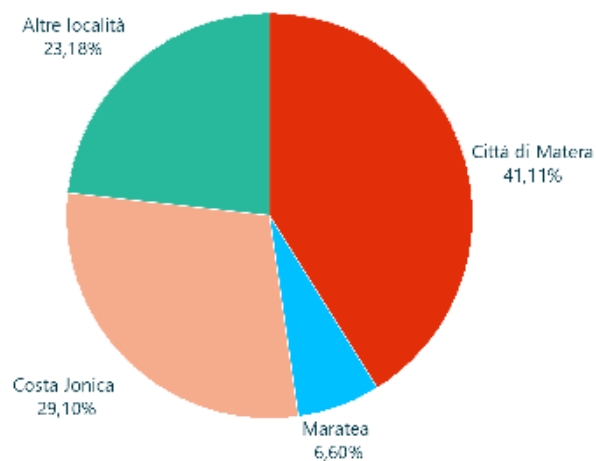
Il peso degli arrivi nelle “Altre località” nel lungo arco di tempo tra il 1999 e il 2019 si è “sgonfiato” progressivamente.

Fig. 14 **Peso degli arrivi per località turistica in Basilicata, confronto 2000-2019-2020**

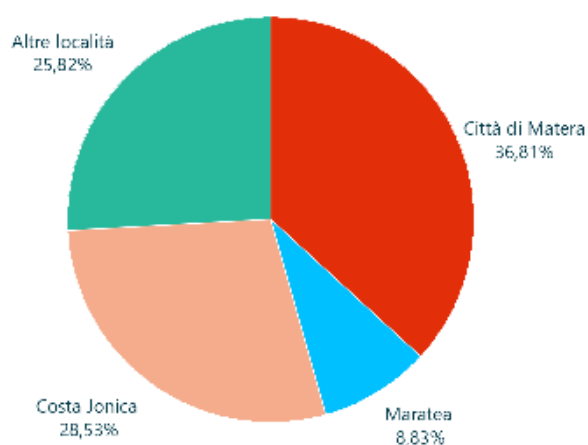
ARRIVI 2000



ARRIVI 2019



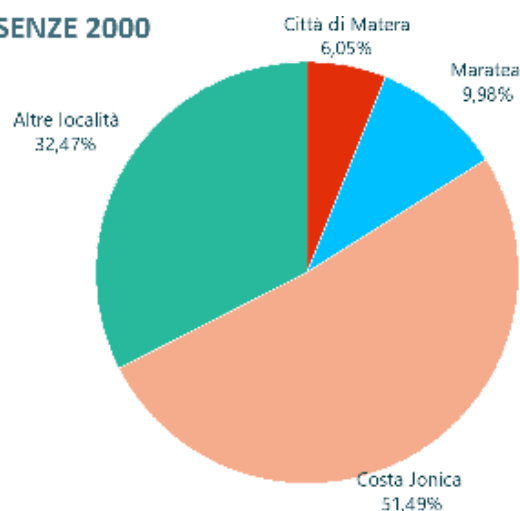
ARRIVI 2020



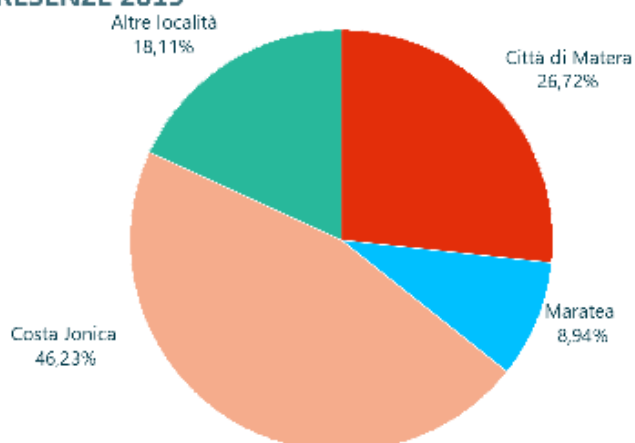
Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Fig. 15 Peso delle presenze per località in Basilicata, confronto 2000-2019-2020

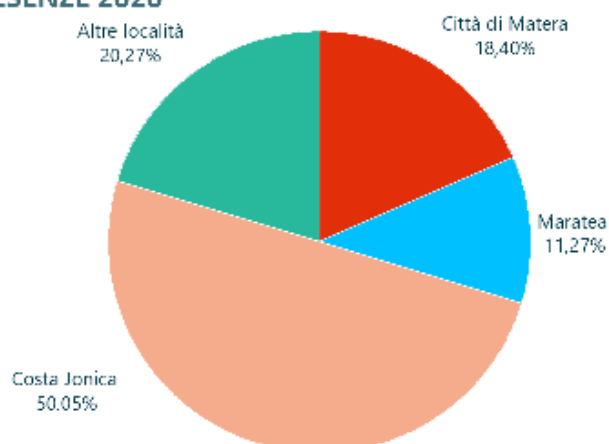
PRESENZE 2000



PRESENZE 2019



PRESENZE 2020



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

In particolare Matera è riuscita a far crescere sia il turismo domestico che quello internazionale. I visitatori italiani sono aumentati ad un tasso particolarmente forte, più intenso del tasso di crescita del turismo internazionale, negli anni successivi alla designazione della città a Capitale Europea della Cultura avvenuta nel 2014.

Nel 2018 i flussi di turismo internazionale a Matera hanno superato per la prima volta la quota del 50% del turismo internazionale dell'intera Basilicata e, grazie ad una ulteriore progressione nell'anno di celebrazione della Capitale Europea della Cultura,, tale quota è arrivata nel 2019 al 60% delle presenze internazionali dell'intera regione. Il dato del 2020 va interpretato con cautela: colpita in particolare dagli effetti sui flussi internazionali in seguito alla pandemia, Matera ha registrato solo 33.433 presenze di turisti stranieri con una quota sul totale della regione pari al 49%.

Sarà necessario osservare in che misura negli anni post pandemia la crescita del turismo internazionale potrà allargarsi da Matera, l'area dove finora si è concentrata e dove è stata più evidente e significativa, alle altre località turistiche della regione.

Potrà essere inoltre interessante verificare un "effetto contagio" di Matera sulle località balneari lucane della Costa Jonica: l'ipotesi che una quota dei turisti, nazionali e internazionali diretti verso la città dei Sassi, possano "diversificare" il contenuto del proprio viaggio e destinare una parte della loro permanenza alle vicine mete sulla costa.

Con il tempo questo effetto contagio potrebbe estendersi ad altre mete turistiche lucane, per esempio i borghi delle aree interne, mettendo in tal modo a verifica il ruolo di Matera come gateway di ingresso di flussi turistici verso località emergenti dell'intera regione.

3. L'economia del turismo a Matera

L'economia del turismo a Matera è cresciuta in modo impressionante nell'ultimo decennio. Per comprendere l'ordine di grandezza di questa crescita possiamo utilizzare tre parametri in particolare:

1. il flusso annuo di arrivi e presenze turistiche;
2. la dinamica delle strutture ricettive;
3. gli impatti del turismo sul pil della città e su altre grandezze - con la possibilità di elaborare una stima della quota di pil prodotta dal settore turistico sul pil totale di Matera basata a sua volta su stime dei turisti escursionisti e della spesa turistica.

Box 4

Il Conto Satellite del Turismo

A proposito del settore turistico è bene ricordare che non esiste un settore del "Turismo" classificato dalle statistiche ufficiali italiane come attività economica di produzione omogenea⁸.

Lo strumento raccomandato a livello internazionale per la rappresentazione del settore turistico "allargato" è il Conto Satellite del Turismo (CST). Il Conto Satellite del Turismo è uno strumento di analisi sempre più importante nelle statistiche sul turismo di molti Paesi. Anche l'Italia ha adottato un CST a livello nazionale e l'ultimo aggiornamento, pubblicato l'anno scorso dall'Istat, si riferisce al 2017.

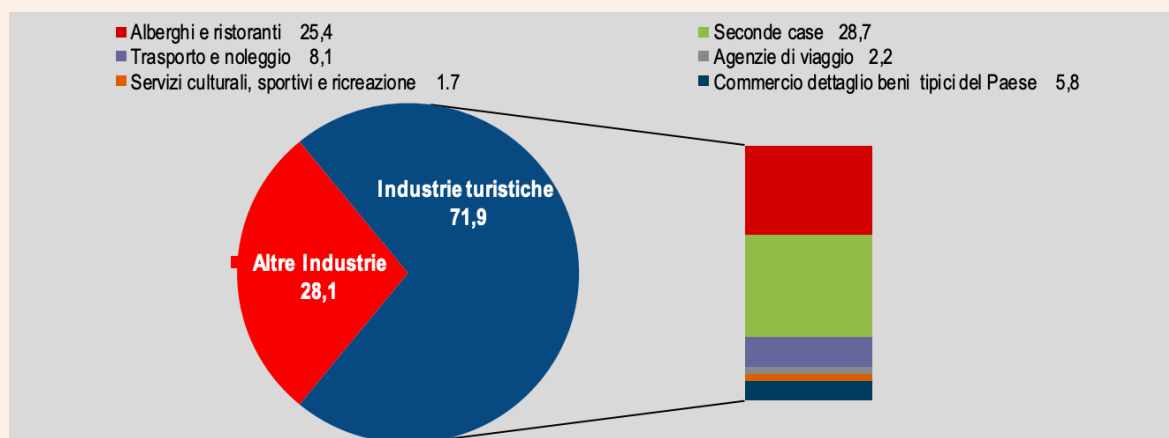
Il CST permette di valutare la dimensione economica complessiva dell'industria turistica, includendo quei settori che con una porzione delle loro rispettive attività fanno parte

⁸ Rosignoli Stefano, *Impatto effettivo e potenziale dei consumi turistici sull'economia delle regioni italiane*, XXX Conferenza scientifica dell'Associazione Italiana di Scienze Regionali, 2009.

dell'industria turistica e contribuiscono al suo peso nell'economia. Per la nostra analisi e per l'identificazione dei settori parte dell'industria turistica facciamo riferimento al CST.

Questo strumento viene sviluppato anche a livello regionale. Con l'aggiornamento nei prossimi anni delle tavole intersettoriali regionali sarà possibile ottenere disaggregazioni sempre più aggiornate sul paniere di consumi dei turisti in visita in Italia e nei suoi territori, con dettagli sia sui consumi dei turisti nazionali che di quelli internazionali.

Fig. 16 Valore aggiunto turistico per industria turistica, Anno 2017, composizione percentuale



Fonte: Istat, Conto Satellite del Turismo in Italia, 2020

3.1 Tendenze del turismo a Matera: arrivi e presenze

Il 2019 ha segnato l'apice dell'attrattività di Matera in termini di arrivi e pernottamenti turistici (Tab. 6). Nell'anno di celebrazione della Capitale Europea della Cultura le presenze turistiche nella città di Matera hanno toccato quota 730.434 nel 2019 con un rialzo del

33,40% rispetto all'anno precedente. Rispetto all'anno base 2015 (nel 2014 Matera era stata designata città ECoC dalla Commissione Europea) le presenze sono più che raddoppiate mentre gli arrivi, con una progressione poco inferiore a quella delle presenze, sono passati da 214.924 a 388.158.

Tab. 6 Arrivi e presenze turistiche a Matera Città (valori assoluti e variazioni annue)

	Valori assoluti		Variazioni assolute annue		Variazioni % annue	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2010	100.760	162.196	19.412	28.867	23,86	21,65
2011	115.877	182.044	15.117	19.848	15,00	12,24
2012	118.336	183.259	2.459	1.215	2,12	0,67
2013	131.423	206.687	13.087	23.428	11,06	12,78
2014	153.005	244.847	21.582	38.160	16,42	18,46
2015	214.924	353.645	61.919	108.798	40,47	44,44
2016	250.093	409.421	35.169	55.776	16,36	15,77
2017	281.514	447.721	31.421	38.300	12,56	9,35
2018	344.813	547.532	63.299	99.811	22,49	22,29
2019	388.158	730.434	43.345	182.902	12,57	33,40
2020	158.244	253.250	-229.914	-477.184	-59,23	-65,33

Il 2019 ha interrotto la dinamica positiva dei flussi turistici e, come già sottolineato nel capitolo precedente, anche Matera ha subito una drammatica battuta d'arresto in seguito al diffondersi della pandemia (Tab. 7).

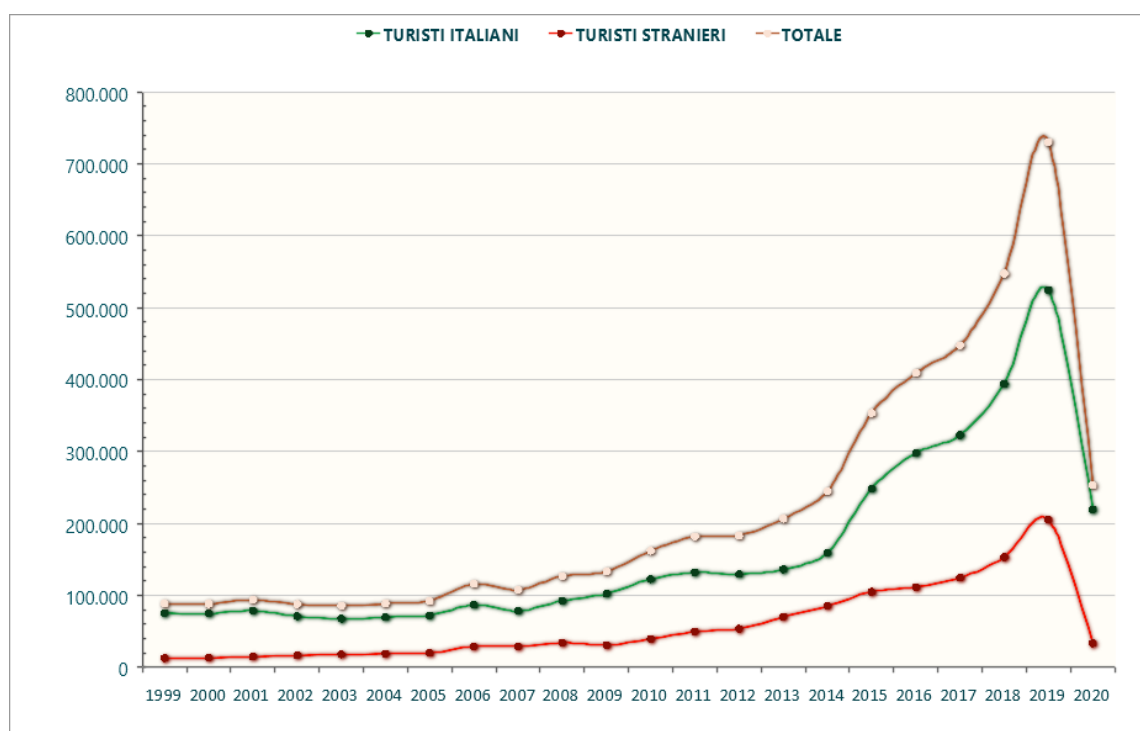
Tab. 7 Turisti italiani e stranieri a Matera città nel 2019 e 2020 - variazione % annua

Origine turisti	2019	2020	Var. %
Turisti Italiani	524.850	219.807	-58,12%
Turisti stranieri	205.584	33.443	-83,73%
TOTALE	730.434	253.250	-65,33%

La figura 17 mostra la progressione di lungo periodo del turismo a Matera includendo anche

il forte calo del 2020. In particolare è possibile notare tra il 2015 e il 2019 la notevole crescita del turismo nazionale. Il turismo straniero cresce a Matera a ritmi molto sostenuti, ma ancora più forte nel periodo risulta la crescita degli arrivi e delle presenze dei turisti residenti in Italia.

Fig. 17 Presenze nella Città di Matera, turisti italiani e stranieri, 1999-2020



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

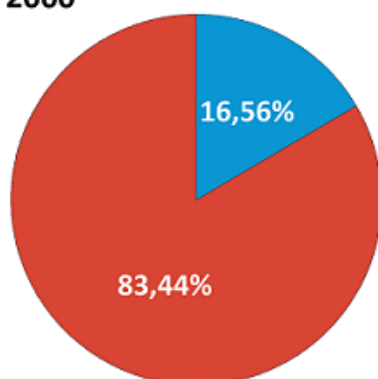
Su base decennale, con un confronto 2019-2000 (figura 18), spicca meglio l'importante evoluzione del turismo internazionale a Matera in termini di quota di arrivi e presenze sul totale della città. Nel 2019 gli arrivi di turisti stranieri hanno rappresentato il 29,05% degli arrivi totali (rispetto al 16,56% del 2000), mentre la quota delle presenze è salita al 28,14% rispetto al 15,20% del 2000.

L'impatto della pandemia del 2020 ha riportato le lancette indietro di un decennio in termini di quota di arrivi e presenze dei turisti stranieri sul totale.

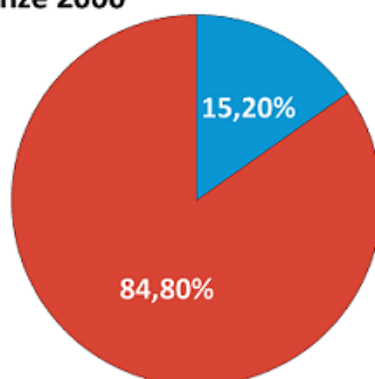
Fig. 18

Matera: quota degli arrivi e delle presenze internazionali sul totale (2000-2019-2020)

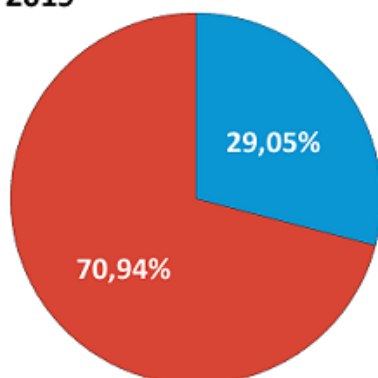
Arrivi 2000



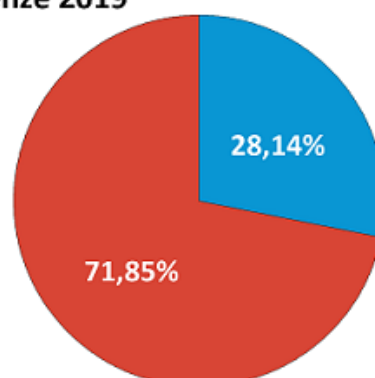
Presenze 2000



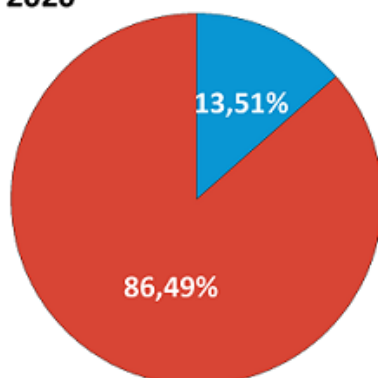
Arrivi 2019



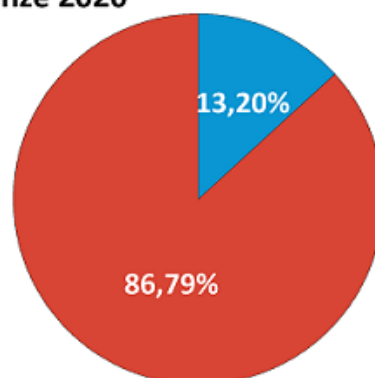
Presenze 2019



Arrivi 2020



Presenze 2020



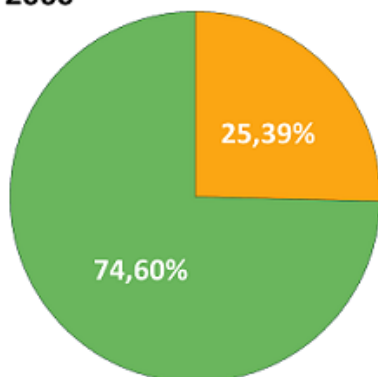
Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Particolarmente interessante risulta l'analisi della quota di turismo di prossimità sul totale del turismo nella città di Matera (figura 19).

