

REGIONE BASILICATA

UNIONCAMERE BASILICATA
- CENTRO STUDI -

OSSERVATORIO ECONOMICO REGIONALE

**L'ECONOMIA DEL TURISMO
IN BASILICATA**

AGOSTO 2008

INDICE

	PAG.
1. Il turismo nell'economia regionale	5
1.1 L'analisi economica del turismo: aspetti metodologici	5
1.2 La dimensione economica del turismo nei dati di contabilità territoriale	8
1.3 L'impatto economico del turismo a livello regionale	14
1.3.1 La spesa turistica: dimensione economica e fisica	16
1.3.2 La bilancia turistica regionale	19
1.3.3 Le tendenze della spesa turistica nel triennio 2003-2005	21
1.3.4 Il valore aggiunto generato dalla spesa turistica	23
1.3.5 La trasmissione degli effetti economici tra le regioni	26
1.4 L'industria alberghiera e la filiera di produzione turistica locale	32
1.4.1 L'industria alberghiera e il mercato dei beni di consumo	32
1.4.2 L'industria alberghiera e il mercato dei servizi	35
1.4.3 L'industria alberghiera e il mercato del lavoro	37
1.4.4 Il ruolo delle forme aggregative nell'industria alberghiera	37
Conclusioni	39
2. Consistenza e fisionomia del fenomeno turistico	41
2.1 La Basilicata nel contesto delle regioni meridionali	41
2.1.1 I caratteri della domanda	41
2.1.2 L'offerta e la sua evoluzione	44
2.2 L'evoluzione del turismo regionale	46
2.2.1 Un turismo a fasi alterne	46
2.2.2 Il turismo estero e il turismo domestico	47
2.2.3 La stagionalità	49
2.2.4 Lo sviluppo dell'offerta ricettiva	50
2.3 La distribuzione del turismo sul territorio regionale	51
2.3.1 Le aree turistiche nel contesto regionale	51
2.3.2 Il profilo delle aree turistiche	55
Conclusioni	62
3. Le caratteristiche produttive del turismo lucano	63
3.1 La produzione di servizi turistici nel contesto delle regioni meridionali	66
3.2 La forma giuridica e la consistenza patrimoniale delle imprese	68
3.3 L'imprenditorialità turistica e la distribuzione territoriale	72
3.4 Tendenze del mercato del lavoro nel turismo	75
Conclusioni	77
4. La spesa pubblica per il turismo in Basilicata	78
4.1 La spesa pubblica per il turismo: dimensioni e caratteristiche	82
4.2 Il trend della spesa pubblica per il turismo nell'ultimo decennio	87
4.3 L'impatto economico della spesa pubblica per il turismo	88
Riferimenti bibliografici	92

Il Rapporto è stato curato da Franco Bitetti, coordinatore scientifico del Centro Studi Unioncamere Basilicata.

PREMESSA

Nell'ambito delle attività dell'Osservatorio Turistico Regionale, il Centro Studi Unioncamere Basilicata ha realizzato – nel 2002 – uno studio sulla dimensione economica del turismo nella regione ¹. A distanza di 5 anni, caratterizzati da una crescita ancora sostenuta del fenomeno, si è ritenuto opportuno aggiornare tale studio, per dar conto delle dinamiche più recenti e delle problematiche ancora aperte, così da fornire un contributo all'individuazione delle azioni volte a consolidare lo sviluppo del settore ed a valorizzare il suo apporto alla produzione della ricchezza regionale.

L'impianto metodologico utilizzato è il medesimo di quello già sperimentato nel precedente lavoro, con il ricorso ad una pluralità di fonti, utili ad indagare la dimensione fisica ed economica del turismo, nonché il ruolo svolto dalla spesa pubblica in termini di risorse finanziarie investite nel settore. Ciò ha consentito di valutare i cambiamenti intervenuti nel processo di sviluppo turistico tra il periodo che potremmo definire del "decollo", coincidente con la seconda metà degli anni '90 e i primi anni dell'attuale decennio, e il periodo più recente.