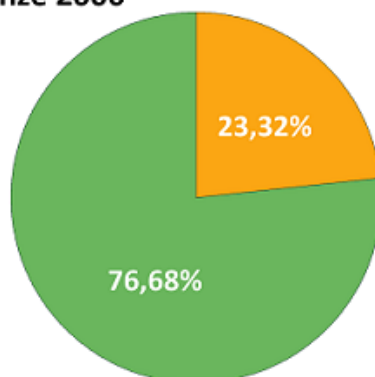
Fig. 19

Matera: quota degli arrivi e delle presenze delle Regioni di prossimità sul totale Italia (2000-2019-2020)

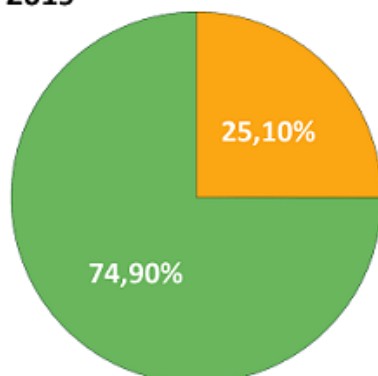
Arrivi 2000



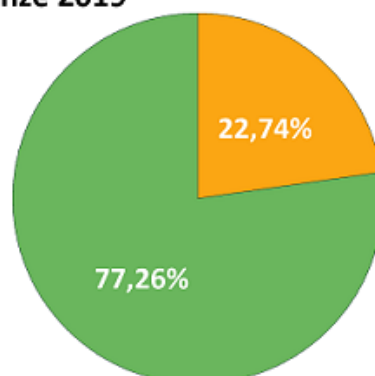
Presenze 2000



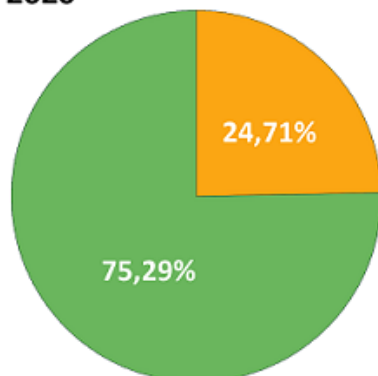
Arrivi 2019



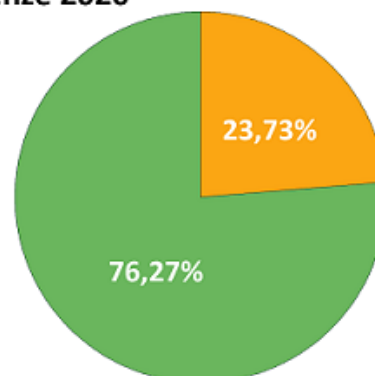
Presenze 2019



Arrivi 2020



Presenze 2020



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Matera e i comuni pugliesi limitrofi

La forte attrattiva turistica di Matera inizia ad avere effetti anche sulle aree limitrofe dove sono sorte nuove strutture ricettive, o sono state rafforzate quelle già esistenti, per attirare i

turisti in visita a Matera. Ne sono un esempio i tassi di crescita delle presenze in due centri del Parco dell'Alta Murgia come Altamura e Santeramo a partire dal 2014 (Tab. 8).

Tab. 8

Primi 20 comuni della Puglia per tasso di crescita delle presenze totali 2019/2014*

Comune	Provincia	Presenze 2014	Presenze 2019	Popolazione 2019	Variazione % Presenze 2019/14
Squinzano	Lecce	125	1719	13898	1275,20
Acquaviva delle Fonti	Bari	814	7922	20446	873,22
Ruffano	Lecce	619	3370	9625	444,43
Santeramo in Colle	Bari	3745	14118	26246	276,98
Cursi	Lecce	1005	3689	4037	267,06
Racale	Lecce	2789	9058	10886	224,78
Conversano	Bari	20504	64747	26122	215,78
Altamura	Bari	16490	48749	70563	195,63
Rutigliano	Bari	3939	11103	18584	181,87
Putignano	Bari	2601	7229	26508	177,93
Cerignola	Foggia	7380	20240	58450	174,25
Salice Salentino	Lecce	1272	3203	8102	151,81
Martano	Lecce	4486	10953	8953	144,16
San Marco in Lamis	Foggia	4380	10053	13237	129,52
Parabita	Lecce	2824	6471	8856	129,14
Cutrofiano	Lecce	3770	8318	8866	120,64
Vernole	Lecce	50648	110957	6966	119,07
Alezio	Lecce	2416	5141	5609	112,79
Monopoli	Bari	210806	442818	48819	110,06
Locorotondo	Bari	20374	40767	14189	100,09

Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

* I comuni evidenziati in giallo, Santeramo e Altamura, fanno parte del Parco della Murgia

3.2 Evoluzione dell'offerta ricettiva a Matera

Negli ultimi vent'anni si è assistito anche ad una vera e propria esplosione di strutture di accoglienza di tipo non alberghiero, spesso piccole o piccolissime, localizzate soprattutto nei

Sassi e nel centro storico della città.

Il numero di strutture ricettive della città di Matera era pari a 11 unità nel 1999 e poco meno di 800 erano i posti letto: in entrambi i casi circa il 3% del totale regionale.

Nel corso di quasi un ventennio il numero di strutture ricettive è esploso, in particolare nel comparto extraalberghiero: nel 2019 Matera è arrivata ad una dotazione di 718 strutture ricettive di cui 36 alberghiere, con 2.071 posti letto; le altre 682 strutture sono di tipo extralberghiero: piccoli e piccolissimi B&B, affittacamere e case vacanze in cui si concentrano 4.495 posti letto. Una frammentazione dell'offerta ricettiva - quella nel comparto extraalberghiero - che ha finito per trasformare una fetta importante dello stock residenziale del centro storico in appartamenti ad uso turistico.

Nel 2020 l'offerta ricettiva ha fatto segnare una battuta d'arresto rispetto all'anno precedente, con un piccolo calo delle strutture alberghiere e - in controtendenza - un aumento marginale delle strutture alberghiere, frutto di investimenti già programmati e completati durante il periodo della pademia (tab. 9). Tuttavia in termini di posti letto il totale è leggermente aumentato a quota 6.665, grazie in particolare alla crescita delle strutture alberghiere che nel 2020 hanno potuto contare su 2.145 posti letto.

Tab. 9**Offerta ricettiva nella città di Matera, 2020 rispetto a 2019**

TIPOLOGIA ESERCIZI	ANNO 2019		ANNO 2020		Variazione 2020/19	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
ALBERGHIERI						
Alberghi a 5 stelle	5	326	5	326	0	0
Alberghi a 4 stelle	16	1.117	17	1.191	1	74
Alberghi a 3 stelle	10	480	10	480	0	0
Alberghi a 2 stelle	3	84	3	84	0	0
Residenze Turistico Alberghiere	2	64	2	64	0	0
Totale alberghieri	36	2.071	37	2.145	1	74
EXTRALBERGHIERI						
Affittacamere - Case vacanza - Rifugi	495	3.247	489	3.317	-6	70
Agriturismi - Locande rurali	9	214	9	214	0	0
Ostelli per la Gioventù	1	20	1	20	0	0
Case per ferie - Case religiose	4	163	4	163	0	0
Bed&Breakfast	173	851	163	796	-10	-55
Totale extralberghieri	682	4.495	666	4.510	-16	15
TOTALE Complessivo	718	6.566	703	6.655	-15	89

La crescita dell'offerta ricettiva è stata particolarmente pronunciata durante gli anni che hanno condotto all'evento del 2019 come è possibile rilevare dalla tabella 9.

Tab. 9
Offerta ricettiva nella città di Matera, 2020 rispetto a 2017

TIPOLOGIA ESERCIZI	ANNO 2017		ANNO 2020		Variazione assoluta 2020/17		Variazione % 2020/2017	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
ALBERGHIERI								
Alberghi a 5 stelle	2	99	5	326	3	227	150,00	229,29
Alberghi a 4 stelle	13	952	17	1.191	4	239	30,77	25,11
Alberghi a 3 stelle	10	539	10	480	0	-59	0,00	-10,95
Alberghi a 2 stelle	2	39	3	84	1	45	50,00	115,38
Alberghi a 1 stella								
Residenze Turistico Alberghiere	2	65	2	64	0	-1	0,00	-1,54
Totale alberghieri	29	1.694	37	2.145	8	451	27,59	26,62
EXTRALBERGHIERI								
Campeggi								
Villaggi camping								
Affittacamere - Case vacanza - Rifugi	378	2.421	489	3.317	111	896	29,37	37,01
Agriturismi - Locande rurali	7	182	9	214	2	32	28,57	17,58
Ostelli per la Gioventù	1	20	1	20	0	0	0,00	0,00
Case per ferie - Case religiose	4	163	4	163	0	0	0,00	0,00
Bed&Breakfast	166	803	163	796	-3	-7	-1,81	-0,87
Totale extralberghieri	556	3.589	666	4.510	110	921	19,78	25,66
TOTALE Complessivo	585	5.283	703	6.655	118	1.372	20,17	25,97

3.3 I fattori trainanti del turismo a Matera

Nella fase di fortissima crescita 2014-2019, il tasso di crescita annuo composto della città di Matera è stato pari al 31,4%, un rialzo di dimensioni eccezionali anche per una città Capitale Europea della Cultura (vedi anche l'analisi in Appendice B).

Un'interpretazione di quanto accaduto a Matera in relazione all'evoluzione del turismo viene fornita dalla figura 20.

L'eccezionale riflesso sui media di Matera, in particolare nel periodo 2014-2019, è stato a nostro avviso determinante nel provocare un drammatico aumento nel tasso di crescita dei flussi turistici diretti in Basilicata.

Un'accelerazione del trend di crescita del turismo era già evidente a partire dal 2012, quando la candidatura tra città italiane per la designazione a Capitale Europea della Cultura è diventata molto accesa (oltre venti città hanno presentato un proprio dossier di

candidatura nella prima fase di selezione) e la stampa nazionale ha dato ampio richiamo alla competizione.

Il periodo 2014-2019 ha reso determinante questo canale di impatto economico rispetto ad altri fattori trainanti, come è possibile dedurre dalla figura 20 che mostra uno schema cronologico di tali *driver* e il tasso di crescita annuo composto per ciascuno dei quattro periodi considerati⁹.

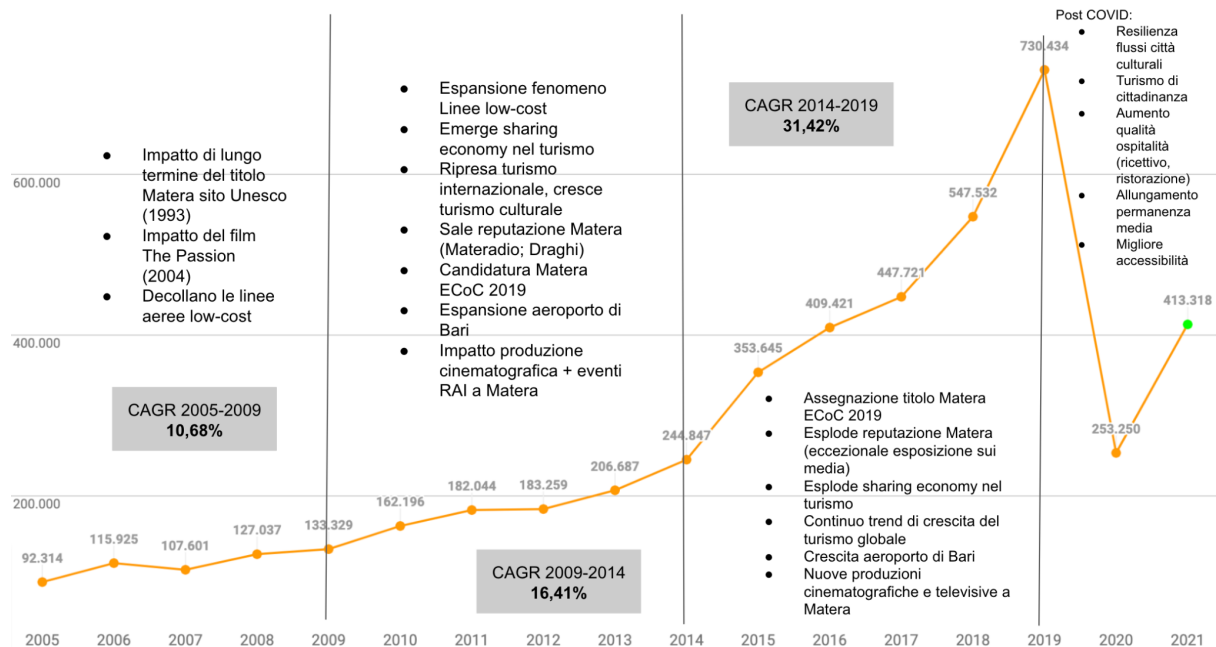
Grazie alle bellezze e patrimonio artistico, culturale e naturale di cui sono dotate, Matera e la Basilicata erano già una meta turistica emergente in Italia e nel mondo prima del 2014. Sostenuto da altri fattori trainanti, lo straordinario richiamo mediatico attribuibile al riconoscimento del titolo e alla costruzione dell'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019 ha però impresso un deciso cambio di passo della notorietà nazionale e internazionale di Matera e del tasso di crescita del turismo. Nel 2019, anno della celebrazione dell'evento, il richiamo sui media è diventato ancora più acuto¹⁰.

Fig. 20

I driver del turismo a Matera 2005-2019, effetto covid 2020 e simulazione 2021

⁹ Nella figura 20 abbiamo sviluppato per il 2021 una simulazione relativa ai flussi turistici a Matera (si veda il capitolo 7).

¹⁰ Una conferma del ruolo importante della eco mediatica viene anche dai dati elaborati dalla società di media intelligence L'Eco della Stampa che ha stimato per Matera 2019 un Advertising Value Equivalency (AVE) pari a €110.128.800. L'AVE rappresenta una misura del valore della copertura mediatica che può essere confrontato con il costo di una campagna pubblicitaria con un posizionamento simile.



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - 2021: nostra simulazione

CAGR: tasso di crescita annuo composto

La stessa stampa internazionale ha dato molto spazio a Matera come luogo dalla grande forza attrattiva in cui era in corso la costruzione di un grande evento, ed è stata importante nel diffondere la notorietà della città e della regione anche in Paesi che non necessariamente conoscevano il titolo di Capitale Europea della Cultura. Nel periodo 2014-2019 la crescita del turismo straniero a Matera è stata in realtà meno pronunciata della crescita del turismo nazionale. Tuttavia l'esame condotto sui dati sulla provenienza geografica dei turisti stranieri fa notare come i Paesi di provenienza con la maggiore crescita siano quelli ad elevato reddito pro capite, un fattore che ha innalzato la capacità di spesa del turismo a Matera e ha contribuito ad innalzare le stime sulla spesa media pro capite del totale dei suoi turisti, come riportato nella sezione 3.4.2.

Il forte legame tra l'eccezionalità della crescita del turismo a Matera nel periodo 2014-2019 e la costruzione dell'evento Matera 2019 è desumibile anche dal confronto tra Matera ed altre città d'arte italiane (capitolo 4). Se gli altri fattori trainanti del turismo presenti nel periodo 2014-2019 fossero stati preminenti rispetto al richiamo attraverso i media esercitato dalla costruzione dell'evento, avremmo dovuto vedere Matera e altre città d'arte italiane convergere su trend di crescita del turismo tra loro paragonabili.

Una parte fondamentale della crescita del turismo a Matera nel periodo 2014-2019 è attribuibile in realtà al turismo nazionale. Tuttavia, come indica l'analisi delle provenienze internazionali, il turismo dall'estero è stato un importante volano di crescita della spesa turistica grazie all'arrivo di turisti da aree ad alto reddito del Nord America, dell'Europa e dell'Asia in particolare.

Fig. 21 Matera: analisi degli arrivi dall'estero per provenienza geografica - 2019

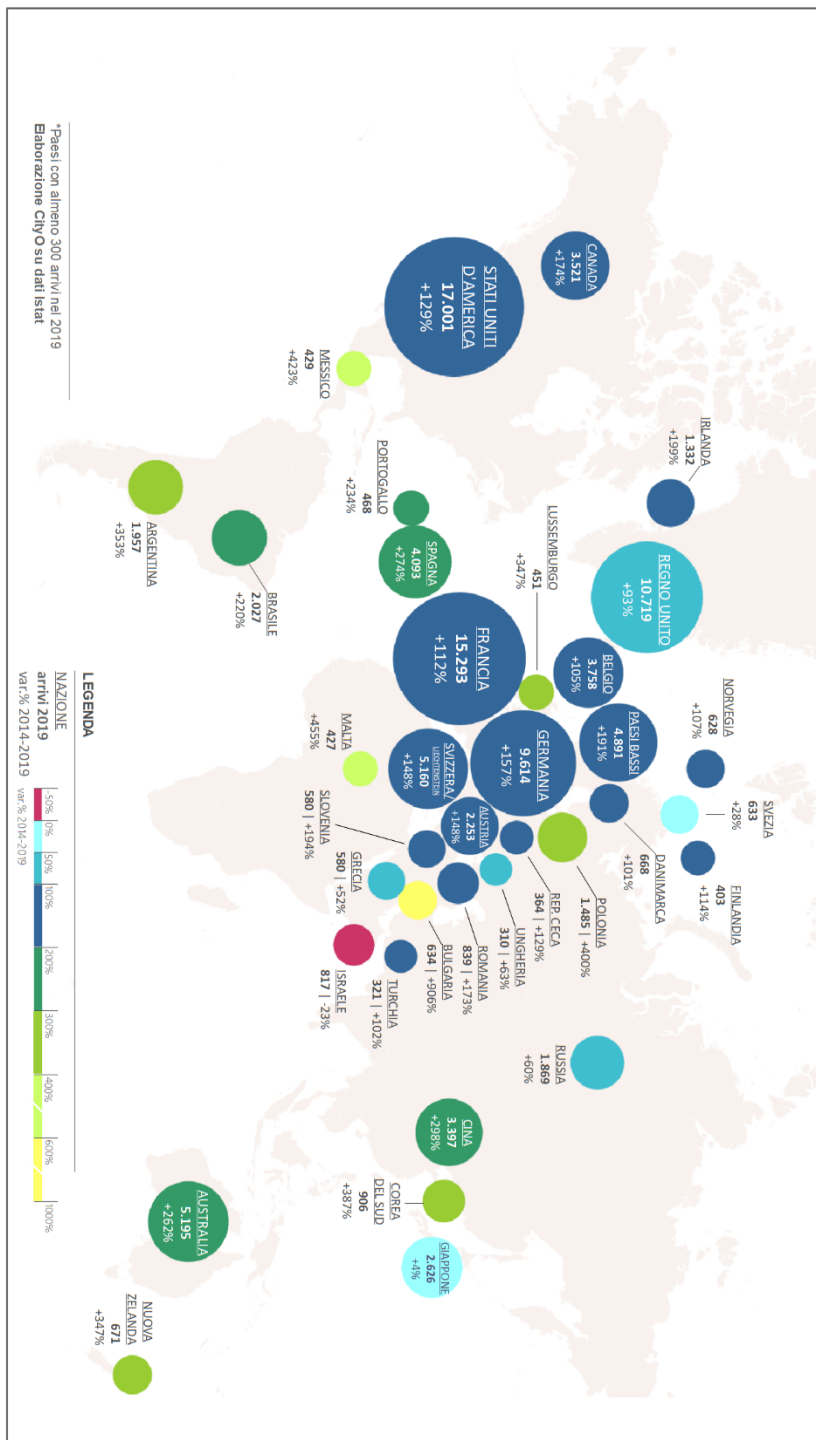
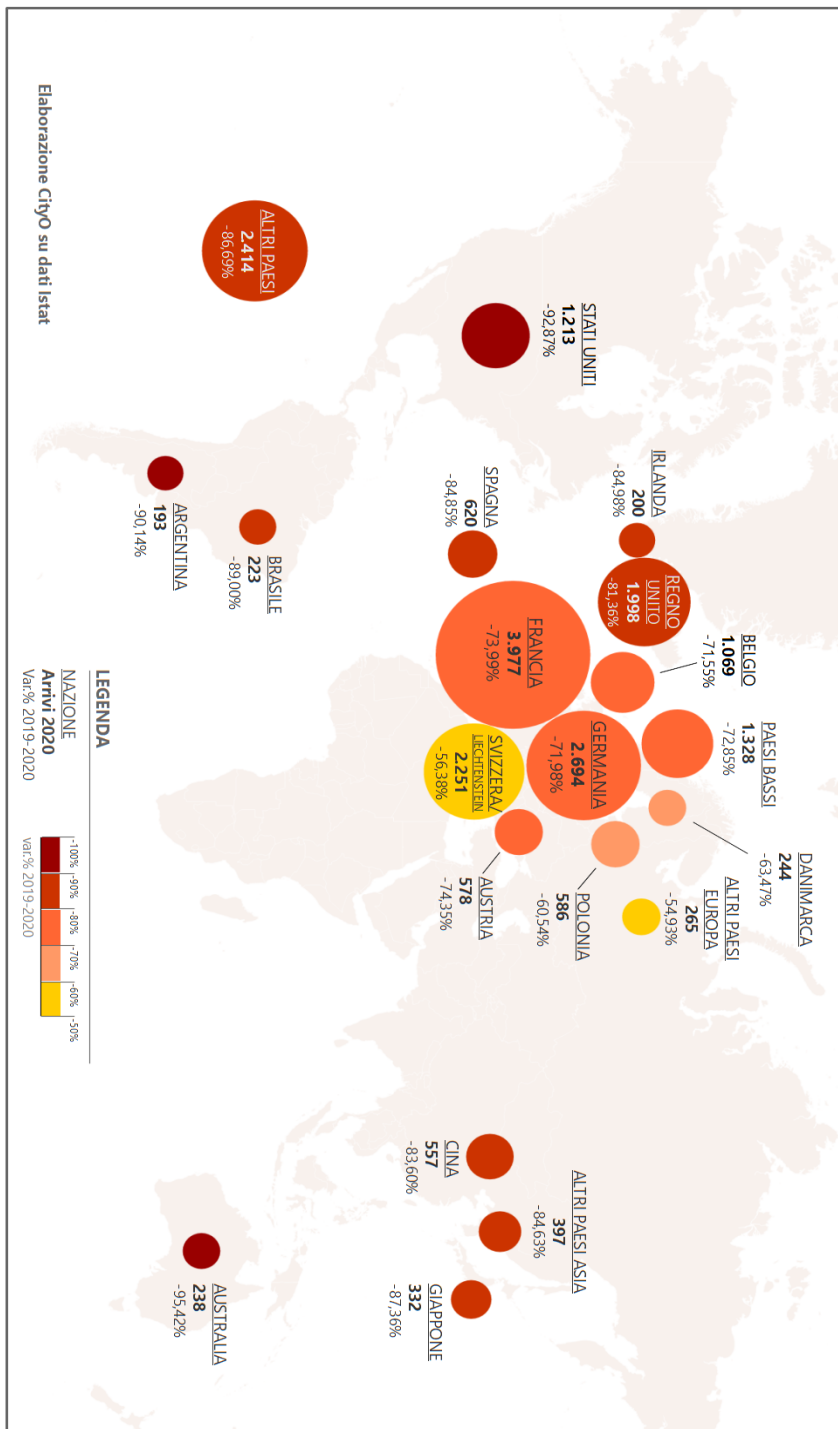


Fig. 22 Matera: analisi degli arrivi dall'estero per provenienza geografica – 2020



Box 5**Le radici del boom turistico a Matera**

Le tendenze e i risultati appena illustrati hanno radici lontane. La principale attrattiva di Matera, i Sassi, sono stati oggetto di un processo di recupero avviato negli anni '80 con la legge sulla "Conservazione e recupero dei rioni Sassi di Matera" del novembre 1986.

Negli anni '90 è iniziata una graduale crescita di notorietà di Matera spinta in modo particolare nel 1993 dall'iscrizione dei Sassi e del Parco della Murgia nella lista dei beni Unesco Patrimonio dell'Umanità. In seguito si è assistito all'arrivo di una serie di grandi produzioni cinematografiche internazionali. A fare la differenza, in questo contesto favorevole, è stata la parallela e progressiva espansione del turismo culturale a livello nazionale e internazionale: all'inizio del nuovo secolo le potenzialità del fenomeno sono state colte da una serie di operatori turistici i quali, approfittando del processo di riqualificazione dei Sassi, hanno iniziato a investire in strutture ricettive di tipo alberghiero.

A partire dal 2009, anno di inizio dei lavori di candidatura per il titolo di Capitale Europea della Cultura 2019, Matera incrocia trend globali di crescita generalizzata del turismo, con il turismo culturale che via via raccoglie arrivi anche dai Paesi asiatici, molti dei quali in forte crescita economica.

L'esplosione del turismo online e delle piattaforme digitali come Airbnb, il successo delle compagnie low cost e l'espansione del vicino aeroporto di Bari completano il set di fattori abilitanti per una crescita del turismo in una località emergente e dalle limitate connessioni di trasporto come Matera.

In pochi anni, grazie anche al richiamo sui media favorito dalla designazione a Capitale Europea della Cultura, Matera passa da località turistica emergente a centro di richiamo nazionale e internazionale: i visitatori in arrivo dall'estero oscillano negli ultimi anni intorno a quota 30% dei suoi arrivi totali.

3.4 Stima degli escursionisti e della spesa turistica

Per completare il set di variabili necessario a misurare l'impatto del turismo sull'attività economica in Basilicata e a Matera, va stimato il valore di due grandezze che in genere si ricava attraverso indagini sul pubblico dei turisti.

- Si tratta di stimare le dimensioni del cosiddetto turismo giornaliero, gli escursionisti che visitano la loro meta turistica in giornata, rientrando a pernottare in un comune al di fuori del di quello in cui si è effettuata la visita. Questo fenomeno può assumere dimensioni importanti, soprattutto nelle città d'arte come Matera.
- Si tratta inoltre di stimare il valore della spesa media giornaliera dei turisti, assegnando diversi pesi a seconda del tipo di turismo prevalente nelle diverse località.

Indagini sul turismo di questo tipo mancano al momento a Matera e in Basilicata o sono ormai obsolete. La loro principale finalità sarebbe quella di ovviare alla carenza di stime su grandezze importanti come la spesa dei turisti, i mezzi di trasporto utilizzati o le ragioni e la durata della visita.

Siamo quindi ricorsi ad un metodo empirico per stimare la dimensione di entrambe le grandezze.

3.4.1 Gli escursionisti

Il fenomeno del turismo giornaliero a Matera è rilevante. Non esistono indagini recenti volte a stimare le dimensioni del fenomeno, sia in termini di flussi che di spesa pro capite.

Tuttavia utilizzando come riferimento indagini realizzate in altre città d'arte confrontabili con Matera, possiamo fissare una proporzione standard tra volume annuo di presenze turistiche pari circa a 1:1.

In generale maggiore è il grado di accessibilità multimodale di una città, maggiore è il numero di mete turistiche e il volume di flussi turistici nel territorio vasto che circonda la città, d'arte più alto il numero prevedibile di escursionisti.

Dall'altra parte, un'offerta ricettiva insufficiente a soddisfare la domanda di pernottamento in una meta turistica può trasformare presenze potenziali in visite giornaliere. Anche la scarsità di strutture ricettive in grado di ospitare comitive numerose può portare allo stesso esito. Questi vincoli di offerta possono spingere una parte dei visitatori a pernottare in località vicine per poi raggiungere la meta turistica principale come escursionisti.

Per il 2019 sono emerse tra gli specialisti del settore turistico a Matera (in particolare tra le guide turistiche) chiare indicazioni su una crescita molto forte dell'escursionismo.

E' possibile ipotizzare per Matera un rapporto 1:1 tra flussi di presenze turistiche ufficiali e flussi di escursionisti dopo una stima di 1:1,2 nel 2019.

3.4.2 Stima della spesa turistica media giornaliera

Anche su questo aspetto non esistono indagini qualitative a Matera e in Basilicata.

Per arrivare alla stima sulla spesa media dei turisti sono state utilizzate come base alcune analisi qualitative condotte a livello nazionale o in altre regioni italiane.

Si è tenuto conto di una ipotesi di segmentazione del turismo a Matera e in Basilicata prendendo in considerazione i segmenti del turismo culturale, del turismo congressuale, del turismo cinematografico, del turismo balneare e del turismo sportivo e dell'outdoor. Si è tenuto conto delle provenienze nazionali e internazionali dei turisti in Basilicata e a Matera.

Per Matera il risultato è una stima aggregata di €130 di spesa media giornaliera dei turisti che hanno pernottato nel 2019. Mentre per gli escursionisti la stima è pari a €30 per visitatore.

3.5 Impatto del settore turistico sul PIL a Matera

La matrice input-output della Regione Basilicata è stata analizzata e scomposta per ottenere uno schema di Conto Satellite del Turismo della Basilicata. Si è quindi proceduto, con il supporto di un programma open source realizzato per calcoli matriciali sui modelli input-output, all'inversione matriciale della tavola IO della Basilicata e al calcolo dei coefficienti della matrice intermedia.

E' stato così ottenuto il valore del moltiplicatore di spesa turistica della Basilicata pari a 1,62. Tale valore si può leggere come: per ogni euro in più di spesa turistica in Basilicata (lo shock o variazione della domanda) l'impatto economico finale è pari a €1,6 (in questo valore sono inclusi gli impatti diretti, indiretti e indotti determinati dalle interdipendenze tra i diversi settori). Considerando il pil come grandezza economica finale il moltiplicatore indica di quanto varia il pil ad una variazione unitaria della domanda.

Data la maggiore maturità acquisita negli ultimi anni dal settore turistico di Matera (per esempio in termini di qualità e prezzi delle strutture ricettive e di ristorazione, sviluppo di settori specializzate nei servizi turistici, dal trasporto alle agenzie di viaggio, ecc.) è ragionevole pensare ad un **valore maggiore del moltiplicatore di spesa turistica per Matera, che abbiamo ipotizzato pari a 1,85.**

Abbiamo quindi incorporato nella tavola input-output i dati effettivi che negli anni tra il 2014 e il 2019 hanno dato vita alla variazione della domanda turistica a Matera e in Basilicata. Si tratta in particolare dei dati sulle presenze turistiche illustrati nella sezione 3.1.

Per ottenere il dato effettivo sulla spesa totale dei turisti, il dato relativo alle presenze è stato moltiplicato ogni anno per il valore stimato della spesa media giornaliera dei turisti in quello stesso anno. A questa cifra è stata sommata anche la spesa totale annua dei turisti escursionisti.

Nel 2019 per Matera il valore totale della spesa turistica (pernottanti + escursionisti) è stata pari secondo le nostre stime a €121,3 milioni. Si tratta dello shock o variazione della domanda che, in base al moltiplicatore della spesa turistica di 1,85 di Matera, provoca un impatto sul pil della città pari a €224,3 milioni.

L'impatto economico complessivo del turismo in Basilicata nel 2019 (comprendendo anche la stima del turismo giornaliero nella regione) è stato pari secondo le nostre stime a circa €422 milioni nel 2019.

E' interessante notare come la città di Matera abbia generato nel 2019 il 26,72% delle presenze turistiche sul totale della regione (vedi Appendice A) arrivando però a generare quasi la metà del pil turistico dell'intera regione. Questo risultato ovviamente dipende soprattutto dalla più alta capacità di spesa dei turisti che visitano una città d'arte.

Una considerazione va fatta sull'impatto della spesa delle famiglie residenti e dei turisti. Dall'analisi input-output si nota come quest'ultima variabile faccia registrare impatti più elevati in termini di pil o valore aggiunto rispetto alla spesa dei residenti. Ciò è dovuto principalmente al paniere di spesa dei turisti, che incide particolarmente sulla branca Alberghi e Pubblici Esercizi (40%), ed è caratterizzata da un basso fabbisogno di import

diretto ed indiretto. La spesa dei residenti, invece, richiede produzioni con una più alta componente di importazioni.

L'ultimo passo nell'analisi di impatto del turismo riguarda la stima della quota del pil turistico sul pil totale: queste stime sono state condotte per il 2019 sia per il complesso della Basilicata, sia per il comune di Matera. **Per la Basilicata le stime confermano i dati ufficiali: il pil turistico si aggira secondo le nostre stime intorno al 3-4% del pil totale della regione che nel 2019 è stato pari a circa €12,6 miliardi.**

Questo peso relativamente basso del settore turistico sul pil regionale può essere spiegato tenendo conto dall'importante contributo di alcuni settori alla formazione di pil in Basilicata. E' noto che il settore automobilistico (FCA a Melfi e suo indotto) e il settore estrattivo della Val d'Agri sono da anni una fondamentale componente del prodotto interno lordo lucano e dell'export regionale. Entrambi questi settori sono localizzati prevalentemente nella provincia di Potenza.

Più elaborata la procedura di stima per Matera. Non esistono infatti serie storiche sul pil dei comuni italiani. Esistono elaborazioni condotte sporadicamente da diversi istituti e centri di ricerca. Si è tenuto conto di tali stime come quella del Rapporto RUR-Censis del 2004. Si è tenuto conto inoltre di stime dei pil provinciali più aggiornate (Istituto Tagliacarne, Eurostat) o delle stime sul valore aggiunto provinciale pubblicate dall'Istat.

Il risultato è stato una stima del pil del comune di Matera nel 2019 pari a €1,47 miliardi (pari al 40% circa del pil provinciale). **Di conseguenza la quota del pil turistico del comune di Matera si aggira secondo le nostre stime intorno al 15% del pil comunale.** Se alle nostre stime sul turismo sommiamo anche quelle sul turismo sommerso (sulla base delle metriche nazionali di stima di tale fenomeno) - oltre ad alcune correzioni per tener conto di un più alto livello delle presenze ufficiali - **il pil turistico della città di Matera potrebbe attestarsi intorno al 21% del pil totale del comune.**

3.6 Impatto del turismo sul settore immobiliare

Gli investimenti nel settore immobiliare per il turismo sono investimenti privati realizzati da operatori del settore alberghiero e della ristorazione, ma anche da famiglie che decidono di riconvertire proprietà immobiliari in spazi da destinare all'offerta ricettiva. I dati di base per ricavare un elenco di questi investimenti provengono da una recente analisi sull'impatto economico di *Matera Capitale Europea della Cultura 2019*.

Gli interventi nel settore immobiliare per il turismo sono investimenti che, non appena attivati, producono ricadute soprattutto sul settore delle costruzioni e sulla filiera di industrie fornitrici attivate dalla domanda del settore delle costruzioni. Queste ricadute - che si manifestano durante il periodo di realizzazione dell'investimento (il quale a seconda dei casi può richiedere alcuni mesi o alcuni anni di cantiere e tende ad essere completato in un orizzonte di breve o medio periodo) - vengono generalmente analizzate, come già visto nel caso del turismo, attraverso le tavole intersettoriali con la stima degli impatti diretti, indiretti e indotti.

Gli investimenti immobiliari per il turismo costituiscono un comparto economico circoscritto.

Gli investimenti sono realizzati non solo da operatori del settore alberghiero e della ristorazione ma anche da famiglie che decidono di riconvertire proprietà immobiliari in spazi da destinare all'offerta ricettiva.

La crescita esplosiva del turismo a Matera - in particolare tra il 2014 e il 2019 - ha stimolato un importante flusso di investimenti in questo comparto e si è deciso quindi di tenerne conto nello stimare gli impatti complessivi di *Matera 2019*.

Abbiamo ricavato una dimensione parametrica del valore degli investimenti immobiliari per uso turistico realizzati a Matera dove, come abbiamo visto nelle precedenti sezioni, si è concentrata negli ultimi anni larga parte della crescita dei flussi turistici della Basilicata. Per investimenti immobiliari per il turismo si intende il complesso degli investimenti, di diverso valore economico, realizzati nel periodo 2014-2019 da famiglie e imprese per:

- Realizzare ex novo strutture alberghiere ed extra-alberghiere, comprese le strutture ad uso congressuale
- Ristrutturare o espandere strutture alberghiere ed extra-alberghiere già esistenti
- Ristrutturare spazi abitativi per convertirli in unità ad uso turistico
- Ristrutturare spazi ad uso bar/ristorazione

Abbiamo ipotizzato che questi investimenti possano essere assimilati ad una infrastruttura e abbiamo quindi previsto per gli investimenti di importo più rilevante un moltiplicatore variabile tra 2 e 2,4 - in linea con moltiplicatori del settore delle costruzioni - e per la massa di investimenti di più piccola dimensione (soprattutto ristrutturazioni di spazi da convertire ad uso turistico e bar/ristorazione) un moltiplicatore di spesa pari a 1,5.

I dati di base sono stati raccolti utilizzando le statistiche sulle variazioni dell'offerta ricettiva pubblicate da APT Basilicata e dal Comune di Matera. Laddove disponibili sono stati utilizzati i dati relativi alle nuove aperture commerciali a Matera nel settore dei bar/ristorazione. Alcuni dati - relativi in particolare agli investimenti di maggiori dimensioni, come la ristrutturazione dell'Hotel MH di borgo Venusio - sono stati raccolti con ricerche desk e sulla stampa locale.

Al momento, con una stima conservativa, si ipotizza che tra il 2014 e il 2019 siano stati realizzati in questo campo di attività, nell'area del comune di Matera, investimenti per circa €30 milioni con un impatto di spesa complessivo pari a €55,5 milioni.

4. **Matera: un confronto con le altre città d'arte**

L'evoluzione del turismo a Matera, in particolare l'ascesa nel decennio fino al 2019, è ormai da considerare un caso studio sia per l'alto tasso di crescita che - in un arco di tempo relativamente breve - ha portato agli attuali livelli di presenze e arrivi turistici, sia per il modo in cui è avvenuto. Si tratta di un processo di crescita del turismo che non ha molti paragoni in Italia e probabilmente anche in Europa.

I dati mostrati in precedenza nel profilo statistico su Matera (Tab. 9-10 e Fig. 23-25) mettono in evidenza tassi di crescita annuali eccezionalmente forti (per esempio il + 44% delle presenze nel 2015), e soprattutto mostrano una combinazione di crescita del turismo domestico e internazionale in un periodo in cui il turismo italiano ha sofferto molto gli effetti della crisi successiva al 2008.

Va notato inoltre che Matera presenta una dipendenza relativamente bassa dal turismo di prossimità. Come altre città d'arte italiane attira flussi da località nazionali anche molto distanti e mostra una propensione particolarmente accentuata ad attirare quei turisti che per origine geografica presentano una elevata spesa media giornaliera nelle località di visita.

Lo sviluppo turistico di Matera presenta tratti ancora più originali se confrontato con le tendenze nella tipologia di località turistica di appartenenza, quella delle città d'arte italiane. Nel periodo 2014-2019 le presenze a Matera sono cresciute di oltre il 198% (Tab. 10). Il livello di turisticità (presenze/popolazione residente) raggiunto da Matera è oggi particolarmente alto nel confronto con altre città d'arte. Ricordiamo che questo indicatore segnala il carico turistico di una città ed è inoltre una proxy dell'importanza del turismo nella sua economia.

Anche in un arco di tempo più ampio (+350% tra il 2010 e il 2019, Tab. 9) Matera conferma il suo primato in termini di tasso di crescita dei flussi turistici: tra le città d'arte italiane è stabilmente il centro che registra di gran lunga i progressi più forti.

Tab. 9
Città d'arte italiane: prime venti città per variazione delle presenze totali 2019/2010

Città	Variazione % Presenze Totali 2019/2010	Presenze Totali 2019	Popolazione 2019	Indice Turisticità 2010	Indice Turisticità 2019
Matera	350,34	730.434	60.411	2,71	12,09
Arezzo	125,23	442.226	99.258	2,00	4,46
Napoli	123,32	3.765.847	962.589	1,75	3,91
Verona	90,36	2.743.943	259.608	5,72	10,57
Como	80,82	757.901	85.915	5,10	8,82
Bari	78,09	916.941	322.316	1,63	2,84
Bologna	68,74	3.188.040	390.625	5,09	8,16
Vicenza	67,38	642.700	111.764	3,45	5,75
Lecce	60,93	710.707	96.534	4,93	7,36
Padova	60,68	1.657.672	212.395	5,02	7,80
Ravello	55,10	183.639	2.469	48,17	74,38
Mantova	52,97	226.936	49.440	3,19	4,59
Trieste	50,22	997.537	203.234	3,29	4,91
Milano	48,14	12.474.208	1.396.059	6,79	8,94
Pompei	48,03	234.092	24.981	6,21	9,37
Trento	47,55	1.089.999	118.902	6,48	9,17
Firenze	46,30	10.955.345	372.038	20,96	29,45
Treviso	43,79	359.438	85.760	3,09	4,19
Cremona	42,75	143.392	72.672	1,44	1,97
Bergamo	41,00	692.554	121.781	4,26	5,69

Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

Tab. 10

Città d'arte italiane: prime venti città per variazione delle presenze totali 2019/2014
(solo città con almeno 50.000 abitanti)

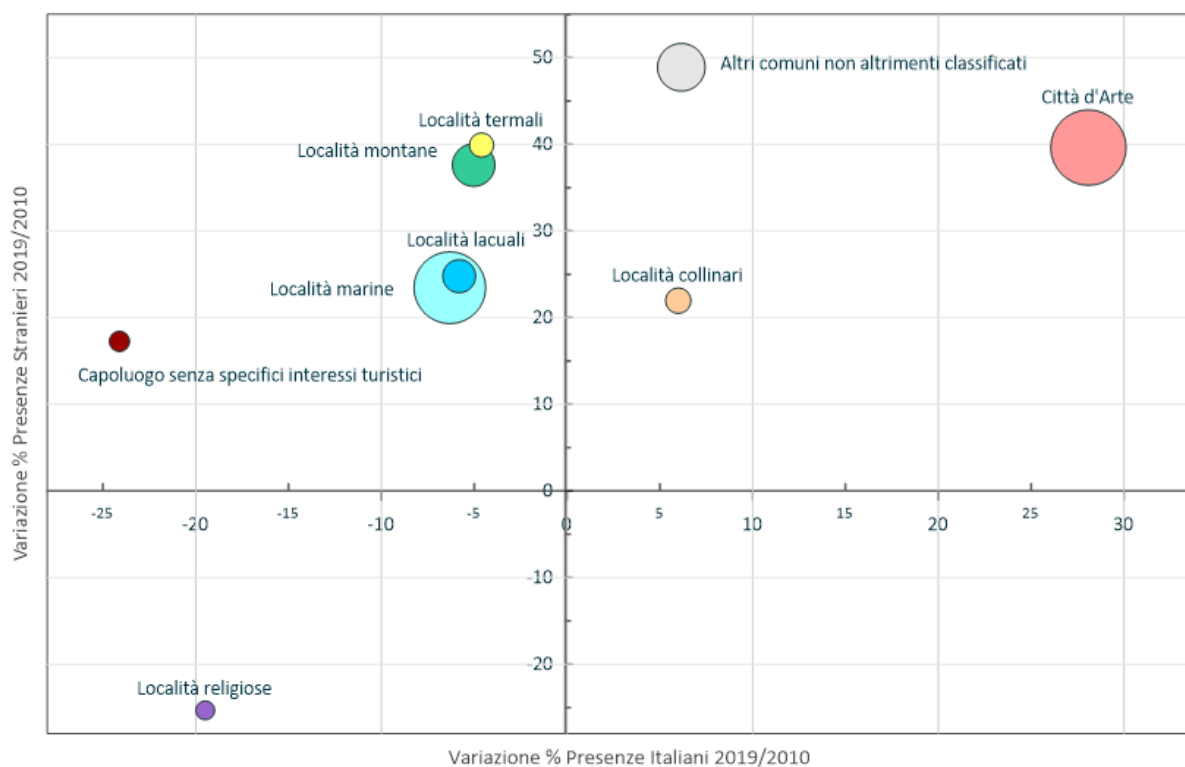
Comuni	Variazione % Presenze Totali 2019/14	Turistività 2019
Matera	198,32	12,09
Vigevano	65,88	0,67
Como	64,51	8,82
Verona	63,19	10,57
Arezzo	62,54	4,46
Carrara	56,58	1,39
Treviso	55,64	4,19
Bergamo	55,02	5,69
Bari	50,43	2,84
Bologna	47,64	8,16
Lecce	44,91	7,36
Vicenza	43,84	5,75
Trieste	38,76	4,91
Trento	34,93	9,17
Brindisi	34,23	2,18
Roma	30,57	10,92
Faenza	30,50	2,66
Napoli	30,26	3,91
Venezia	29,70	49,97
Firenze	27,33	29,45

Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

Le città d'arte si sono rivelate un serbatoio di flussi di turismo "anticiclico" nel periodo post crisi finanziaria del 2008 (Fig. 23), aumentando il proprio peso sul totale delle presenze turistiche in Italia di anno in anno (Fig. A1 in Appendice A).