Il Rapporto si articola in quattro capitoli. Il primo ha l'obiettivo di individuare la consistenza dei più importanti aggregati economici generati dal turismo (consumi, valore aggiunto, investimenti), valorizzando – a tal fine – sia i dati ISTAT dei Conti economici territoriali, sia i risultati del modello per la misurazione dell'impatto economico del turismo su scala regionale elaborato dal Ciset ². L'analisi dell'attivazione dell'economia locale indotta dalle attività turistiche è stata approfondita, inoltre, attraverso un'indagine diretta presso le maggiori strutture alberghiere della regione, finalizzata a verificare in che misura gli operatori del settore si avvalgono di relazioni dirette con fornitori locali di beni e servizi.

All'analisi della dimensione fisica del fenomeno turistico è dedicato il secondo capitolo, che fornisce un quadro aggiornato, e articolato dal punto di vista territoriale, dei flussi di domanda e delle componenti di offerta.

Il terzo capitolo contiene, invece, un'analisi delle dimensioni e caratteristiche della base produttiva del turismo (consistenza delle imprese e delle unità locali operanti nei settori di attività economica riconducibili all'"industria dei viaggi e del turismo", tipologia giuridica e consistenza patrimoniale delle stesse), nonché alcuni cenni alle tendenze del mercato del lavoro nel settore.

L'ultimo capitolo affronta, infine, il tema della spesa pubblica per le attività turistiche: attraverso i dati dei Conti Pubblici Territoriali (CPT), è stato possibile quantificare l'ammontare di risorse finanziarie che la Pubblica Amministrazione, nella sua articolazione territoriale (Stato, Regione, Enti Locali), ha destinato al sostegno del settore turistico in Basilicata, e tentare una prima valutazione dell'impatto di tale spesa sulle principali grandezze economiche del comparto.

¹ Cfr. Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *Il ruolo del turismo nell'economia lucana*, Rapporto 2002 dell'Osservatorio Turistico Regionale, ed. Regione Basilicata, Potenza 2003.

² Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica – Università Cà Foscari di Venezia.

CAP. 1

IL TURISMO NELL'ECONOMIA REGIONALE

1.1. L'ANALISI ECONOMICA DEL TURISMO: ASPETTI METODOLOGICI

Qual è il peso economico dell'industria turistica, quali sono i settori produttivi coinvolti e in quale proporzione ?

In che misura i benefici economici rimangono all'interno dell'area che ha ospitato i turisti e in quale misura, invece, si disperdono verso l'esterno, andando a stimolare altri sistemi produttivi attraverso l'interscambio commerciale ?

Quale rapporto c'è tra la dimensione fisica (espressa in termini di arrivi e presenze) e la dimensione economica del fenomeno turistico (espressa in termini di livelli di produzione, valore aggiunto, occupazione, stimolati dalla spesa dei turisti) ?

La risposta a tali quesiti, come si può facilmente intuire, è di grande rilevanza ai fini della definizione delle politiche per il settore; ma la valutazione economica del turismo è un tema di difficile definizione e misurazione.

Il motivo di tale difficoltà sta nell'atipicità della produzione legata al turismo; atipicità che dipende dal fatto che "da un punto di vista macro-economico, il turismo non è altro che un'attività di consumo" (P. Keller, 1997), per cui l'oggetto della produzione turistica coincide con tutti i beni e servizi che soddisfano i bisogni dei viaggiatori.

E' del tutto evidente che questi beni e servizi rappresentano un insieme molto variegato e mutevole, che non può essere definito "a priori" e una volta per tutte. Inoltre, se alcuni beni e servizi sono esclusivamente, o prevalentemente, destinati al consumo turistico (ad esempio, i servizi di ricettività alberghiera, delle agenzie viaggi, delle guide turistiche), altri servono invece tutta la popolazione, anche quella non turistica (i servizi di trasporto e comunicazione, i servizi commerciali, i servizi ricreativi e culturali, i servizi delle agenzie di locazione di immobili); ne consegue che soltanto l'atto specifico di consumo del turista seleziona un bene/servizio come parte della produzione turistica.

Per valutare la rilevanza economica delle attività di produzione di beni e servizi destinabili al consumo turistico occorrerebbe, quindi, prendere in considerazione una molteplicità di settori produttivi, del tutto eterogenei dal punto di vista merceologico e tecnologico, che avrebbero in comune soltanto la funzione di fornire quanto serve a soddisfare i bisogni del consumatore turista.

L'ampia varietà di attività economiche interessate, con diversa intensità, al fenomeno turistico è efficacemente rappresentata nella tab. 1.1, che riporta una stima dei consumi turistici effettuati in Italia distinti per settori produttivi (tali consumi coincidono, quindi, con il fatturato turistico realizzato da ciascun settore) ³.

³ La tabella consente di valutare anche le differenze nei panieri di consumo dei turisti italiani e stranieri; in tal modo, si dà conto di come il coinvolgimento delle diverse componenti del sistema economico nella produzione turistica possa variare notevolmente a seconda della tipologia di visitatori.

Degli 88,6 miliardi di Euro spesi dai turisti nel 2005, gli acquisti di servizi ricettivi e di ristorazione (inclusi nel settore "alberghi e ristoranti") rappresentano il 34,2% del totale; seguono, in ordine di importanza, il settore commerciale (15,7% della spesa complessiva) e gli "altri prodotti della trasformazione industriale", al cui interno si distinguono, soprattutto, gli acquisti di prodotti dell'artigianato e di souvenir di vario tipo. Un'altra voce importante del paniere di spesa dei turisti è costituita dalla "locazione di immobili" (9,3%), che comprende le attività di affitto di case, appartamenti e camere di vacanza ai turisti stessi.

Da segnalare, inoltre, la quota di spese riservata alle attività ricreative (7,1%) e agli articoli di moda (4,2%), inclusi nel settore del "tessile e cuoio".

Tab. 1.1 - La composizione per settori produttivi dei consumi turistici in Italia
- valori assoluti in milioni di Euro correnti (2005) -

	totale		italiani		stranieri	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Alberghi e ristoranti	30.294	34,2	17.297	29,1	12.997	44,6
Commercio	13.864	15,7	9.952	16,7	3.912	13,4
Altri prodotti della trasf. industriale	9.385	10,6	6.600	11,1	2.785	9,6
Locazione di immobili	8.242	9,3	6.444	10,8	1.798	6,2
Alimentari	7.494	8,5	5.649	9,5	1.845	6,3
Attività ricreative	6.284	7,1	4.424	7,4	1.860	6,4
Prodotti energetici	4.198	4,7	2.885	4,9	1.313	4,5
Tessili e cuoio	3.726	4,2	2.491	4,2	1.235	4,2
Trasporti	2.202	2,5	1.574	2,6	628	2,2
Agricoltura	2.014	2,3	1.516	2,6	498	1,7
Servizi vari	491	0,6	345	0,6	146	0,5
Costruzioni	204	0,2	160	0,3	44	0,2
Inter. monetaria e finanziaria	160	0,2	109	0,2	51	0,2
totale	88.556	100,0	59.445	100,0	29.111	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Accanto ai settori produttivi che contribuiscono in modo diretto all'offerta di beni e servizi acquistati dai turisti, sono da considerare, inoltre, tutte le attività che soddisfano la domanda turistica in modo indiretto, nel senso di rendere disponibili gli *input* utilizzati dalle aziende che vendono beni e servizi al turista (dall'industria del mobile che fornisce gli arredi per le camere d'albergo, alle imprese della "carta e stampa" che producono depliant pubblicitari, alle imprese agricole che assicurano i prodotti alimentari al settore della ristorazione, ...) ⁴.

Se è del tutto evidente che alla produzione turistica concorrono numerose attività economiche è altrettanto chiaro che esse si caratterizzeranno per gradi diversi di "coinvolgimento turistico"; in altri termini, solo una quota più o meno significativa della loro produzione sarà rivolta a soddisfare i consumi turistici.

⁴ E' stato stimato che circa il 59% dell'intera economia legata al turismo è riconducibile all'insieme di produzioni (di beni e servizi) che possono essere acquistate direttamente dal turista sul mercato, mentre il restante 41% è rappresentato dalle produzioni che forniscono input intermedi alle prime (cfr. P. Costa, M. Manente, M. Furlan, *Politica economica del turismo*, T.U.P. – Touring University Press, 2001).