Per crescita delle presenze sia dei turisti italiani che dei turisti internazionali le città d'arte nel loro complesso hanno mostrato performance ben superiori alle altre due principali tipologie di località turistiche, quelle montane e marine: queste ultime hanno anzi manifestato una riduzione delle presenze dei turisti italiani nel periodo considerato.

Fig. 23 Località turistiche: variazione delle Presenze dei residenti e non residenti 2019/2010

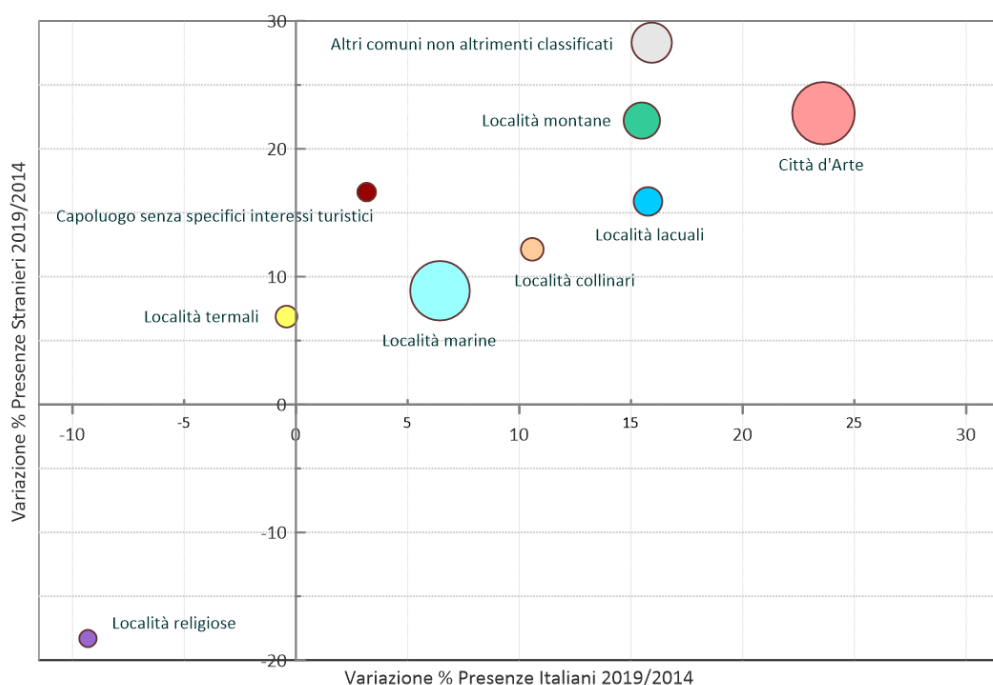


Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - La dimensione dei cerchi rispecchia la dimensione totale delle presenze nel 2019 nelle varie tipologie di località.

In questo contesto favorevole alle città d'arte, la performance di Matera è stata e continua ad essere notevole.

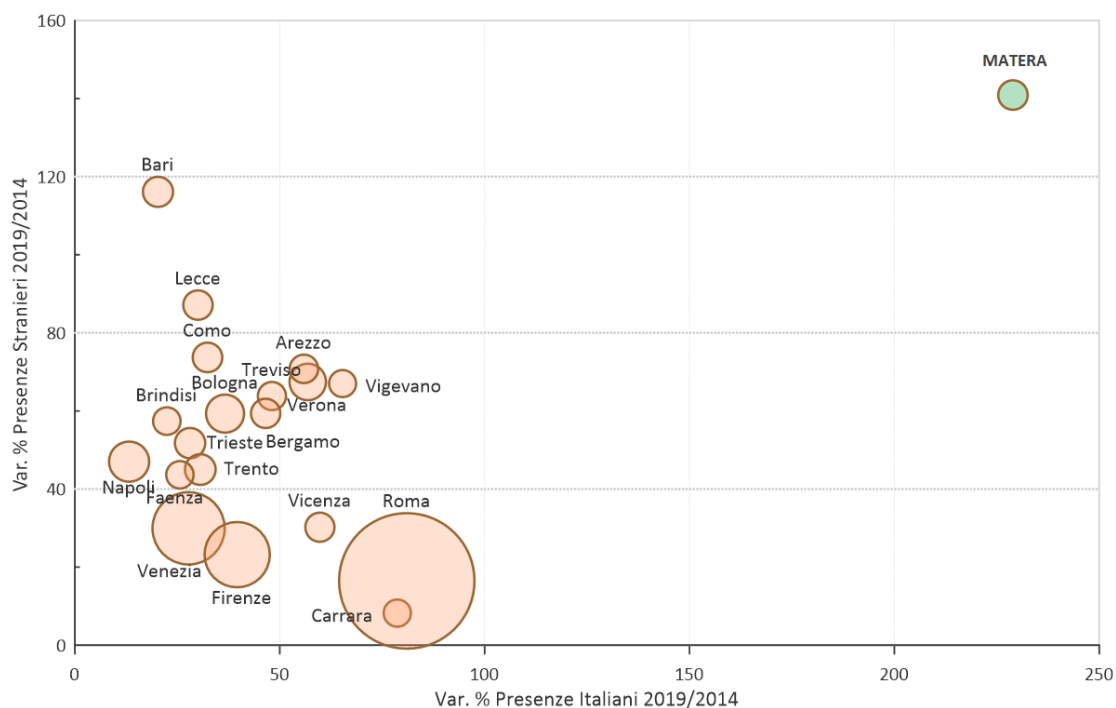
Nel confronto tra Matera e le città d'arte spicca la sua crescita sui due fronti del turismo nazionale e internazionale anche nei confronti del raggruppamento di riferimento, quello delle città di medio-grandi dimensioni, come mostra la Fig. 25.

Fig. 24 Località turistiche: variazione delle Presenze dei residenti e non residenti 2019/2014



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - La dimensione dei cerchi rispecchia la dimensione totale delle presenze nel 2019 nelle varie tipologie di località.

Fig. 25 Confronto incrociato della variazione delle Presenze italiane e straniere nelle più dinamiche Città d'Arte con oltre 50.000 abitanti nel periodo 2014-2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - La dimensione dei cerchi rispecchia il totale delle presenze nel 2019 nelle varie città.

Il trend positivo delle città d'arte di medio grandi dimensioni, e il trend di Matera in particolare, confermano l'ipotesi più volte sottolineata nei nostri lavori sul ruolo delle città piccole e medie nelle "aree periferiche" dell'Europa come fattore di riequilibrio territoriale di fronte alla forza economica espressa, negli ultimi 10-15 anni in particolare, dalle grandi aree metropolitane in Italia e nel continente europeo.

5. Il settore congressuale a Matera

In questo capitolo approfondiamo il tema della struttura e delle potenzialità del settore dei meeting e congressi a Matera.

In particolare in questo capitolo:

- Nella sezione 5.1 ripercorriamo i legami tra il settore dei meeting e congressi e il dossier di candidatura di Matera Capitale Europea della Cultura 2019 in cui era presente tra gli altri il progetto *Matera Meetings Mean More*.
- Nella sezione 5.2 analizziamo il settore dei meeting e congressi a livello nazionale - sulla base dei dati del rapporto OICE 2020 - e l'evoluzione di tale settore alla luce dei cambiamenti tecnologici e della sempre più diffusa adozione della modalità degli incontri "a distanza" - favorita anche dall'insorgere della pandemia.
- Nella sezione 5.3 fotografiamo in termini quantitativi (numero di sedi, capienza, localizzazione), l'offerta del settore congressuale di Matera.
- Nella sezione 5.4 indichiamo alcune aree di criticità e percorsi di adattamento per il settore dei congressi a Matera.

5.1 Il settore dei meeting e congressi a Matera

Il settore dei meeting e congressi è cresciuto a Matera negli ultimi 15-20 anni di pari passo con la crescita dei flussi turistici. L'industria congressuale, nelle sue varie modalità di offerta, rappresenta una forma di turismo (vedi Box 2) e a questo riguardo va sottolineata la forte correlazione esistente tra il settore congressuale e il turismo culturale: sono in genere le città d'arte e cultura ad assorbire la quota maggiore di attività di questo settore.

La dotazione di spazi fisici per congressi, meeting ed eventi è certamente aumentata in coincidenza con la preparazione di Matera 2109 come testimonia, tra l'altro la realizzazione di strutture come Cava del Sole, un intervento già citato nelle precedenti sezioni.

In termini di dotazione di spazi congressuali, a Matera prevalgono le dimensioni piccole e medie: gli spazi al chiuso più grandi - come vedremo di seguito con maggiore dettaglio - arrivano al momento fino ad una capienza di 700 posti a sedere in una singola sala.

Anche in virtù della sua maggiore notorietà, Matera è stata prescelta dal governo italiano come sede per ospitare i lavori del G-20 dei Ministri degli Esteri nel giugno 2021. Si tratta di un'ulteriore ricaduta economica - e fonte di nuovo appeal internazionale - che arriva come eredità dell'evento culturale del 2019.

Tuttavia la scelta di Matera come sede del G-20 è stata solo in parte dettata dall'accresciuta dotazione ricettiva e congressuale. Sarà infatti la città di Bari la principale location per l'ospitalità delle alte delegazioni internazionali. Su questa scelta convergono anche valutazioni legate alla sicurezza. Per Matera rimarrà spazio per accogliere nelle strutture ricettive una parte dei flussi di visitatori legati all'evento, come le delegazioni "intermedie" o la nutrita schiera di giornalisti. La scelta di puntare su Bari per la ricettività segnala comunque i limiti del settore ricettivo-congressuale di Matera ed i progressi che rimangono da fare, sul fronte delle dimensioni e della qualità, sia per le strutture di ospitalità sia per gli spazi dedicati a meeting e convegni.

Box 6**L'industria congressuale**

L'acronimo MICE indica il settore "*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*" (riunioni, *incentive tour*, conferenze ed esposizioni) che utilizziamo come equivalente di industria

congressuale. Si tratta a tutti gli effetti di una forma di turismo, in cui grandi e piccoli gruppi di persone si riuniscono con uno scopo comune. Il programma di queste riunioni è pianificato e può dar luogo a conferenze, incontri, meeting, fiere, eventi e, in generale, ad un ventaglio di diverse forme congressuali organizzate attorno ad un comparto o settore economico, un tema o un argomento.

Le città e i territori competono per ospitare gli incontri MICE che, va sottolineato, non comprendono per esempio l'organizzazione di grandi eventi come i concerti musicali o le varie categorie di festival. La *meeting industry*, o industria congressuale, tende a concentrarsi in città con un'offerta per spazi congressuali consolidata o emergente.

I *Meeting* possono essere incontri aziendali, di associazioni o di categorie professionali, con riunioni rivolte generalmente ad associati, colleghi o clienti. I *Business retreat* rientrano in questa categoria di eventi.

Le *Convenzioni* sono riunioni avviate da una società, un gruppo professionale o un'organizzazione al fine di condividere conoscenze, informazioni intorno a un tema di interesse comune ai partecipanti.

I *Congressi* sono eventi organizzati attorno a un tema generale: offrono ai partecipanti l'opportunità di scambiare conoscenze e informazioni. Contengono al loro interno conferenze organizzate attorno a temi specifici. Sono in genere a pagamento e attirano un ampio numero di persone.

Gli *Incentive tour* premiano gruppi di persone che all'interno di una o più organizzazioni hanno raggiunto obiettivi specifici.

Le *Fiere e le Esposizioni* sono eventi di scala ampia - B2B o B2C - dall'organizzazione particolarmente complessa che uniscono agli incontri e alle riunioni un'articolata presentazione di aziende, istituzioni, prodotti e servizi.

L'evoluzione sperimentata negli anni più recenti dal settore - sull'onda dei cambiamenti tecnologici e della sempre più diffusa adozione della modalità degli incontri "a distanza" (fenomeno esploso con la pandemia ma destinato a rimanere) - richiede ovviamente uno

sforzo per interpretare al meglio in che modo una città come Matera possa continuare a sfruttare le potenzialità nell'industria dei meeting e dei congressi.

Alcuni dati, utili per illustrare la più recente performance del settore in Italia e la sua struttura e le sue caratteristiche nella città di Matera, vengono presentati nelle due sezioni di seguito.

PERIMETRO DEL SETTORE CONGRESSUALE

Una **definizione di settore turistico** è stata già fornita nella sezione 1.2, facendo riferimento al Conto Satellite del Turismo (CST). Come si è detto, il settore turistico allargato ha ormai una dimensione strategica a Matera, con il pil turistico che nel 2019 può essere collocato tra il 15% e il 20% del pil locale.

Tuttavia i servizi del settore congressuale, rientrando solo in parte nei consumi dei turisti misurati dal CST, non vengono colti in pieno da questa rappresentazione dell'industria turistica: viene registrato il contributo ai consumi locali del turista attraverso il pernottamento nelle strutture ricettive. Ma il contributo al pil turistico delle strutture congressuali sfugge ad una misurazione precisa perchè il pagamento dei servizi congressuali viene generalmente effettuato da imprese o operatori specializzati.

Ai fini della nostra analisi è utile rilevare come il settore congressuale rappresenti un tassello importante dell'industria turistica. Come appena detto una parte di questa importanza passa attraverso il suo contributo all'attività ricettiva: il 10% delle presenze turistiche nelle strutture alberghiere in Italia nel 2019 possono essere attribuite alla motivazione congressuale.

Non esiste una stima ufficiale in relazione al peso del settore congressuale sul totale dei pernottamenti a Matera. Considerando la crescente offerta di ricettivo e di spazi

congressuali a Matera, e tenendo conto anche della forte attrattività esercitata dalla città come centro congressuale sull'onda della preparazione e della celebrazione dell'evento del 2019, è ragionevole ipotizzare che il settore dei congressi abbia pesato sui pernottamenti a Matera negli ultimi anni in misura superiore alla quota nazionale.

5.2 Il settore congressuale in Italia: evoluzione del mercato

La fotografia più recente del settore congressuale in Italia può essere ricavata dal rapporto 2020 dell'OICE, Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi. Si tratta di una fotografia su dati 2019, precedente quindi alla pandemia ed ai suoi effetti.

Il rapporto si basa su un ampio campione di 5.429 sedi contattate, una fetta importante del mercato degli eventi e dei congressi sul territorio nazionale. Vengono stimati in particolare il numero di eventi, di partecipanti e di presenze. Gli eventi vengono inoltre suddivisi per aree geografiche e per classi di partecipanti - con un dettaglio sulla tipologia di clienti e la loro provenienza geografica e classificati inoltre in base alla natura dell'ente promotore (associazioni, imprese ed enti e istituzioni).

Secondo il rapporto OICE nel 2019 in Italia sono stati realizzati 431.127 eventi congressuali (+2,3% rispetto al 2018). Il criterio di classificazione è che ogni evento abbia almeno 10 partecipanti con una durata minima di 4 ore.

I partecipanti sono stati pari a 29.101.815 (+2,5%) con 43.398.947 presenze (+2,6%). Ben il 90,1% degli eventi si concentra nelle classi di partecipanti comprese tra le 25 e le 99 persone, confermando il trend crescente negli ultimi anni di questa specifica classe: "in particolare, nella classe tra le 25 e le 49 persone è ricaduto il 48,7% degli eventi e il 27,9% dei partecipanti e nella classe tra le 50 e le 99 persone il 36,2% degli eventi e il 34,6% dei partecipanti."

Prevalgono, in sostanza, eventi congressuali di piccola e media dimensione, un fenomeno che come vedremo di seguito viene confermato anche nelle città a “vocazione congressuale” come Matera.

La durata media degli eventi in Italia è risultata pari a 1,42 giorni. Importante il dato sugli eventi della durata superiore a un giorno: questi eventi incidono infatti sulle presenze turistiche registrate nelle strutture ricettive. Tali eventi hanno rappresentato il 28,7% del totale, pari a 11.994.000 partecipanti (+2,9% rispetto al 2018) e circa 29 milioni di presenze sul territorio (+1,3% rispetto al 2018): quest’ultima cifra rappresenta il 10,3% delle presenze turistiche registrate dall’ISTAT nel 2019 presso le strutture ricettive italiane.

Riguardo alla provenienza geografica dei clienti, l’ambito di riferimento locale - che l’OICE definisce come tale per avere “una quota di partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente dalla stessa regione dove è ubicata la sede congressuale” - ha rappresentato nel 2019 il 57,9% degli eventi ospitati e il 41,4% dei partecipanti complessivi; l’orizzonte nazionale (provenienza prevalente da fuori regione) ha rappresentato il 32,3% degli eventi e il 45,7% dei partecipanti; mentre l’ambito di riferimento classificabile come internazionale ha rappresentato il 9,8% degli eventi e il 12,9% dei partecipanti.

Va sottolineato che in Basilicata e a Matera non vengono ancora raccolti dati così dettagliati sul mercato dei congressi e degli eventi (ovvero numero di eventi, partecipanti e presenze e loro provenienza geografica).

I dati nazionali raccolti dall’OICE, utili per un primo confronto con Matera, riguardano l’analisi del mercato degli eventi e congressi attraverso la “tipologia di sede”.

L’OICE identifica cinque tipologie di sede:

- 1. Alberghi congressuali**
- 2. Centri congressi**
- 3. Sedi fieristico-congressuali**

4. **Dimore storiche non alberghiere** (abbazie, castelli, antiche locande e casali, palazzi storici, ville, ecc.)
5. **Altre sedi**, a loro volta distinte in: sedi istituzionali; spazi non convenzionali; arene e centri sportivi; teatri, cinema e auditori. Gli spazi non convenzionali raccolgono: sedi aziendali, parchi divertimenti, centri commerciali, stabilimenti termali, luoghi di enti religiosi, tenute agricole, ecc)

In termini di numerosità delle sedi analizzate nel rapporto OICE, gli alberghi congressuali costituiscono la larga maggioranza, con una quota del 67,3% del totale nel 2019 (attirando il 56,4% dei partecipanti totali del mercato congressuale italiano), come mostrano la figura 9 e la tabella 3.

Tab. 11

Mercato congressuale in Italia: quota delle sedi analizzate per tipologia di sede

Tipologia OICE	Numero sedi %
Alberghi congressuali	67,3%
Centri congressi	1,7%
Sedi fieristico-congressuali	0,8%
Dimore storiche	8,5%
Altre sedi	21,7%
<i>Sedi istituzionali</i>	<i>10,7%</i>
<i>Spazi non convenzionali</i>	<i>6,9%</i>
<i>Arene e centri sportivi</i>	<i>0,7%</i>
<i>Teatri, cinema, auditori</i>	<i>3,4%</i>

Fonte: Elaborazioni CityO su dati OICE

Molto inferiore, come prevedibile, il numero dei Centri congressi e delle Sedi fieristico-congressuali sparsi per l'Italia. Si tratta di strutture medio-grandi che spesso richiedono consistenti investimenti iniziali e importanti risorse per la manutenzione.

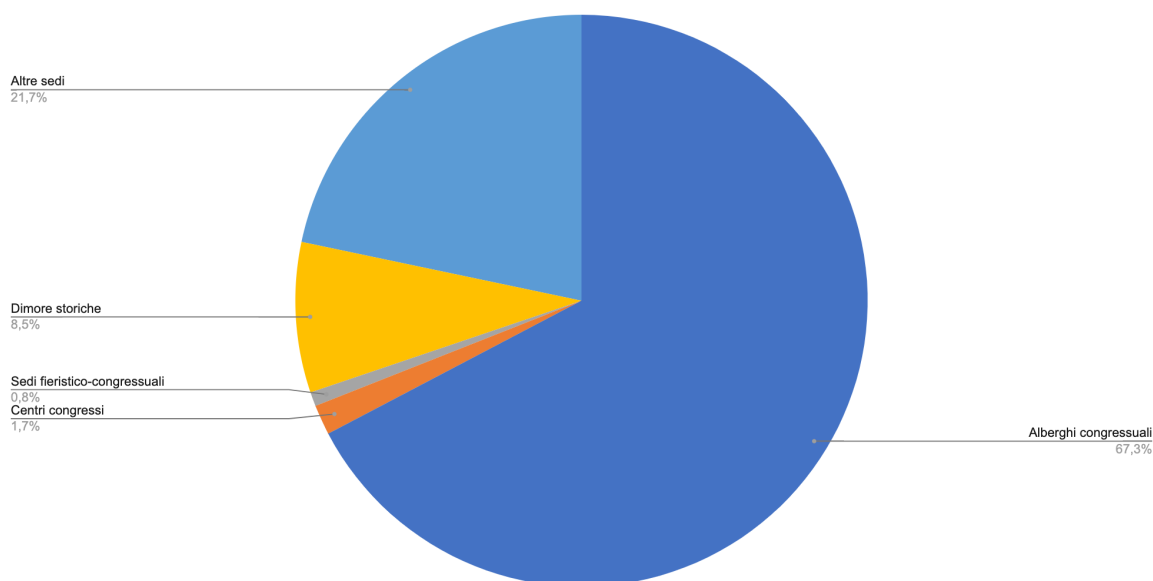
A fronte della loro bassa numerosità, queste strutture - grazie alle loro dimensioni - hanno rispettivamente attirato l'11,8% e 4,3% dei partecipanti totali del mercato congressuale italiano nel 2019.