Il massimo grado di coinvolgimento turistico riguarda, ovviamente, le attività orientate all'accoglienza e all'intermediazione turistica (alberghi ed altri esercizi ricettivi, agenzie viaggi e tour operator). Per i pubblici esercizi (bar, ristoranti) la quota di fatturato derivante dai consumi turistici è stimata, invece, nell'ordine del 37%; mentre nel caso dei trasporti la stessa quota si attesterebbe intorno al 10%.

In conclusione, il turismo si configura come un consumo "trasversale" rispetto all'insieme delle attività economiche, nel senso che – in varia misura – le coinvolge tutte.

La difficoltà di delimitare i contorni di tale fenomeno e di trattarlo alla stregua di un settore produttivo "a se stante" rendono particolarmente complessa un'analisi attraverso le grandezze – produzione, valore aggiunto, occupazione – tradizionalmente utilizzate per il resto del sistema economico.

Lo stesso quadro informativo attualmente disponibile sul turismo risulta particolarmente carente per questo tipo di analisi: le principali statistiche sono dedicate, infatti, alla misura dei flussi (in termini di arrivi e presenze) e delle caratteristiche dei turisti, che non consentono evidentemente alcuna valutazione delle *performance* economiche delle attività turistiche.

La letteratura internazionale ha suggerito due diversi approcci metodologici per la soluzione del problema relativo alla misurazione economica del turismo:

- l'"approccio da offerta", che consiste nell'identificare "a priori", e una volta per tutte, le attività che concorrono – totalmente o parzialmente – alla produzione turistica, procedendo successivamente all'analisi economica delle stesse attraverso le fonti statistiche tradizionali;
- l'"approccio da domanda", che consiste nell'individuare i settori produttivi coinvolti nell'attività turistica partendo da ciò che i turisti consumano e, quindi, da una stima della spesa turistica; da tale stima si perviene poi alla quantificazione del valore aggiunto e dell'occupazione che nei diversi settori risultano collegati al turismo.

Questo secondo approccio, sperimentato in Italia dal Ciset, ha indubbiamente il carattere della completezza e, per ciò stesso, è il più adatto a misurare le reali dimensioni economiche del turismo e le sue relazioni con i diversi settori produttivi, come risulta evidente anche dalle considerazioni svolte in precedenza.

A livello regionale, tuttavia, la base informativa necessaria per procedere in tale direzione è carente e consente di pervenire a risultati altrettanto parziali.

Peraltro, alcuni importanti aspetti legati al ruolo del turismo nell'economia locale – come le dimensioni e le caratteristiche della sua base produttiva – sono indagabili soltanto attraverso le fonti statistiche che fanno riferimento alla classificazione tradizionale delle attività economiche, implicando – per ciò stesso – la necessità di individuare "ex ante" quelle propriamente turistiche.

Ciò ha suggerito l'utilizzo di entrambe le metodologie di misurazione e stima del fenomeno turistico e, considerata la complessità dell'oggetto di analisi, il ricorso a tutte le fonti utili a fornire un quadro il più articolato e completo possibile del ruolo di tale fenomeno all'interno dell'economia lucana.

1.2. LA DIMENSIONE ECONOMICA DEL TURISMO NEI DATI DI CONTABILITÀ TERRITORIALE

Una prima valutazione del peso economico che il turismo assume a livello regionale può essere effettuata ricorrendo ai dati di contabilità territoriale di fonte ISTAT relativi al settore "alberghi e ristoranti" che – a livello macroeconomico – rappresenta la principale branca di attività assimilabile al settore turistico.

Si è già osservato che tale comparto comprende solo una parte della produzione turistica complessiva (la quota di consumi turistici per il vitto e l'alloggio è stimata intorno al 34%, a livello nazionale ⁵) e che non tutti i servizi da esso erogati (segnatamente, quelli della ristorazione) sono destinati in via esclusiva al consumatore turista.

In Basilicata, il valore aggiunto realizzato dagli "alberghi e ristoranti" raggiungeva – nel 2005 (ultimo anno per il quale sono disponibili le informazioni) – i 297 milioni di Euro, che rappresentano il 3,1% della ricchezza complessiva prodotta dal sistema economico regionale.