Completano il quadro le dimore storiche - 8,5% delle sedi analizzate e 3,2% dei partecipanti - e le Altre sedi - 21,7% delle sedi e 24,3% dei partecipanti.

All'interno della categoria Altre sedi, Le arene e i centri sportivi, che rappresentano solo lo 0,7% delle sedi analizzate, hanno ospitato il 3,5% dei partecipanti totali, "grazie a un valore dei partecipanti medi per evento (1.173) che risulta essere il più elevato tra le diverse tipologie di sedi considerate".

Fig. 26

Mercato congressuale in Italia: quota delle sedi analizzate per tipologia di sede



Fonte: Elaborazioni CityO su dati OICE

5.3 La struttura del settore congressuale a Matera

Nel contesto della presente analisi, è stata condotta una originale ricognizione delle sedi congressuali localizzate nel Comune di Matera, realizzando un database (aggiornato al 2021) con dati su:

- Tipologia della sede congressuale.
- Capienza complessiva (in termini di posti a sedere).
- Localizzazione (indirizzo).
- Tipo di proprietà (pubblica o privata).

Va sottolineato che la ricognizione ha riguardato anche sedi molto piccole facendo di fatto emergere un quadro completo del mercato congressuale di Matera. Inoltre, almeno una delle sedi considerate, in questo caso il Teatro Duni, è stata inclusa nel database anche se non ancora operativa. Di converso, una potenziale sede per congressi come il cinema Kennedy non è stata conteggiata tra quelle attive.

Questo primo passo consente di scattare una prima fotografia del settore contribuendo a mettere in evidenza alcuni punti di forza e debolezza.

Nel complesso emerge un settore con una dotazione di 48 sedi per congressi e meeting, con oltre 80 sale associate a queste sedi e con una capienza complessiva di circa 13.700 posti a sedere. Escludendo i 3.500 posti all'aperto dell'arena del Sole, la dotazione effettiva del mercato congressuale di Matera è pari a circa 10.000 posti a sedere. Il dato, indice di una capienza per congressi relativamente alta per una città di medie dimensioni, non deve però trarre in inganno.

Le sedi con una capienza complessiva pari o superiore ai 100 posti a sedere si riducono infatti 27; se si esclude l'arena della Cava del Sole, le sedi con capienza di almeno 100 posti

diventano ventisei. Tuttavia le sedi di media dimensione - con una capienza complessiva pari o superiore ai 400 posti - si riducono a otto. Le tre strutture più grandi per capienza al coperto - MH Matera Hotel, Teatro Duni e il centro congressi della Cava del Sole - possono contare rispettivamente su 1.935, 700 e 690 posti complessivi.

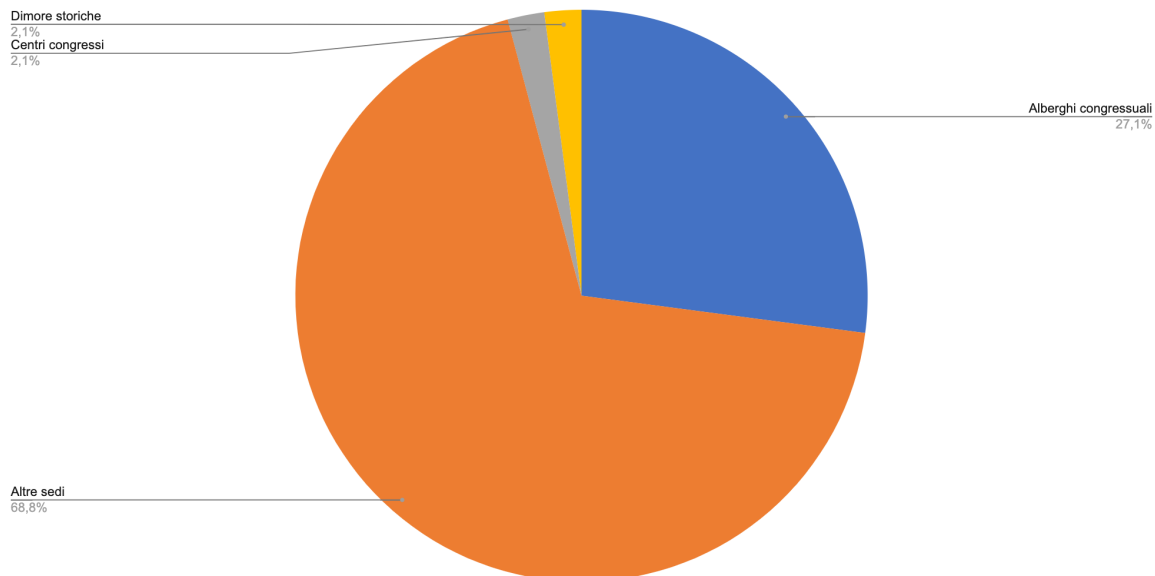
Le sedi multisala - con almeno tre sale e una capienza complessiva superiore a 200 posti, in grado quindi di ospitare congressi di media dimensione con più eventi in contemporanea - sono tre: MH Matera Hotel (10 sale), Palazzo Viceconte (8 sale) e Alvino 1884 (3 sale).

In termini di capienza, le singole sale con oltre 200 posti sono dieci - su un totale a Matera di circa 80 sale singole - quattro dei quali situate presso MH Matera Hotel, la cui sala più grande ha 600 posti.

In termini di numerosità e tipologia delle sedi analizzate - utilizzando anche nel caso di Matera le tipologie del rapporto OICE - la situazione si inverte nel confronto con l'Italia: nella città dei Sassi sono le Altre sedi a rappresentare la larga maggioranza del mercato con una quota del 68,8% come mostra la figura 10.

Fig. 27

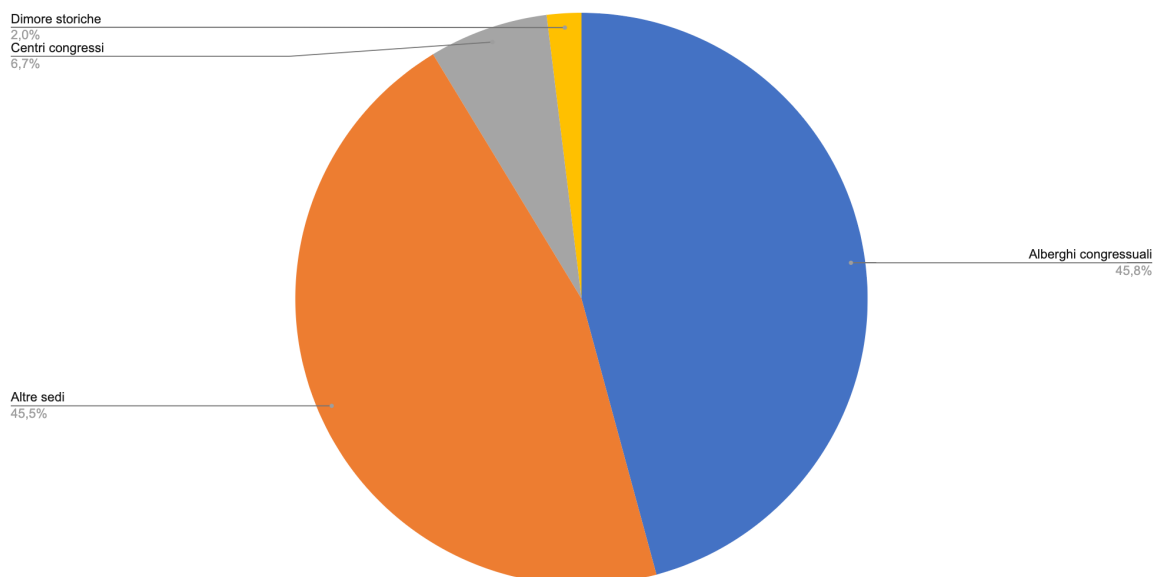
Mercato congressuale a Matera: quota delle sedi analizzate per tipologia di sede



Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

Gli Alberghi congressuali rappresentano circa il 27% del totale sedi considerate a Matera. A Matera non esistono strutture stabili in grado di ospitare sedi Fieristico-congressuali. Gli spazi al coperto della Cava del Sole possono certamente essere considerati un Centro congressi, di fatto l'unica sede a Matera parte di questa tipologia.

La situazione cambia osservando i dati sulla capienza delle sedi congressuali a Matera. Escludendo dall'analisi l'Arena della Cava del Sole con i suoi 3.500 posti all'aperto, la capienza degli Alberghi congressuali sul totale dell'offerta congressuale è dello stesso ordine di grandezza quella delle Altre sedi (figura 11). Sommando la capienza dei Centri congressi e degli Alberghi congressuali la quota di queste due tipologie di sedi è pari al 52% dell'offerta congressuale di Matera.

Fig. 28**Mercato congressuale a Matera: capienza per tipologia di sede**

Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

L'offerta congressuale a Matera è stata analizzata anche in termini di distribuzione geografica delle sedi.

La distribuzione territoriale delle strutture per congressi e conferenze a Matera, illustrata nelle due Tavole che seguono (fig. 12 e 13), è caratterizzata, in primo luogo, da una forte concentrazione delle sedi nelle zone centrali della città, segnatamente nel Centro storico, nel Centro moderno e nell'area dei Sassi.

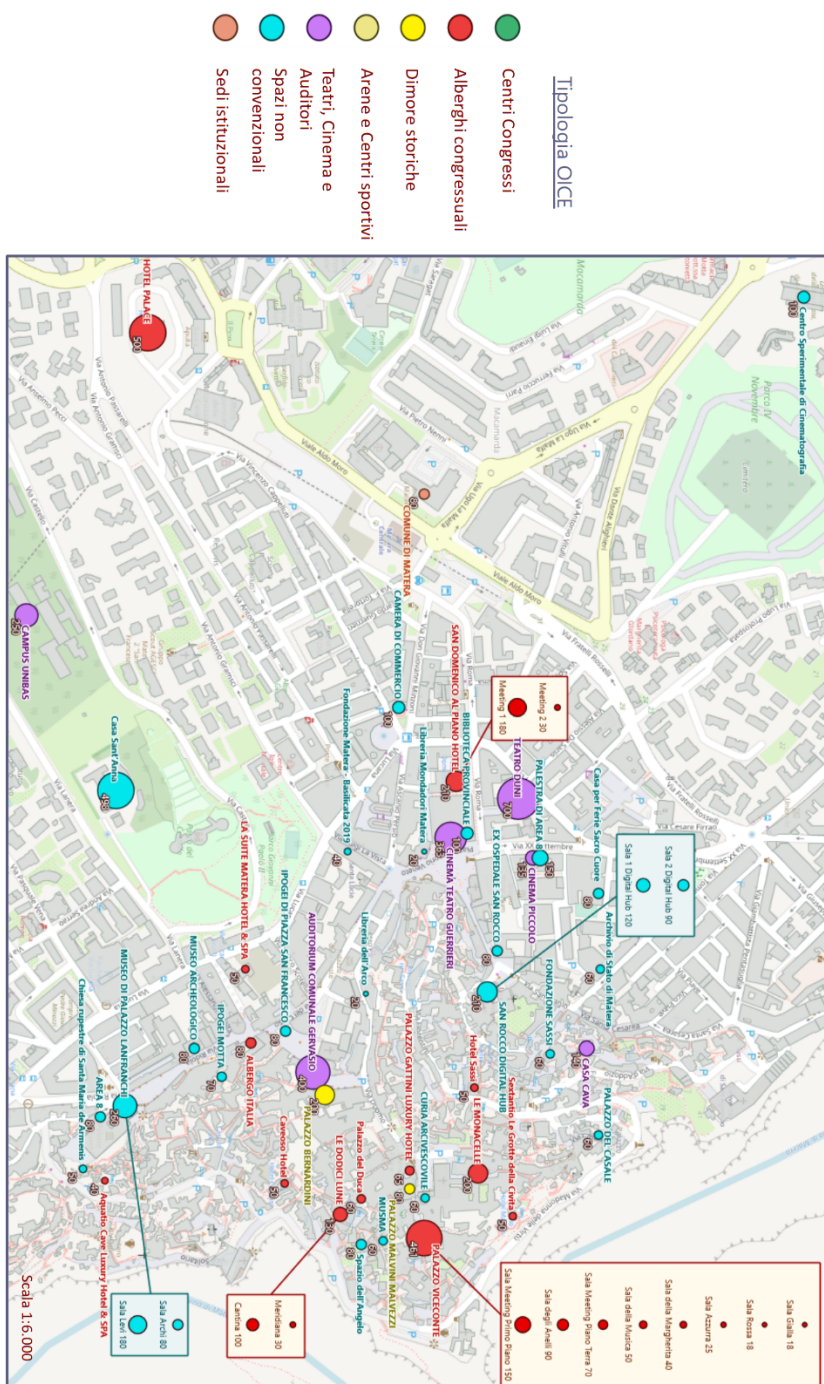
Nei quartieri intermedi e periferici e nelle zone sub-urbane il numero di siti per conferenze è inferiore, ma spesso si trovano localizzate in queste aree le strutture di maggiori dimensioni.

Nel nucleo storico di Matera si incontrano soprattutto sale di capienza medio-bassa, legate a edifici storici e di interesse culturale; solo il Teatro Duni, il Palazzo Viceconte e l'Auditorium Comunale Gervasio offrono 400 o più posti a sedere (rispettivamente 700, 461 e 400).

Al contrario, delle sedi presenti nelle aree periferiche, tre sfiorano o superano ampiamente la soglia dei 500 posti complessivi, spesso articolati in una pluralità di sale in un contesto prevalentemente alberghiero: MH Matera Hotel (1.935), Cava del Sole Congressi (690), Hotel Alvino 1884.

La differente scala dimensionale e densità di strutture nelle varie fasce territoriali, dovuta in gran parte alle caratteristiche del tessuto urbano e alla diversa disponibilità di spazi, può rappresentare un punto di forza, in quanto prefigura la possibilità di un orientamento verso segmenti specifici del mercato congressuale per ciascun settore della città, in funzione del rispettivo profilo culturale e funzionale.

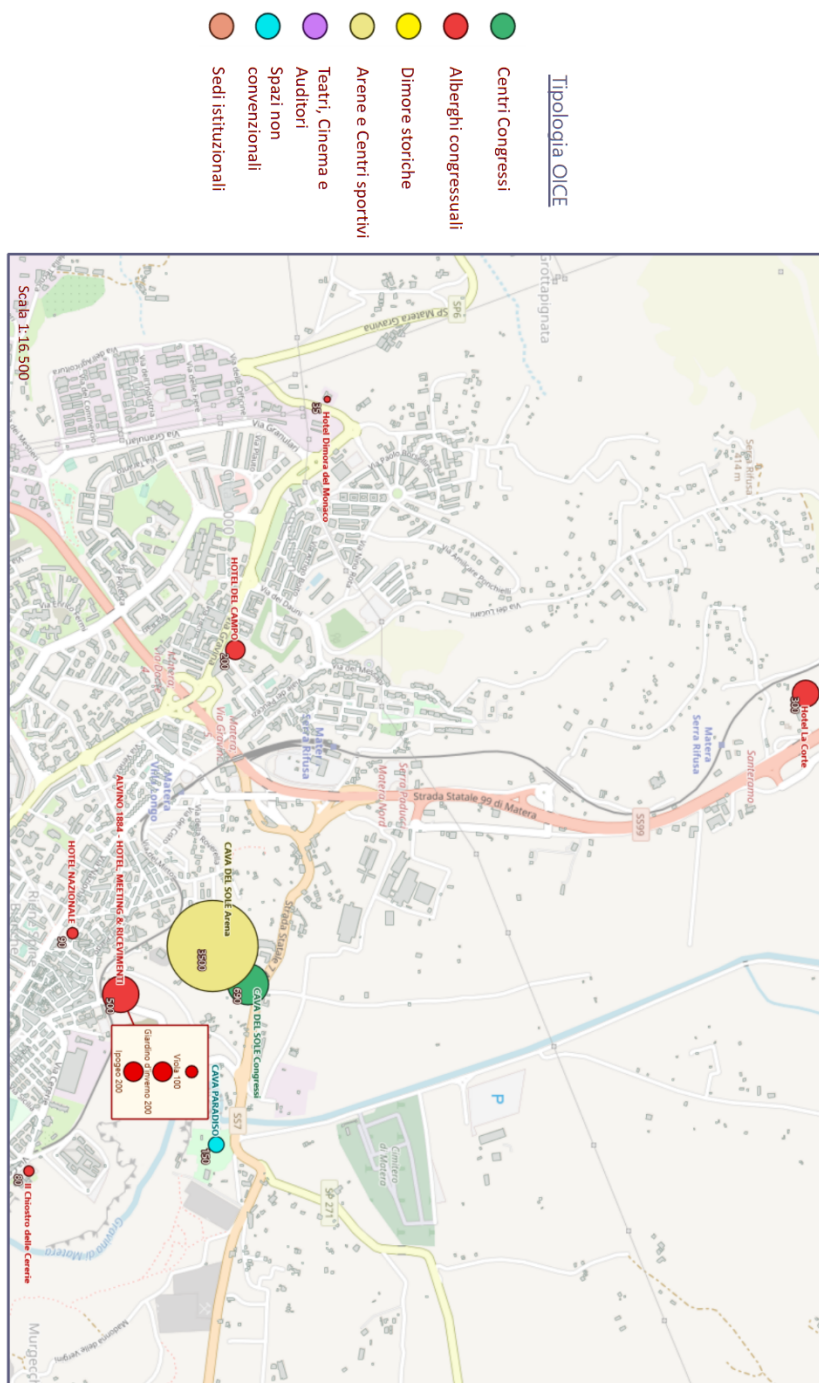
Fig. 29 Sedi e sale per conferenze a Matera: AREA CENTRALE



Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

Altre sedi = Arene e Centri sportivi; Teatri, cinema e auditori; Spazi non convenzionali; Sedi istituzionali

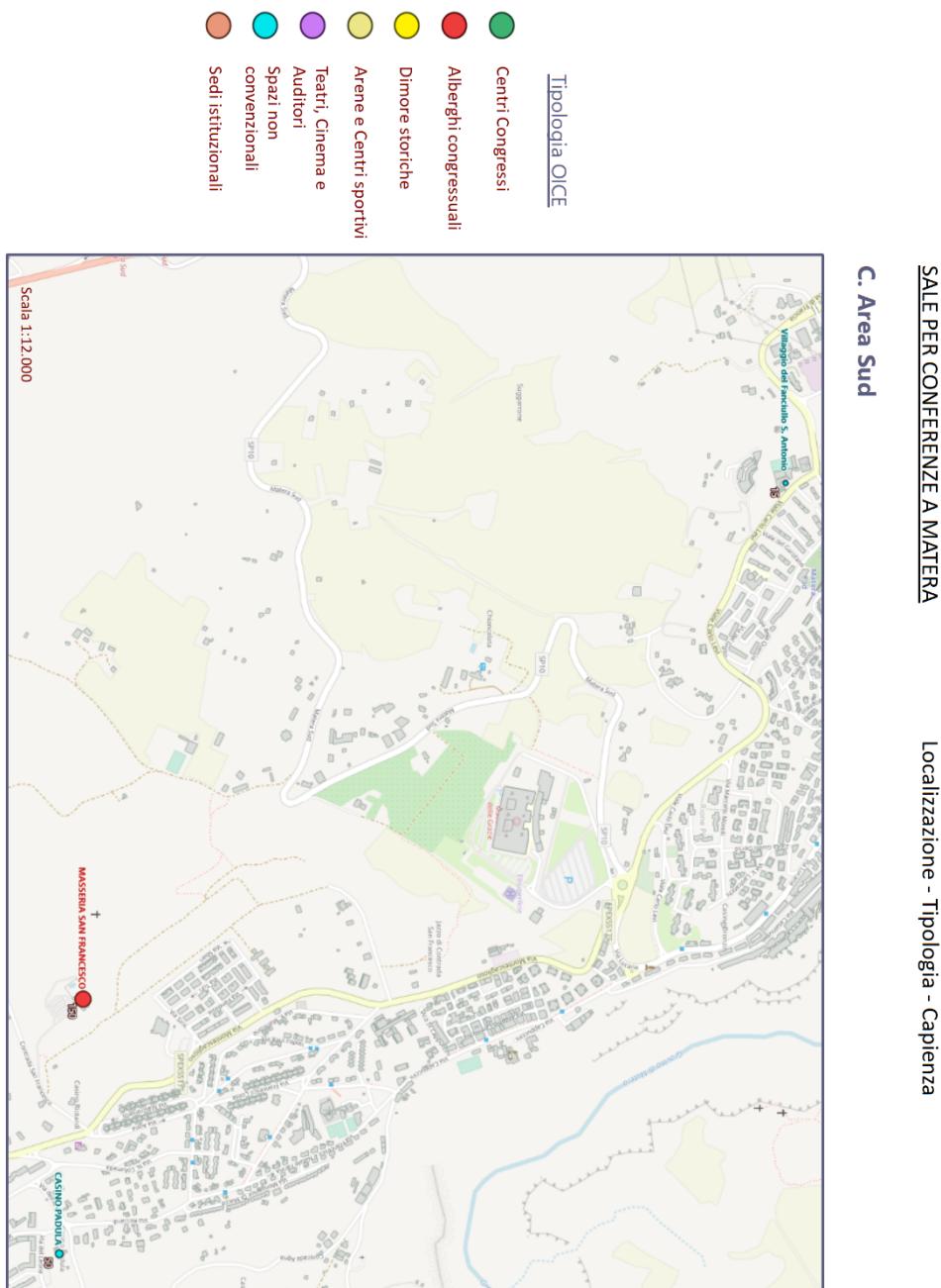
Fig. 30 Sedi e sale per conferenze a Matera: AREA NORD



Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

Altre sedi = Arene e Centri sportivi; Teatri, cinema e auditori; Spazi non convenzionali; Sedi istituzionali

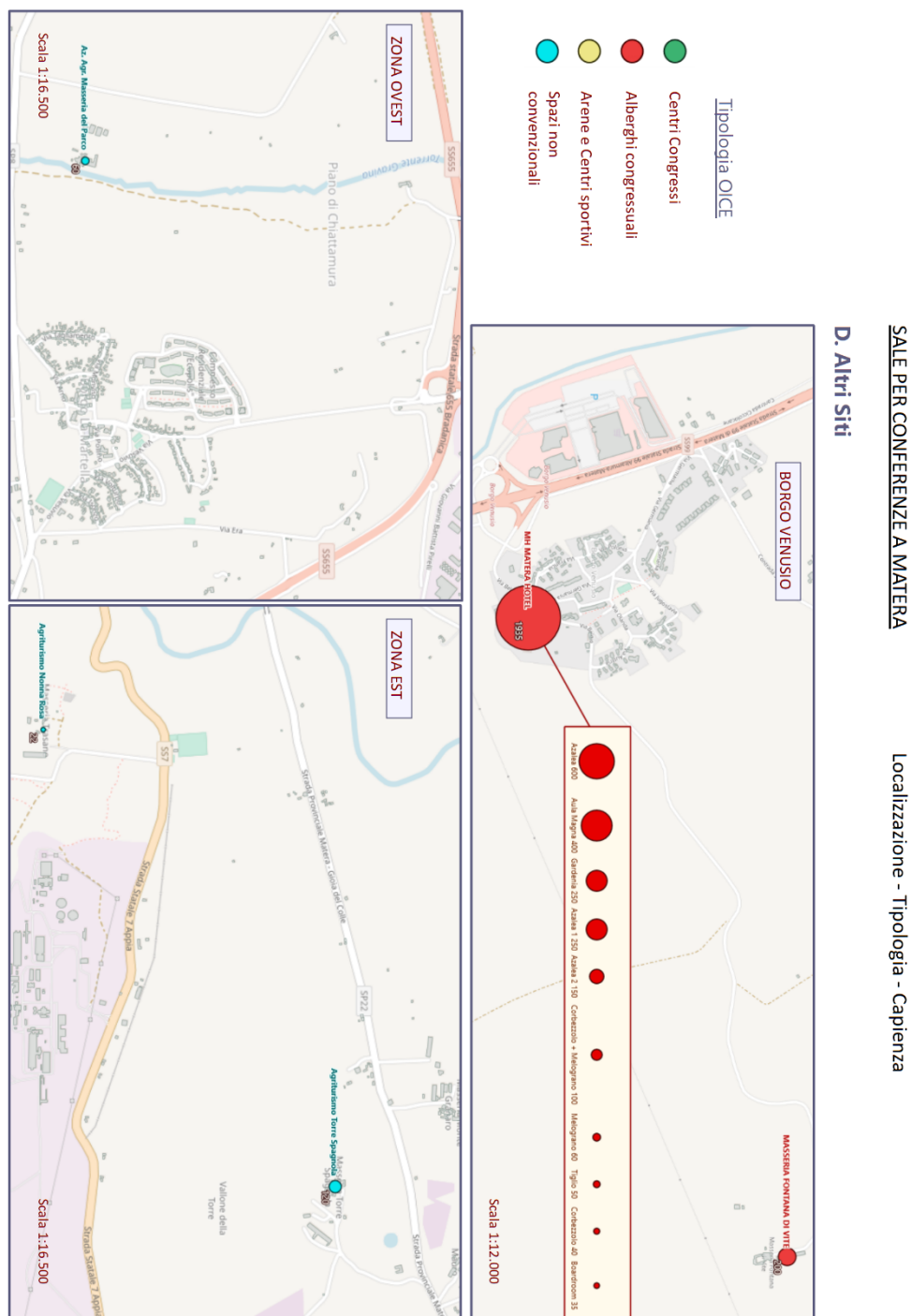
Fig. 31 Sedi e sale per conferenze a Matera: AREA SUD



Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

Altre sedi = Arene e Centri sportivi; Teatri, cinema e auditori; Spazi non convenzionali; Sedi istituzionali

Fig. 32 Sedi e sale per conferenze a Matera: ALTRI SITI FUORI CITTA'



Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

Altre sedi = Arene e Centri sportivi; Teatri, cinema e auditori; Spazi non convenzionali; Sedi istituzionali

5.4 Adattamento del settore ai cambiamenti del mercato

Sulla base delle analisi svolte nelle sezioni precedenti, sono tre gli elementi su cui è utile concentrare l'attenzione:

1. In termini di capienza e di distribuzione delle sale, Matera è in grado di ospitare soprattutto congressi di piccola e media dimensione che rappresentano comunque un segmento in crescita nel mercato congressuale in Italia.
2. E' ipotizzabile che la città debba superare la frammentazione e le piccole dimensioni delle sedi congressuali, in termini di capienza, concentrando un eventuale rafforzamento dell'offerta nel comparto degli Alberghi congressuali e in quello dei Centri congressuali. In questo secondo caso può essere utile ricorrere a forme di coordinamento e sinergia tra sedi attualmente non coordinate tra loro ma fisicamente vicine, in modo da favorire lo sviluppo di piccoli "centri congressi" con spazi diffusi in un'area ben delimitata.

In presenza di una domanda di eventi congressuali in ripresa, è possibile attendersi lo sviluppo di sedi nella tipologia Altre sedi, in particolare nel comparto degli Spazi non convenzionali: un recente esempio di investimento del settore privato in questi spazi è la Palestra di Area 8 in centro città.
3. E' richiesto un adattamento del settore congressuale di Matera ai rapidi cambiamenti innescati dal sempre maggiore ricorso al collegamento in remoto: anche i congressi sono destinati ad utilizzare la modalità di esperienza mista (*ibrida*), con presenza fisica in un ambiente fisico e connessione a distanza con un pubblico più ampio. Ciò

comporta l'adattamento all'innovazione tecnologica e un forte sviluppo del digitale nel settore.

6. La distribuzione urbana dell'offerta ricettiva a Matera

Abbiamo condotto un'analisi approfondita dell'offerta ricettiva nella città di Matera, cercando in particolare di fare emergere la distribuzione territoriale delle strutture.

La verifica è stata svolta per l'insieme degli esercizi ricettivi e - separatamente - per le strutture alberghiere in senso stretto e per le tre categorie che si possono assimilare alla tipologia degli "affitti brevi": affittacamere, bed and breakfast e case vacanza.

Sono stati portati avanti quattro distinti livelli di analisi:

- a) Concentrazione delle strutture sul territorio: indice sintetico di distribuzione territoriale, mappe di densità e identificazione di agglomerazioni.
- b) Ripartizione delle strutture per quartieri o aggregazioni di quartieri, con relativo confronto della consistenza e della composizione qualitativa.
- c) Elaborazione di "Profili altimetrici", che descrivono la variazione della densità di posti letto nelle varie categorie lungo assi urbani che dal centro della città si sviluppano nelle varie direttrici.
- d) Analisi di accessibilità territoriale rispetto alle fermate del trasporto pubblico urbano, con relativa classificazione degli esercizi esistenti e conseguente identificazione di aree - quartiere per quartiere - che, grazie alla prossimità ai nodi di trasporto, si prestano a diventare sede di nuove strutture in un quadro di bilanciamento territoriale.

ANALISI DI CONCENTRAZIONE

In termini generali, il patrimonio ricettivo di Matera appare fortemente concentrato nelle aree di maggiore interesse turistico (Sassi e Centro storico) e nelle loro immediate adiacenze.

Le uniche rilevanti eccezioni a questo quadro sono rappresentate, da una parte dagli esercizi a carattere non urbano (agriturismo, alberghi rurali, motel, aree per camperisti, ecc.), dall'altra dagli alberghi a 4 stelle, che costituiscono una delle componenti principali della ricettività con 16 unità e 1.017 posti letto e sono localizzati in maniera molto più equilibrata in diversi settori dello spazio urbano e anche in siti sub-urbani. (Tabella 12 o **Tabella 1 nell'Allegato grafico stampato**)

Ad esempio, proprio la più grande struttura ricettiva di Matera, un hotel a 4 stelle con circa 250 posti letto, si trova in un agglomerato esterno a nord della città, lungo la strada statale 99, il che contribuisce a delineare un modello territoriale dei 4 stelle incentrato sull'accessibilità ai nodi di trasporto, che rivela un chiaro orientamento a segmenti di domanda non strettamente turistici, diversamente dalla gran parte delle altre categorie. (**Carta 1 / Allegato grafico stampato**)

Passando ai risultati delle analisi tecniche, si può affermare che il comparto alberghiero - in gran parte grazie a questa particolarità dei 4 stelle - è quello che mostra la più elevata dispersione territoriale (indice pari a 0,752 su una scala in cui 0 corrisponde alla concentrazione assoluta e 1 alla distribuzione casuale irregolare).

Le densità più elevate si incontrano nella parte centrale dei Rioni Sassi (fino a 37,5 posti letto per ettaro), mentre a cavallo tra via Roma e il bordo esterno dei Sassi è stato identificato un cluster territoriale che raggruppa - nel raggio di 500 metri - 19 esercizi con 915 posti letto, pari a oltre il 51% del totale relativo agli alberghi. (**Carta 3 / Allegato grafico stampato**).

Tab. 12 Dati strutturali di base del Patrimonio ricettivo di Matera per Tipologia *

TIPOLOGIA	Esercizi ricettivi		Posti Letto		Media Posti Letto	Indice Dispersione Spaziale (NNI)	Quota % di Posti Letto inclusa nei Cluster territoriali
	Numero	in %	Numero	in %			
ALBERGO 5 STELLE LUSO	2	0,20	84	1,09	42,00	0,752	51,06
ALBERGO 5 STELLE	2	0,20	130	1,69	65,00		
ALBERGO 4 STELLE	16	1,63	1.017	13,24	63,56		
ALBERGO 3 STELLE	11	1,12	526	6,85	47,82		
ALBERGO 2 STELLE	2	0,20	35	0,46	17,50		
Borgo Albergo 5 stelle lusso	1	0,10	99	1,29	99,00	N . D.	N . D.
Borgo Albergo 4 stelle	1	0,10	30	0,39	30,00	N . D.	N . D.
Albergo Diffuso 3 stelle	1	0,10	36	0,47	36,00	N . D.	N . D.
Residenza turistico-alberghiera 3 stelle	2	0,20	78	1,02	39,00	N . D.	N . D.
Motel 3 stelle	1	0,10	13	0,17	13,00	N . D.	N . D.
Casa per Ferie	4	0,41	161	2,10	40,25	N . D.	N . D.
Ostello della Gioventù	2	0,20	70	0,91	35,00	N . D.	N . D.
Albergo Rurale 2 stelle	1	0,10	24	0,31	24,00	N . D.	N . D.
Agriturismo	9	0,91	173	2,25	19,22	N . D.	N . D.
Area di Sosta per Camper	2	0,20	320	4,17	160,00	N . D.	N . D.
AFFITTACAMERE	188	19,11	1.814	23,62	9,65	0,277	65,38
BED & BREAKFAST	203	20,63	834	10,86	4,11	0,398	31,06
CASA VACANZA	536	54,47	2.235	29,11	4,17	0,231	40,13
TUTTI GLI ESERCIZI	984	100,00	7.679	100,00	7,80	0,250	46,10

Fonte: Elaborazioni su Dati Open del Comune di Matera
 (<http://dati.comune.matera.it/dataset/elenco-strutture-ricettive-nel-comune-di-matera>)

* Dati di base aggiornati al 30-05-2019

Sono da notare all'interno del cluster il peso quantitativo degli alberghi a 3 stelle (411 P. L.) e la presenza di tutti e quattro gli esercizi di livello più elevato (5 stelle e lusso).

Le strutture ricettive assimilabili alla tipologia degli "affitti brevi" (affittacamere, bed & breakfast e case vacanza) incidono in misura molto forte sull'offerta complessiva di Matera, rappresentando nel loro insieme oltre il 63 % dei posti letto, per un totale di 4.883: il loro modello di distribuzione territoriale si presenta alquanto diverso da quello alberghiero e in una certa misura differenziato fra le tre diverse categorie.

La misura sintetica rivela una concentrazione molto elevata soprattutto per le case vacanza (0,231) e per gli affittacamere (0,277), mentre appare un po' più dispersa la localizzazione dei bed & breakfast (0,398). (Carte 4 - 5 - 6 / Allegato grafico stampato)

Per quanto riguarda le densità, i valori più elevati si riscontrano sempre ai Rioni Sassi: sono molto simili per affittacamere (fino a punte superiori a 30 P. L. per ettaro) e case vacanza (quasi 28), mentre i bed & breakfast non superano la soglia di 12, per via della loro minore consistenza assoluta.

Per gli affittacamere è da notare una densità abbastanza alta anche nella fascia di transizione tra il Centro moderno e il Centro storico, imperniata su via Roma e aree limitrofe: non a caso in questa zona è stato identificato uno dei quattro cluster di questa categoria, che in un raggio di 250 metri raggruppano oltre 250 posti letto ciascuno (i rimanenti sono posizionati ai Rioni Sassi con penetrazione nel Centro storico).

Le altre categorie evidenziano un numero inferiore di cluster: tre per le case vacanza, localizzati nelle consuete aree e solo due per i bed & breakfast, di portata più limitata (intorno a 130 P. L. per uno).

Confrontando i dati sui cluster, emerge una specificità degli affittacamere, che rispetto alle case vacanza denotano, nonostante un indice di concentrazione sintetico simile, una tendenza molto più marcata ad agglomerarsi in spazi ristretti, dove riescono ad assommare un volume di posti letto molto elevato: oltre il 65 % del rispettivo totale a livello comunale rientra nei cluster, contro il 40% delle case vacanza, per non dire del 31% dei bed & breakfast.

Passando a definire un'immagine di sintesi, che tenga conto dei dati delle quattro categorie

esaminate in dettaglio e delle altre che non sono state trattate separatamente per via dei livelli quantitativi limitati (come borghi albergo, case per ferie, ostelli, agriturismo, ecc.), si può descrivere l'assetto territoriale dell'offerta ricettiva di Matera nei termini seguenti:

- Indice complessivo di concentrazione dell'offerta = 0,250 (condizionato dalla distribuzione molto concentrata del gran numero di esercizi delle tipologie "affitti brevi").
- Densità più forti rilevabili in tutta la fascia Sassi-Centro storico, con massimi superiori a 70 posti letto per ettaro.
- Identificazione di un unico grande cluster in grado di agglomerare 441 esercizi e 3540 posti letto di tutte le categorie (pari al 46,1% del totale) entro un raggio di 500 metri a partire dal settore più interno dei Rioni Sassi, limitrofo al Centro storico. (Carta 2 / Allegato grafico stampato)

RIPARTIZIONE DELL'OFFERTA PER AREE TERRITORIALI

Suddividendo il territorio di Matera in aree corrispondenti a quartieri o aggregazioni di quartieri, non è inatteso il risultato che vede primeggiare i Rioni Sassi sia in termini di consistenza ricettiva complessiva (319 esercizi e 2.637 posti letto), sia per la diversificazione delle tipologie presenti (13 su 18), con esclusiva per gli hotel a 5 stelle lusso e le categorie particolari rappresentate dal borgo albergo e dall'albergo diffuso. (Tabella 13 o Tabella 2 e Carta 7 nell'Allegato grafico stampato).

Tab. 13 Dati strutturali di base del Patrimonio ricettivo di Matera per Quartiere *

QUARTIERI	Alberghi			Esercizi ricettivi destinati ad Affitti Brevi (*)			Altre Strutture ricettive			Esercizi ricettivi complessivi			
	Numero	Posti Letto	Media Posti Letto	Numero	Posti Letto	Media Posti Letto	Numero	Posti Letto	Media Posti Letto	Numero	Posti Letto	Media Posti Letto	Distanza media da fermata bus urbano (m)
La Martella				7	36	5,14				7	36	5,14	119,2
Borgo Venusio	1	244	244,00	1	6	6,00				2	250	125,00	65,7
Zona PAIP 1				6	51	8,50				6	51	8,50	173,1
Zona PAIP 2				3	16	5,33				3	16	5,33	219,5
Serra Rifusa	3	145	48,33	9	29	3,22				12	174	14,50	115,9
Giovanni Paolo II				13	51	3,92				13	51	3,92	111,0
San Giacomo				8	65	8,13				8	65	8,13	87,4
Olmi				2	9	4,50				2	9	4,50	144,3
Serra Venerdi				15	57	3,80				15	57	3,80	84,1
San Pardo	1	86	86,00	11	57	5,18				12	143	11,92	86,5
Villa Longo													N.D.
Platani													N.D.
Spine Bianche				3	14	4,67				3	14	4,67	74,7
Piccianello				24	111	4,63				24	111	4,63	72,0
CENTRO	4	209	52,25	247	1.234	5,00	1	70	70,00	252	1.513	6,00	91,7
CENTRO STORICO	3	232	77,33	178	992	5,57	2	78	39,00	183	1.302	7,11	121,6
RIONI SASSI	16	707	44,19	296	1.643	5,55	7	287	41,00	319	2.637	8,27	258,7
Lanera				11	50	4,55				11	50	4,55	72,6
Pini				7	34	4,86				7	34	4,86	56,5
Cappuccini				12	41	3,42				12	41	3,42	87,6
Agna				23	104	4,52				23	104	4,52	64,5
Aree rurali	5	169	33,80	51	283	5,55	14	569	40,64	70	1.021	14,59	N.D.
TERRITORIO COMUNALE	33	1.792	54,30	927	4.883	5,27	24	1004	41,83	984	7.679	7,80	N.D.

(*) Affittacamere - Bed & Breakfast - Case Vacanza

 Fonte: Elaborazioni su Dati Open del Comune di Matera
 (<http://dati.comune.matera.it/dataset/elenco-strutture-ricettive-nel-comune-di-matera>)

* Dati di base aggiornati al 30-05-2019

In seconda linea si collocano il Centro moderno e il Centro storico, sempre nell'ordine delle centinaia di strutture e di 1300/1500 posti letto, ma con un peso minore degli esercizi alberghieri (prevalentemente a 4 stelle) rispetto alle tipologie destinate agli affitti brevi.

Nel resto del territorio solo l'insieme delle aree rurali e sub-urbane riesce a raggiungere la soglia dei 1.000 posti letto, distribuiti in 70 esercizi, con chiara prevalenza delle categorie ad orientamento extra-urbano (agriturismo, aree per camper, motel, ecc.), ma con un ruolo ancora significativo per gli hotel a quattro stelle.

Sempre al di fuori del territorio urbano sono da segnalare le situazioni dei due borghi minori,

tra cui il Borgo Venusio, a nord, spicca per la presenza del più grande albergo di Matera già citato in precedenza, mentre La Martella, ad ovest, ospita solo pochi esercizi di piccole dimensioni.

In questo quadro di riferimento, le aree urbane situate a nord e a sud dei tre settori centrali rappresentano un evidente punto di debolezza nel modello di distribuzione territoriale della ricettività di Matera: nessuna delle cinque macro-aree in cui sono stati raggruppati questi quartieri supera il livello di 300 posti letto complessivi.

Solo nel Nord (Serra Rifusa e Giovanni Paolo II) e nel Nord-Est (San Pardo - Villa Longo - Platani - Spine Bianche e Piccianello) si incontra qualche albergo, mentre al Sud (Lanera - Pini - Cappuccini e Agna) ci sono solo esercizi per affitti brevi; l'area Centro-Ovest (San Giacomo - Olmi - Serra Venerdi) e il Nord-Ovest (Zone PAIP 1 e 2) risultano infine del tutto irrilevanti.

GRADIENTE DI DENSITA' RICETTIVA TRA IL CENTRO E VARIE DIRETTRICI URBANE

A partire dal centro funzionale della città, identificato con l'area della Stazione centrale, inserita in un contesto di strutture direzionali, è stato tracciato il gradiente di variazione della densità di posti letto ricettivi lungo sei assi stradali nelle diverse direzioni, alcuni inquadrabili in una sequenza centro-periferia, altri no. **(Carta 8 / Allegato grafico stampato)**

Il primo di questi assi, che si sviluppa attraverso la via Roma, procedendo in linea retta per il Duomo, fino al limite esterno dei Sassi, presenta a differenza degli altri un andamento marcatamente crescente della densità per tutte le quattro categorie considerate: in particolare gli alberghi e gli affittacamere mostrano un primo picco all'altezza della via Roma, seguito da una riduzione nel tratto corrispondente al Centro storico e un secondo picco molto più elevato al centro dei Sassi, da cui poi si avvia un decremento nella sezione finale, mentre appare più lineare la tendenza relativa alle case vacanza e ai bed & breakfast.

(Grafico 1 / Allegato grafico stampato)

Dalla lettura del grafico emerge che proprio lungo l'Asse 1 si manifestano i valori massimi di densità, precedentemente indicati nell'analisi di concentrazione, che ciascuna delle quattro categorie riesce a esprimere nell'intero territorio comunale.