Tale quota è inferiore di 5 decimi di punto percentuale alla media nazionale che, nel medesimo anno, si attestava al 3,6%, mentre più contenuto è il *gap* nei confronti della media meridionale, pari al 3,3%.

Tab. 1.2 - Il valore aggiunto del settore "alberghi e ristoranti" (valori assoluti in milioni di Euro)

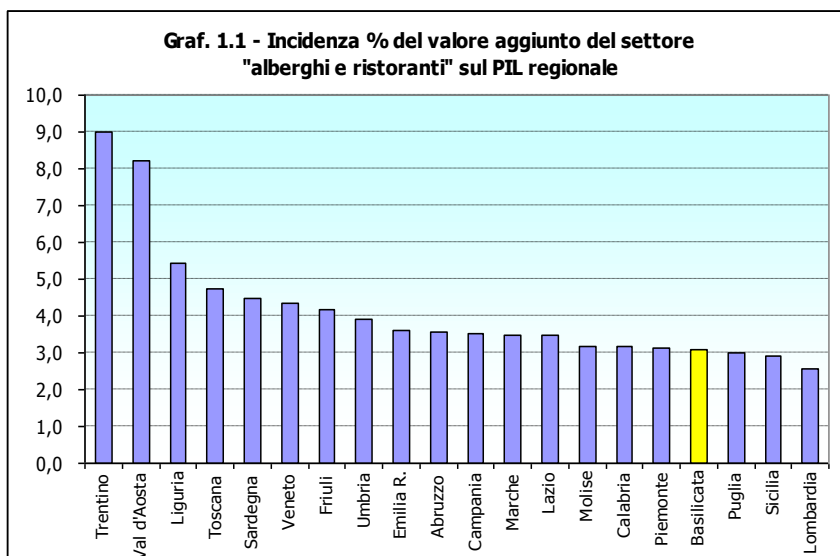
	2000		2005	
	v.a.	% su PIL	v.a.	% su PIL
Basilicata	233	2,9	297	3,1
Mezzogiorno	8.732	3,4	10.648	3,3
Italia	41.586	3,9	48.416	3,6

Fonte: ns. elab. su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Nella graduatoria regionale in base al contributo del valore aggiunto degli "alberghi e ristoranti" alla formazione del PIL complessivo, la Basilicata occupa il quart'ultimo posto insieme al Piemonte, precedendo di poco la Puglia e la Sicilia, mentre più staccata è la Lombardia, in coda con il 2,6% (cfr. graf. 1.1).

E' del tutto evidente che l'indicatore considerato riflette non soltanto il livello di turisticità delle diverse regioni (ciò spiega i valori molto elevati del Trentino Alto Adige e della Valle d'Aosta, la cui economia è fortemente orientata verso l'attività turistica), ma anche l'ampiezza e l'articolazione del tessuto economico complessivo di ciascuna, che può determinare un minor peso relativo del comparto "alberghi e ristoranti" (è il caso, in particolare, di regioni come il Piemonte e la Lombardia).

⁵ Cfr. tab. 1.1 .

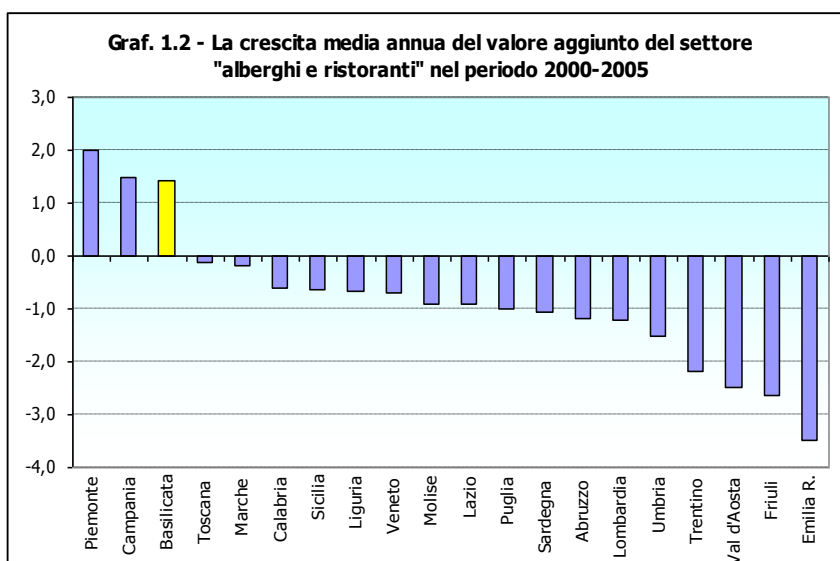


Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Nel quinquennio 2000-2005, il valore aggiunto degli "alberghi e ristoranti" in Basilicata è aumentato ad un ritmo del +1,4% in media per anno, a fronte di una sostanziale stazionarietà del reddito prodotto dall'intera economia (+0,1%); per effetto di tali andamenti, l'incidenza del settore sul valore aggiunto complessivo è passata dal 2,9 al 3,1%.

Di segno opposto i trend registrati nel resto del Paese, dove il comparto ha accusato una flessione (-1,0% in media per anno, -0,3% nell'area meridionale), nel contesto di una dinamica lievemente positiva dell'economia nel suo complesso (+0,7% a livello nazionale, +0,4% nel Sud).

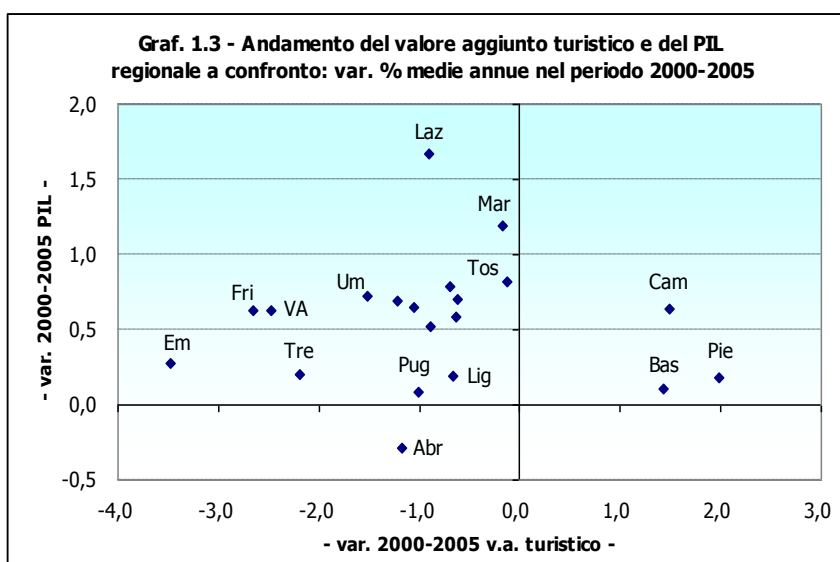
Come si può osservare nel graf. 1.2, tale flessione è risultata abbastanza generalizzata a livello territoriale: la Basilicata, in effetti, è l'unica regione – insieme a Piemonte e Campania – a mostrare una crescita del valore aggiunto di "alberghi e ristoranti" nel periodo considerato.



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Conti economici territoriali

La Basilicata e il Piemonte, peraltro, sono anche le regioni con i tassi di incremento più elevati delle presenze turistiche tra il 2000 e il 2005; del resto, stante la natura del prodotto turistico, l'evoluzione del valore aggiunto in esame tende generalmente a corrispondere a quella della relativa domanda.

L'arretramento del valore aggiunto del comparto nella stragrande maggioranza delle regioni italiane non sembra riconducibile ad un peggioramento generalizzato della situazione economica; in quasi tutti i casi, infatti, la flessione si è accompagnata ad una crescita del PIL, pur con diversa intensità (cfr. graf. 1.3).



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Nei Conti economici territoriali dell'ISTAT è disponibile anche il dato relativo alle unità di lavoro ⁶ che – nel 2005 – ammontavano, nell'intero settore degli "alberghi e ristoranti" a 9,8 mila, 5,9 mila delle quali (pari al 60%) alle dipendenze.