L'Asse 2, che dalla Stazione si dirige verso l'uscita sud della città, denota invece un classico modello centro-periferia: nel segmento iniziale lambisce il bordo sud del Cluster alberghiero, con picchi piuttosto elevati, per poi procedere nel tratto di via Lucana con livelli sostenuti persistenti per le categorie degli affitti brevi, mentre comincia a mostrare un chiaro decadimento a partire dal quartiere Pini e, ancor più, lungo la via Montescaglioso che percorre il quartiere Agna. (Grafico 2 / Allegato grafico stampato)

L'Asse 3, che dal centro della città raggiunge le vie Cererie e Guglielmo Marconi, si distingue dagli altri per presentare le densità massime per più categorie nella parte centrale, in corrispondenza della via Fratelli Rosselli, con i valori più alti spettanti alle case vacanza e agli affittacamere; è da notare come nel tratto finale (Via Marconi) i livelli, per quanto bassi, si mantengano in alcuni casi ancora abbastanza superiori allo zero. (Grafico 3 / Allegato grafico stampato)

I rimanenti tre assi, che procedono nelle direttrici ovest e nord-ovest, sono accomunati dal fatto di registrare, a partire dalla Stazione, una rapida diminuzione della densità fino al virtuale annullamento, con l'eccezione di uno o due picchi, dovuti alla presenza sporadica di singoli esercizi lungo il tracciato. (Grafici 4 -5 -6 / Allegato grafico stampato)

In particolare sia l'Asse 4, che attraverso i Viali Aldo Moro, Europa e Normanni si ricollega a via Dante, sia l'Asse 5, che via Dante la percorre per intero, proseguendo per via Gravina

verso l'estremità nord di Matera, incrociano entrambi alcune strutture alberghiere più o meno importanti sul loro percorso, mentre l'Asse 6, che dalla stessa via Dante si distacca in direzione di via La Martella, segnala un limitato incremento di densità per la presenza di due affittacamere di grandi dimensioni in via Adriano Olivetti.

ANALISI DI ACCESSIBILITA'

Come fase conclusiva della verifica della distribuzione territoriale della ricettività di Matera, è stata condotta una analisi dell'accessibilità del territorio rispetto alle fermate del trasporto pubblico, operando una ripartizione dello spazio urbano in tre fasce di distanza dalle fermate stesse (entro 50 metri, da 50 a 100 e da 100 a 200) e classificando conseguentemente gli esercizi ricettivi secondo le rispettive localizzazioni. (Carta 9 / Allegato grafico stampato)

E' risultato che i due terzi delle strutture (66,8%) e una quota leggermente inferiore (59,2%) dei posti letto rientrano all'interno dal limite dei 200 metri, nelle tre suddivisioni presentate sulla mappa, mentre il 28,5 % degli esercizi (30,3% dei posti letto), che corrisponde in gran parte alla ricettività dei Rioni Sassi, dove per evidenti motivi morfologici non sono presenti fermate, ricade al di fuori, fra i 200 e i 500 metri; distanze superiori si riscontrano quasi esclusivamente per siti ricettivi nell'estrema periferia e negli spazi rurali. (Tabella 14 o Tabella 3 nell'Allegato grafico stampato)

Se si considerano separatamente gli alberghi, è interessante notare come quelli di maggiori dimensioni (oltre 100 letti e prevalentemente a quattro stelle) siano quasi tutti concentrati nella fascia tra 50 e 100 metri, per una quota di posti letto di circa il 35%, di poco inferiore al 37%, che è totalizzato - invece - da un insieme più numeroso di hotel di minore capacità, situati tra 200 e 500 metri dalla fermata più vicina, soprattutto nell'area dei Sassi, ma anche in altre località periferiche, suburbane o rurali.

Un aspetto da porre particolarmente in evidenza, nella relazione tra accessibilità e ricettività, riguarda una ristretta fascia di transizione fra Centro moderno e Centro storico, dove le fermate del trasporto pubblico sembrano aver agito da potente fattore attrattivo, in quanto intorno ad esse, entro un raggio di 100 metri, si trovano agglomerati un gran numero di esercizi.

Questo effetto catalizzatore dei nodi di trasporto pare funzionare anche in alcuni quartieri non appartenenti alle aree centrali, con un minimo di dotazione ricettiva, come Agna, Piccianello e San Pardo, come si desume dall'analisi delle distanze medie degli esercizi dalle fermate, che in questi casi risultano intorno ai 75 metri; minore è l'impatto a Serra Rifusa dove la media sfiora i 120 metri. (Tabella 13)

Considerazioni come quelle appena svolte, possono essere utili nella prospettiva di delineare uno schema di riassetto territoriale dell'offerta, che punti a decongestionare i settori centrali e favorire interventi nei quartieri sottoutilizzati, basandosi sull'assunto che i luoghi di interesse possono essere fruiti ugualmente a partire da siti ricettivi posti anche a qualche chilometro di distanza, purché ben collegati dal trasporto pubblico.

Tab. 14 Ripartizione degli Esercizi ricettivi per fasce di distanza dalle Fermate del trasporto pubblico urbano di Matera *

FASCE DI DISTANZA	Alberghi				Esercizi ricettivi destinati ad Affitti Brevi (*)				Altre Strutture ricettive				Esercizi ricettivi complessivi			
	Esercizi		Posti Letto		Esercizi		Posti Letto		Esercizi		Posti Letto		Esercizi		Posti Letto	
	Numero	in %	Numero	in %	Numero	in %	Numero	in %	Numero	in %	Numero	in %	Numero	in %	Numero	in %
Fino a 50 metri	4	12,12	166	9,26	102	11,00	517	10,59	2	8,33	59	5,88	108	10,98	742	9,66
Da 50 a 100 m	5	15,15	623	34,77	260	28,05	1.287	26,36	1	4,17	50	4,98	266	27,03	1.960	25,52
Da 100 a 200 m	4	12,12	221	12,33	276	29,77	1.430	29,29	3	12,50	197	19,62	283	28,76	1.848	24,07
Da 200 a 500 m	15	45,45	663	37,00	260	28,05	1.483	30,37	5	20,83	184	18,33	280	28,46	2.330	30,34
Da 500 metri a 1 km	2	6,06	60	3,35	15	1,62	70	1,43	2	8,33	17	1,69	19	1,93	147	1,91
Da 1 a 2 km	1	3,03	24	1,34	8	0,86	62	1,27	2	8,33	173	17,23	11	1,12	259	3,37
Da 2 a 5 km	1	3,03	26	1,45	3	0,32	14	0,29	8	33,33	290	28,88	12	1,22	330	4,30
Oltre 5 km	1	3,03	9	0,50	3	0,32	20	0,41	1	4,17	34	3,39	5	0,51	63	0,82
TUTTE LE FASCE	33	100,00	1.792	100,00	927	100,00	4.883	100,00	24	100,00	1.004	100,00	984	100,00	7.679	100,00

(*) Affittacamere - Bed & Breakfast - Case Vacanza

Fonte: Elaborazioni su Dati Open del Comune di Matera

(<http://dati.comune.matera.it/dataset/elenco-strutture-ricettive-nel-comune-di-matera>)

* Dati di base aggiornati al 30-05-2019

A tale scopo è stata elaborata una mappa (**Carta 10 / Allegato grafico stampato**) che evidenzia, quartiere per quartiere, le porzioni del tessuto urbano situate entro i 100 metri dalle fermate, che può diventare un punto di partenza per una procedura volta a identificare le aree più idonee per incentivare la localizzazione di nuove strutture.

7. Il turismo a Matera: uno sguardo sul futuro

In questo capitolo sviluppiamo uno schema preliminare che identifica una serie di variabili significative in grado di esercitare un'influenza sul futuro del turismo a Matera.

Il capitolo si limita ad offrire una tassonomia di queste variabili. Un'analisi più approfondita, valida per Matera e per l'intera regione, sarà sviluppata in seguito nell'Osservatorio sul turismo in Basilicata.

Allo schema delle variabili significative, che potranno esercitare un effetto sul turismo a Matera nel medio termine, si accompagna una previsione a breve delle tendenze del turismo negli anni post-pandemia (Box 7).

Box 7

Prospettive a breve termine del turismo a Matera

Abbiamo sviluppato per il 2021 una simulazione relativa ai flussi turistici a Matera (si veda la figura 20 della sezione 3.3).

E' realistico ipotizzare che esista - a livello nazionale e internazionale - un "arretrato" di viaggi a Matera e in Basilicata da parte di potenziali turisti culturali che negli ultimi anni hanno inserito queste località nella loro lista delle mete turistiche desiderate. Esistono sondaggi a livello nazionale e internazionale sulle intenzioni di viaggio dei turisti e sulle mete più desiderate che potrebbero essere condotte per avvalorare questa ipotesi.

Approfondimenti di questo tipo aiuterebbero a capire se la rottura nei flussi turistici provocata dall'emergenza sanitaria globale riporterà - dopo l'inevitabile forte arretramento del 2020 - il sentiero di crescita del turismo a Matera verso un trend in linea con quello - del 16% circa - registrato nel periodo 2009-2014. O se invece la notorietà acquisita grazie all'eco mediatico dell'evento del 2019, e i nuovi fattori trainanti del turismo, manterranno ancora per un certo periodo la città dei Sassi un sentiero di forte aumento dei visitatori, con un tasso di crescita annuo

composto vicino o superiore alla soglia del 20 per cento e meno lontano dal boom del periodo 2014-2019.

L'approccio metodologico dell'analisi a medio termine si basa sull'elaborazione di scenari, uno dei livelli dei *futures studies*.

I *futures studies* elaborano scenari di futuri possibili e li traducono in strategia con l'obiettivo di allargare il ventaglio di azioni a disposizione dei decisori, nelle organizzazioni private o nel settore pubblico.

L'analisi che segue offre quindi uno schema delle possibili variabili significative sul turismo, alla luce di scenari elaborati di recente da esperti in diversi campi.

Possiamo raggruppare le variabili significative nelle due seguenti categorie:

1. Come cambia il turismo a livello globale e nazionale
2. Come cambia l'offerta turistica locale

In ciascuna delle due categorie un peso importante è rappresentato da seguenti cambiamenti:

- Accessibilità e trasporti
- Tecnologia e innovazioni

L'economia del turismo è influenzata dalle variabili chiave della domanda e dell'offerta: i comportamenti e gli orientamenti dei turisti da una parte; le scelte degli operatori del settore dall'altra (per es. alberghi, tour operator, trasporti legati al turismo, industria culturale). La sezione 7.1 analizza i prevedibili cambiamenti del turismo a livello nazionale e globale.

A livello locale - in particolare nelle mete turistiche caratterizzate da una propria “vocazione” ad attrarre determinati segmenti di visitatori - gli operatori e gli stakeholder del territorio possono mettere in atto azioni e strategie per adattarsi ai cambiamenti nazionali e globali e, quando sono in grado di sviluppare una propria visione, per anticipare tale cambiamenti o per proporre un originale posizionamento del turismo a livello locale. La sezione 7.2 illustra alcune tendenze in atto nelle economie locali legate a doppio filo al turismo con un’attenzione particolare alla città di Matera.

Il settore dei trasporti rappresenta una variabile chiave per l’economia del turismo. Matera deve prestare particolare attenzione a questo settore anche in ragione della complessa accessibilità della città.

Più in generale, le innovazioni e i cambiamenti tecnologici sono sempre più presenti in tutti i settori legati al turismo ed esercitano su di essi un impatto importante.

In entrambe le sezioni 7.1 e 7.2 prendiamo in considerazione alcune variabili significative nel settore dei trasporti e alcuni cambiamenti tecnologici con un impatto sul turismo.

7.1 Come cambia il turismo a livello globale e nazionale

I cambiamenti dal lato della domanda dei turisti e i cambiamenti dal lato dell’offerta degli operatori turistici sono tra loro strettamente intrecciati: la crescita del cosiddetto “turismo esperienziale” ha spinto operatori piccoli e grandi (si pensi tra i colossi internazionali ad Airbnb) a inserire nella loro offerta attività orientate a servire il mercato delle “esperienze” turistiche; viceversa, cambiamenti nei livelli di prezzo dei voli internazionali, o nelle tratte a lungo raggio servite dalle compagnie aeree, tendono inevitabilmente a modificare le decisioni di viaggio dei turisti.

Dal lato della domanda, le motivazioni del viaggio da parte dei turisti cambiano a seconda delle tendenze demografiche ed economiche prevalenti in ciascun Paese e in ciascuna area geografica del mondo. Esistono tendenze che si diffondono a livello internazionale e diventano globali. Altre tendenze sono *country or region specific* e richiedono un'analisi mirata.

Nel caso di Matera va dedicata una particolare attenzione alle tendenze del turismo culturale, nella sua accezione più ampia, e alle tendenze del turismo congressuale. E' importante indagare - applicando analisi di scenario e dei "futuri" e analisi *foresight* - le principali motivazioni alla base del turismo culturale e congressuale. Per esempio: quali variabili specifiche, sotto forma di vincoli di budget, possono limitare la crescita di queste due forme di turismo; come evolve il turismo culturale e con quali segmenti di turismo si sposa; quali cambiamenti nell'organizzazione delle aziende che si rivolgono al mercato dei congressi e quali trasformazioni tecnologiche possono incidere sul turismo congressuale.

Dal lato dell'offerta la diffusione di internet e delle tecnologie digitali spinge ad una forte "disintermediazione" del mercato consentendo per esempio agli operatori del settore ricettivo una maggiore facilità di presentare la propria offerta al consumatore finale. La sempre maggiore sensibilità verso la sostenibilità ambientale potrà provocare una crescita dei prezzi dei voli con impatti ancora difficilmente prevedibili sulla competizione nel settore delle linee aeree.

Variabili significative a livello nazionale e globale

- Costo dei viaggi nel trasporto aereo su lunga distanza gradualmente più alto con tempi di percorrenza più lunghi tra meta iniziale e finale.
- Crescita del turismo sostenibile e del "viaggio responsabile" in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite legati al turismo.

- Comunità locale come parte attraente dell'esperienza turistica. Il turismo culturale in futuro non si limita alla visita delle "attrazioni locali" ma allarga l'esperienza turistica alla cultura della comunità locale, ai modelli locali di sviluppo sociale, alla dimensione ecologica, alla qualità della vita espressa dalla popolazione locale.
- Limiti della capacità di carico dei siti turistici che compromettono l'esperienza turistica e l'ecosistema locale, soprattutto nei luoghi fragili dal punto di vista ambientale o protetti da reti come i Patrimoni Unesco.
- Le nuove tendenze nelle Città d'arte e nelle mete di turismo culturale (istituzioni e operatori) più attente ad una crescita equilibrata del turismo culturale. Maggiore attenzione al rischio di: *overtourism*, standardizzazione dell'esperienza turistica, gentrificazione ed "effetto spiazzamento" sul patrimonio immobiliare, turismo di massa e carichi turistici eccessivi.
- Più ampio paniere dei consumi locali del turista culturale e spostamento verso i consumi locali caratterizzati da elementi come sostenibilità e tipicità.
- Aumento tendenziale del periodo di permanenza medio nelle mete di turismo culturale.
- Diffusione nel settore congressuale di forme "ibride" con misto di partecipazione in presenza e in remoto.
- Cambiamenti nelle relazioni con altri settori (industrie creative e settore dell'alta formazione). Diffusione nel settore dell'alta formazione di corsi con forme "ibride" di trasferimento conoscenze presenza/remoto.
- Crescita della domanda per un accesso virtuale a musei, patrimonio artistico e culturale, teatri e arti performative e sviluppo e diffusione delle tecnologie abilitanti.
- La narrazione del luogo basata su competenze e tecnologie avanzate come parte dell'offerta turistica locale.

- Maggiore grado di nomadismo della popolazione mondiale, favorito anche dal lavoro in remoto, con possibilità di allungare i periodi di visita e permanenza nelle mete di residenza temporanea.
- Operatori turistici e loro strategie e investimenti nelle città d'arte piccole e medie.

7.2 Come cambia l'offerta turistica locale

L'offerta turistica locale può cambiare ed evolversi sotto la spinta degli operatori turistici locali, degli operatori esterni che investono nel territorio e delle istituzioni locali che - attraverso regolamentazioni, finanziamenti e incentivi - possono orientare le decisioni degli operatori del settore turistico e degli stessi turisti in visita nel territorio.

Variabili significative per l'offerta locale

- Adozione di modelli alternativi alla crescita dei volumi turistici (in termini di pernottamenti). Adozione di nuove metriche e indicatori per misurare modelli alternativi come la qualità dell'esperienza turistica.
- Protezione dell'ecosistema locale e limiti della capacità di carico dei siti turistici.
- Vincoli al turismo di massa, in particolare al turismo giornaliero con limitate ricadute economiche sul territorio ed alte esternalità negative in termini di saturazione degli spazi e impatto sull'esperienza degli altri turisti.
- Adozione di politiche locali legate al turismo: cluster tematici che fanno leva sulle interdipendenze tra settori .
- Formazione degli occupati nel settore allargato del turismo per adeguare le loro competenze alla crescita del digitale.
- Sviluppo di legami tra turismo, industrie creative e alta formazione come fattore strategico per un territorio con una forte economia turistica.
- Investimenti in soluzioni di sostenibilità sociale ed ambientale delle città come nuovo fattore di attrazione dei turisti.

Appendice A

Statistiche Istat, definizione di Località turistiche e database CityO

Per organizzare le statistiche sul turismo, l'Istat codifica i comuni italiani in una tipologia di località caratterizzate da una vocazione turistica prevalente.

Codifica ISTAT delle località turistiche

Codice	Descrizione
01	Città d'arte
02	Località montane
03	Località lacuali
04	Località marine
05	Località termali
06	Località collinari
07	Località religiose
08	Capoluogo senza specifici interessi turistici
09	Altri comuni non altrimenti classificati

Fonte: Istat

Questa vocazione turistica è chiara per i comuni codificati come Città d'arte, Località religiose e Località termali. Nel caso in cui non sia semplice o immediato attribuire una tale vocazione, il comune viene classificato secondo un connotato geografico - Località montane, collinari, lacuali e marine - che in qualche misura denota una vocazione turistica; in alternativa, non potendo individuare un "interesse turistico", il comune viene classificato come "Capoluogo senza specifici interessi turistici" o nella tipologia "Altri comuni non altrimenti classificati".

La classificazione dell'Istat è soggetta a diversi limiti ed è quindi da considerare un riferimento suscettibile di modifiche e non uno schema fisso.

L'Istat sta considerando un nuovo metodo di classificazione che preveda tipologie diverse e la possibilità che ogni comune possa appartenere anche a più di una tipologia.

CityO ha sviluppato un database che include tra gli altri i dati Istat su arrivi e presenze turistiche per comune (l'ultimo aggiornamento Istat, rilasciato nell'ottobre 2020, riguarda i flussi del 2019).

Nel database è stata adottata la codifica Istat sulle località turistiche. Tuttavia in alcuni casi sono state introdotte delle modifiche in tale classificazione, soprattutto per quel che riguarda la tipologia Città d'Arte.

I dati sulla popolazione del database CityO incorporano una serie di variazioni intervenute nel numero totale di comuni in seguito ad unioni, e relative estinzioni, dei comuni stessi. In seguito a tali variazioni - aggiornate fino alla data 1.1.2020 - i comuni sono 7.904 (Tabella A1).

Tab. A1

Tipologie di località turistiche e numero comuni nel database di CityO*

TIPO DI LOCALITA'	NUMERO DI COMUNI
Altri comuni non altrimenti classificati	5.115
Capoluogo senza specifici interessi turistici	33
Città d'Arte	366
Località collinari	687
Località lacuali	129
Località marine	324
Località montane	1.156
Località religiose	4
Località termali	90
TOTALE ITALIA	7.904

Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

* Tra i dati CityO e i dati Istat può variare la distribuzione dei comuni tra i diversi tipi di località.

Nel 2019 l'Istat ha fornito dati su arrivi e presenze per 3.281 comuni, mentre per gli altri 4.623 - in genere piccoli o piccolissimi centri con flussi poco significativi - il dato è oscurato. L'Istat non fornisce una definizione della propria codifica delle diverse tipologie di località turistica.

In generale è possibile notare che le Città d'arte si caratterizzano per la presenza di importanti risorse culturali, storiche o artistiche. Apportando qualche modifica alla classificazione Istat, CityO fa rientrare in questa tipologia 366 comuni italiani: si tratta di centri grandi e piccoli, capoluoghi e non, vocati al turismo culturale (che per molti centri, soprattutto i più grandi, si sposa con il turismo congressuale), nei quali non è comunque detto che il turismo - misurato in termini di arrivi o presenze e tasso di turisticità - sia un fenomeno rilevante (segno in tal caso che le risorse non sono adeguatamente valorizzate).

In molte località codificate come montane è possibile identificare una vocazione al turismo invernale o legato all'escursionismo.

Le località marine tendono a coincidere con una vocazione al turismo balneare.

Tra le località collinari sono presenti numerosi comuni di piccola dimensione tra i quali molti "borghi" italiani che ad uno spiccato carattere storico-architettonico uniscono in genere risorse legate alle tradizioni e all'enogastronomia.

Lo stesso si può dire delle località lacuali che tendono in numerosi casi ad avere anche una vocazione balneare.

Le località termali hanno una tradizione nella cura termale ma non è detto che questo settore sia ancora oggi la risorsa economica principale del comune.

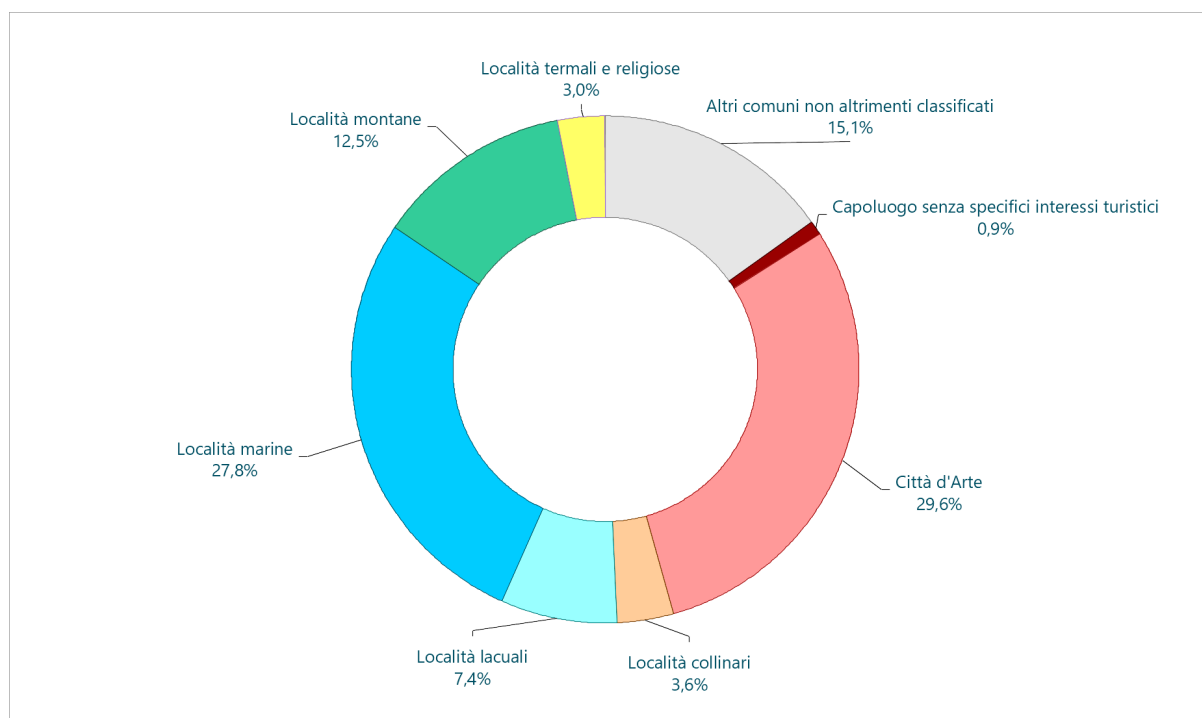
Nelle poche località religiose codificate prevalgono flussi turistici in visita a importanti richiami di tipo spirituale.

Tutti gli altri comuni per i quali non sia possibile individuare un connotato specifico in chiave turistica finiscono nelle due rimanenti classificazioni, ovvero "Capoluogo senza specifici interessi turistici" e "Altri comuni non altrimenti classificati".

In quest'ultimo raggruppamento - che comprende 5.115 comuni, ovvero il 65% del numero totale di comuni italiani - rientrano certamente piccoli e piccolissimi comuni, tra cui molti borghi, con flussi turistici poco significativi che tuttavia possono avere risorse turistiche ancora poco valorizzate.

La figura A1 fornisce la distribuzione per tipo di località turistica delle presenze turistiche in Italia nel 2019 ricavata dal database di CityO.

Fig. A1 Località turistiche italiane: distribuzione delle Presenze, 2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

Appendice B

Turismo e Capitale Europea della Cultura: confronto tra città ECoC

Premessa

In questa sezione viene condotta, su una serie di città Capitale Europea della Cultura, un'analisi dei flussi turistici dopo il riconoscimento del titolo (da ora ECoC, *European Capital of Culture*).

Il principale parametro di confronto è rappresentato dalle presenze turistiche: il flusso dei pernottamenti totali dei turisti (*overnight stays*) misurato in termini di variazioni annuali.

L'analisi parte dall'osservazione dei forti tassi di crescita fatti registrare dal turismo a Matera lungo un ampio arco di tempo, in coincidenza sia con il periodo di candidatura (tra il 2009 e il 2014), sia con la fase "post assegnazione" del titolo ECoC 2019 (dall'ottobre 2014 in poi).

Si punta quindi soprattutto a verificare, con i dati attualmente disponibili, quali città ECoC abbiano registrato - con continuità e in modo sostenuto - tassi di crescita del turismo, in particolare dopo l'assegnazione del titolo ECoC; e cerca inoltre di comprendere le cause principali di queste tendenze.

Metodologia e selezione città ECoC

Com'è noto l'evento Capitale Europea della Cultura risale al 1985. Da allora il programma istituito dall'Unione Europea (UE) - assegnato a rotazione a diverse città dell'Unione - ha subito una serie di cambiamenti¹¹.

¹¹ Il titolo ECoC è stato già assegnato in alcuni casi a città di Stati candidati a entrare nell'UE. A partire dal 2021, ad intervalli di tre anni, il titolo potrà essere assegnato anche ad una terza città proveniente da paesi candidati ad entrare nell'Unione Europea o facenti parte dell'Area Economica Europea.

In particolare ai fini della nostra analisi è utile ricordare che, partire dal 2007, il titolo è stato assegnato ogni anno, sempre con un criterio di rotazione tra i Paesi membri dell'UE, ad una coppia di città¹².

La nostra analisi si concentra sui titoli ECoC assegnati ogni anno a diverse coppie di città a partire dagli eventi del 2007 (totale di 27 città).

Va notato che proprio a partire da questo periodo, è stata spesso privilegiata la scelta di città di piccola e media dimensione nell'assegnare il titolo ECoC. Una decisione legata soprattutto all'obiettivo di collegare gli eventi ECoC alle politiche di coesione territoriale dell'UE tendenti a riconoscere il ruolo importante delle città piccole e medie per garantire gli equilibri economici e sociali all'interno dell'Unione. Nel corso dell'analisi abbiamo quindi privilegiato l'esame delle tendenze del turismo nelle città di piccola e media dimensione¹³ che presentano, rispetto alle grandi città, un maggiore grado di comparabilità con Matera.

Per la nostra analisi abbiamo utilizzato le seguenti principali fonti:

- I rapporti di valutazione "ex post" degli eventi ECoC commissionati dall'Unione Europa.
- Alcuni rapporti di valutazione, quando significativi, realizzati dalle stesse città ECoC.
- Il Cultural and Creative Cities Monitor pubblicato dal Joint Research Centre (JRC) della Commissione Europea.
- Le statistiche Eurostat sulle città europee.
- Una serie di *research paper* pubblicati negli ultimi anni sulle città ECoC.

¹² Nel periodo considerato 2007-2019 il titolo è andato anche ad una città al di fuori dell'Unione Europea (Istanbul, 2010).

¹³ Per identificare le medie città abbiamo fissato come soglia massima di popolazione residente le 300.000 unità.

Come primo passo sono state identificate quelle città ECoC di dimensione grande o molto grande (nel contesto europeo si tratta di aree metropolitane che spesso sono anche città capitali).

Dalle 27 città ECoC iniziali sono state quindi escluse otto città: Tallinn, Liverpool, Vilnius, Essen, Wroclaw (Breslavia), Riga, Marsiglia e Istanbul (Tab. B1). I dati indicano comunque per gran parte di queste città tassi di crescita del turismo relativamente bassi e in alcuni casi negativi (Tab. B3): solo Essen, Tallin e Riga e Breslavia mostrano crescite significative dei pernottamenti turistici nei tre anni prima dell'evento, inferiori tuttavia a quelle registrate da Matera.

Come secondo passo, delle 19 città ECoC rimaste, sono state identificate le città che hanno presentato tassi di crescita del turismo i quali, in base alle diverse fonti, risultano bassi in relazione sia alle tendenze più recenti sia alle tendenze storiche dell'evento Capitale Europea della Cultura¹⁴; si tratta di Lussemburgo, Stavanger, Turku e Pécs (Tab. B3). E' stata esclusa dalla selezione per il confronto finale anche le città di Paphos per la quale non sono stati trovati dati attendibili: i dati parziali a disposizione indicano comunque per Paphos un basso tasso di crescita del turismo in coincidenza con ECoC.

Questi esami preliminari sono serviti per restringere a 14 il numero di città ECoC sulle quali condurre un confronto finale.

Va ricordato che per Leeuwarden e Valletta (la coppia di città ECoC 2018) siamo in attesa del rapporto di valutazione ex post commissionato dalla Commissione Europea: per queste città

¹⁴ Esiste una stima nel "Rapporto Palmer" (Palmer/Rae Associates, European Cities and Capitals of Culture, Part I, 2004) che mostra un tasso di crescita medio dei pernottamenti turistici, nell'anno dell'evento ECoC rispetto all'anno precedente, del 12% nel periodo 1995-2003. Questo tasso di crescita medio si abbassa per le grandi città e si innalza per le piccole e medie città le quali partono da una più bassa base turistica. Nel periodo considerato nel Rapporto Palmer, il picco del tasso di crescita annuale dei pernottamenti turistici nelle città piccole e medie è stato del 23% (Graz, 2003).

abbiamo raccolto dati ufficiali tramite organi di stampa. Per Matera e Plovdiv non sono ovviamente ancora disponibili i dati del 2019. Per Matera tuttavia abbiamo utilizzato la stima elaborata nel presente rapporto (sezione 3.1).

Legenda Tab. B1 - Città ECoC e popolazione residente

Popolazione 1-5

1	> 1 milione
2	500.000 - 1 milione
3	250.000 - 50.000
4	100.000 - 250.000
5	50.000 - 100.000

Popolazione XXL - S-M

XXL > 1 milione
XL 500.000 - 1 milione
L 250.000 - 50.000
S-M 50.000 - 250.000

Tab. B1 Città ECoC e popolazione residente

Città ECoC	Paese	Popolazione (1-5) *	Popolazione (XXL - S-M) *
Paphos 2017	Cipro	5	S-M
Matera 2019	Italia	5	S-M
Mons 2015	Belgio	5	S-M
Leeuwarden 2018	Paesi Bassi	5	S-M
Luxembourg 2007	Lussemburgo	5	S-M
Linz 2009	Austria	4	S-M
Maribor 2012	Slovenia	4	S-M
Umeå 2014	Svezia	4	S-M
Stavanger 2008	Norvegia	4	S-M
Pécs 2010	Ungheria	4	S-M
Guimarães 2012	Portogallo	4	S-M
Sibiu 2007	Romania	4	S-M
Pilsen 2015	Repubblica Ceca	4	S-M
Turku 2011	Finlandia	4	S-M
San Sebastián-Donostia 2016	Spagna	4	S-M

Valletta 2018	Malta	4	S-M
Košice 2013	Slovacchia	4	S-M
Aarhus 2017	Danimarca	3	L
Plovdiv 2019	Bulgaria	3	L
Tallinn 2011	Estonia	3	L
Liverpool 2008	Regno Unito	3	L
Vilnius 2009	Lituania	2	XL
Essen 2010	Germania	2	XL
Wrocław 2016	Polonia	2	XL
Riga 2014	Lettonia	2	XL
Marseilles 2013	Francia	1	XXL
Istanbul 2010	Turchia	1	XXL

** Cultural and Creative Cities Monitor*

L'assegnazione del titolo di Capitale Europea della Cultura viene annunciata con poco più di quattro anni di anticipo rispetto all'anno dell'evento. Quindi, una volta ottenuto il riconoscimento ufficiale, rimangono quattro anni per preparare l'intera manifestazione nei suoi diversi aspetti, culturali, organizzativi, logistici, di accoglienza, ecc.

Nel caso di Matera l'assegnazione del titolo di Capitale Europea della Cultura 2019 è avvenuta nell'ottobre 2014.

Dal punto di vista dell'analisi dei flussi turistici - in relazione all'evento ECoC - un arco di tempo ideale da considerare potrebbe essere cinque anni, ovvero i quattro anni dopo l'assegnazione che precedono l'evento oltre all'anno stesso dell'evento. Inoltre potrebbe essere interessante estendere questo arco temporale per includere anche gli anni di costruzione della candidatura (la candidatura di Matera è di fatto iniziata nel 2009) e l'anno o il biennio successivo all'anno dell'evento.

Tuttavia la disponibilità di dati sui flussi turistici nelle città ECoC, in particolare sui pernottamenti, è frammentaria, variabile e limitata. Ci siamo quindi dovuti adattare alle fonti e ai dati disponibili per la maggioranza delle città considerate: sono pochi i casi in cui l'analisi può essere condotta sul più ampio arco temporale precedente all'anno dell'evento.

Abbiamo utilizzato come principale arco temporale di riferimento i tre anni precedenti all'evento. Questo vale in particolare per le città ECoC dal 2007 al 2014 oltre che per Matera 2019 e per Aarhus 2017.

L'analisi dei flussi turistici in relazione alle città ECoC richiede inoltre alcune avvertenze. Tale confronto non dovrebbe esulare dal contesto generale del mercato turistico nell'anno in cui si è svolto ciascun evento ECoC. Com'è noto, per esempio, gli anni immediatamente successivi al 2008 hanno in genere rappresentato un periodo di forte crisi o contrazione dei flussi turistici in Europa.

Un eventuale ulteriore approfondimento dell'analisi, che nel presente studio non è possibile condurre, potrebbe tener conto dei seguenti parametri di confronto:

- I flussi turistici delle città ECoC confrontati con gli stessi flussi nel rispettivo Paese di appartenenza o in altre città dello stesso Paese.
- Le stime elaborate dalle città ECoC in vista dell'evento con i successivi dati effettivi.
- I flussi turistici tenendo conto della distinzione tra settore alberghiero ed extra alberghiero.
- I flussi turistici tenendo conto della distinzione tra turisti nazionali e internazionali
- I flussi turistici tenendo conto della distinzione tra turisti che pernottano e *day visitors*.

Confronto finale

Il confronto finale tra le 14 città ECoC selezionate è riportato nella tabella B2.

Il parametro principale utilizzato per il confronto è la variazione dei pernottamenti misurata al tempo T (anno dell'evento ECoC) rispetto alla media dei pernottamenti nei tre anni precedenti all'evento (dal tempo t-3 al tempo t-1).

Abbiamo utilizzato questo parametro per 7 delle 14 città selezionate potendo ricavare i dati da un *research paper* in corso di pubblicazione¹⁵. Per Matera e Aarhus siamo riusciti a ricavare o elaborare dati sulla base di altre fonti al fine di produrre il parametro principale di confronto. Per le città rimanenti siamo ricorsi ad altri parametri - indicati nelle fonti e nelle note della tabella B2 - dai quali possiamo ricavare la ragionevole ipotesi che nel triennio antecedente all'evento ECoC difficilmente queste città possono aver replicato il trend di Matera.

La tabella B2 mostra che, sulla base dei dati disponibili, Matera con una crescita delle presenze turistiche del 56% (tra il 2019, anno dell'evento, e la media dei tre anni precedenti) ha prodotto la crescita più consistente nel periodo di tempo considerato rispetto a tutte le città ECoC incluse nel confronto finale. Anche considerando i dati disponibili per le città tenute fuori dal confronto, questa posizione viene confermata (tabella B3).

Altre fonti disponibili¹⁶ confermano inoltre che lungo archi di tempo più ampi (quattro o più anni precedenti all'evento) alcune delle città ECoC che rientrano nel nostro confronto finale

¹⁵ Martin Falka, Eva Hagstenb: Measuring the impact of the European Capital of Culture programme on overnight stays: evidence for the last two decades; European Planning Studies, 2017.

¹⁶ EUROPEAN CAPITALS OF CULTURE SUCCESS STRATEGIES AND LONG-TERM EFFECTS, rapporto di ricerca realizzato per il Parlamento Europeo, 2013.

hanno registrato una progressione relativamente lenta della crescita dei pernottamenti turistici¹⁷.

La forte crescita del turismo su un ampio arco di tempo, antecedente all'anno di designazione, sembra in realtà essere una ulteriore caratteristica che rende il caso di Matera unico e particolare nel contesto delle città ECoC.

Tab. B2 Confronto tra le città ECoC selezionate: pernottamenti turistici (dove non diversamente specificato)

Fonte	Città ECoC	Pernottamenti media annua (T-3 a T-1)	Pernottamenti T	Variazione (T / media T-3 a T-1)	Pernottamenti altri parametri
1	Matera 2019	468.125	730.434	56,03%	-
2	Guimarães 2012	150.356	208.331	38,56%	-
2	Sibiu 2007	390.596	530.100	35,72%	-
2	Maribor 2012	207.256	269.474	30,02%	-
2	Umeå 2014	400.113	500.017	24,97%	-
3	Aarhus 2017	739.650	918.652	24,20%	-
2	Kosice 2013	279.401	311.602	11,53%	-
2	Linz 2009	678.392	738.555	8,87%	-
3	Plovdiv 2019	NA	NA	NA	NA
3	Leeuwarden 2018 **	NA	NA	NA	6,10%
3	Valletta 2018***	NA	NA	NA	14,30%
4	San Sebastian 2016 *	NA	NA	NA	32,00%
4	Mons 2015 *	NA	163.357	NA	6,50%
4	Pilsen 2015 *	NA	NA	NA	31,10%

FONTI

1) Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata; stime CityO

¹⁷ Con una nota di cautela per il periodo precedente al 2007 per il quale, come già segnalato in una nota precedente, si rimanda al "Rapporto Palmer"

2) Falk, Hagsten - Eurostat, Istituti statistici nazionali

3) Organi di stampa: (digitale per Leeuwarden e Valletta);

4) Rapporti di Valutazione "ex post" sulle città ECoC commissionati dalla Commissione Europea e Rapporti delle città ECoC; Organi di stampa (Financial Times per San Sebastian)

NOTE

* Pilsen: 2015/2013; San Sebastian; 2016/2013; Mons: 2015/2014

** Pernottamenti Frisia: 2018/2017 (+4,6% Paesi Bassi); Arrivi Frisia: 2,2% 2018/2017 (+5% Paesi Bassi)

**** Il dato di Valletta si riferisce agli arrivi a Malta 2018/2017.

Infatti, come già illustrato nella sezione 2.1 del presente studio, i flussi turistici a Matera, sotto forma di pernottamenti e altri parametri turistici, sono in costante e forte ascesa da circa un decennio.

Un evento catalizzatore come la Capitale Europea della Cultura, attrattore/acceleratore di investimenti, ha certamente contribuito in modo significativo a questo trend.

Osservando anche le dinamiche e le caratteristiche di altre città ECoC ci sembra di poter attribuire la crescita molto forte e continua dei flussi turistici a Matera ad una serie di fattori, alcuni generali che valgono per diverse mete di turismo culturale, altri più specifici che caratterizzano città come Matera.

Fattori generali

- Congiuntura favorevole del turismo internazionale.
- Dinamica molto favorevole del turismo culturale a livello nazionale e internazionale.
- Esplosione del turismo online e delle piattaforme digitali come Airbnb.
- Italia tra i paesi più attrattivi del mondo per il turismo (un sempre maggiore pubblico si distribuisce nelle sue località turistiche).

Fattori specifici

- Città che indipendentemente dal loro reddito pro capite hanno al loro interno vere e proprie "gemme turistiche" con potenziale inespresso.

- Aree meno ricche in termini di reddito pro capite le quali hanno al loro interno risorse culturali e artistiche inutilizzate.
- Aree meno ricche in termini di reddito pro capite le quali hanno al loro interno un patrimonio immobiliare da riqualificare in funzione di diversi usi, in particolare ricettivo e commerciale.
- Esposizione mediatica straordinariamente alta in relazione alla candidatura e all'assegnazione del titolo ECoC attribuibile anche ad una fase di candidatura tra città italiane particolarmente agguerrita: numerose città candidate, creazione di una short-list, ampio richiamo sui media, istituzione della Capitale Italiana della Cultura.

Va infine sottolineato che la crescita dei flussi turistici è solo uno dei parametri, e certamente non il principale, attraverso cui misurare le ricadute positive di un evento ECoC.

Città ECoC che già prima dell'assegnazione del titolo godono di un'elevata notorietà turistica sono probabilmente destinate a registrare una crescita dei flussi turistici meno rilevante rispetto a città ECoC che si trovano ad uno stadio emergente o intermedio del ciclo turistico: attraverso l'evento queste ultime località - tra le quali rientrava Matera tra la sua fase di candidatura ECoC e l'assegnazione del titolo - riescono a valorizzare risorse artistiche e culturali ancora poco conosciute e a far decollare o a consolidare la propria posizione di meta turistica.

La città spagnola San Sebastian-Donostia, Capitale Europea della Cultura 2016 - città di elevato richiamo turistico che già godeva di flussi consistenti di visitatori prima dell'assegnazione del titolo ECoC - ha fin dall'inizio della propria candidatura attribuito una modesta importanza, ai fini del successo dell'evento, al parametro dei flussi turistici.

Matera è invece tra le città ECoC che già nella fase di candidatura ha assegnato un peso non marginale alla crescita dei flussi turistici come parametro per misurare le ricadute dell'evento.

Per completezza riportiamo di seguito anche la tabella relativa alle città ECoC escluse dal confronto finale.

Tab. B3 **Città ECoC escluse dal confronto finale: pernottamenti turistici**

Città ECoC	Pernottamenti media annua (T-3 a T-1)	Pernottamenti T	Variazione (T / T3 a T1)
Luxembourg	1.096.850	1.176.396	7,25%
Merseyside (Liverpool region)	4.100.000	3.600.000	-12,20%
Stavanger	1.183.959	1.264.007	6,76%
Vilnius	1.244.100	1.077.818	-13,37%
Essen	1.051.261	1.357.737	29,15%
Istanbul	9.425.750	10.058.536	6,71%
Pécs	226.638	237.119	4,62%
Turku	771.482	805.752	4,44%
Tallinn	2.105.836	2.770.488	31,56%
Marseille	3.669.157	4.042.165	10,17%
Riga	2.116.646	2.473.854	16,88%

Fonte: Falk, Hagsten - Eurostat, Istituti statistici nazionali