Tab. 1.3 - Unità di lavoro negli "alberghi e ristoranti"
- valori assoluti in migliaia di unità -

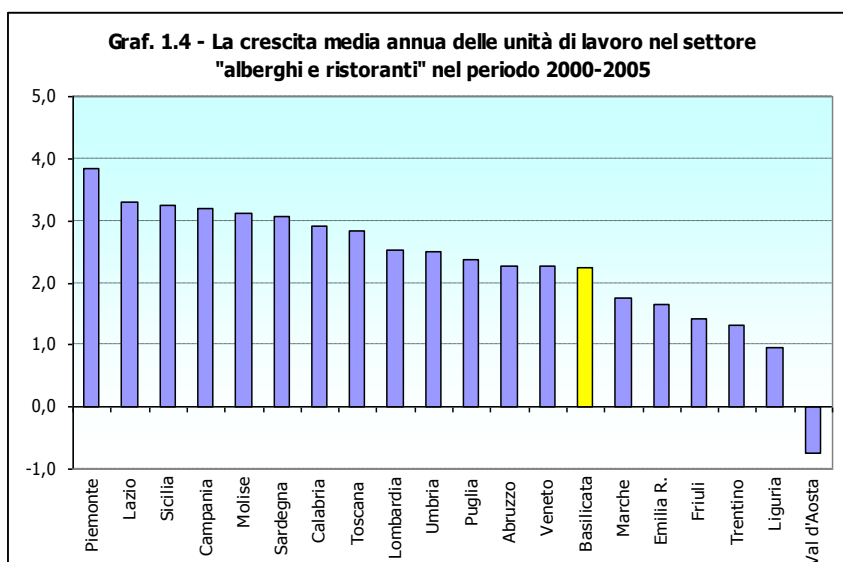
	2000		2005	
	v.a.	% su tot.	v.a.	% su tot.
Basilicata	8,8	4,0	9,8	4,5
Mezzogiorno	300,7	4,6	346,8	5,2
Italia	1.289,7	5,5	1.458,2	6,0

Fonte: ns. elab. su dati ISTAT, Conti economici territoriali

⁶ Le unità di lavoro, definite anche come "occupati equivalenti a tempo pieno", sono una misura convenzionale dell'ammontare del volume di lavoro utilizzata nella contabilità nazionale. Ciascuna unità di lavoro, in particolare, rappresenta l'equivalente di un occupato a tempo pieno contrattuale, per l'intero anno; in tal modo si tiene conto della pluralità di posizioni ricoperte (unica, principale, secondaria), della durata del lavoro (continuativa o meno), dell'orario di lavoro (a tempo pieno o parziale) e della posizione contributiva o fiscale (regolare o irregolare).

Il contributo del settore all'occupazione complessiva (sempre misurata in termini di unità di lavoro) è pari al 4,5%: una quota inferiore sia alla media nazionale (6,0%) sia alla media meridionale (5,2%).

In questo caso, i trend del quinquennio segnalano un minore dinamismo del comparto a livello regionale, dove le unità di lavoro sono aumentate, mediamente, del 2,2% all'anno (per un saldo complessivo, in termini assoluti, pari a circa un migliaio di unità), contro il 2,9% del Sud e il 2,5% dell'Italia; la Basilicata si posiziona, quindi, nella parte bassa della graduatoria regionale dei tassi di crescita occupazionale (cfr. graf. 1.4).



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Il rapporto tra valore aggiunto e unità di lavoro fornisce una misura della produttività del lavoro nel settore che, in Basilicata, rimane ancora distante dalla media nazionale, nonostante il significativo recupero messo a segno nel quinquennio considerato. Nel 2005, infatti, il valore aggiunto per addetto raggiungeva i 30,3 mila Euro a livello regionale contro i 33,2 mila dell'Italia, per un differenziale negativo pari a circa 9 punti percentuali; 5 anni prima, tuttavia, il *gap* sfiorava i 20 punti.

La regione ha quasi annullato del tutto, invece, il "ritardo" di produttività accumulato nei confronti del Mezzogiorno, grazie a tassi di crescita dell'indice quasi 3 volte superiori a quelli registrati nell'intera area.

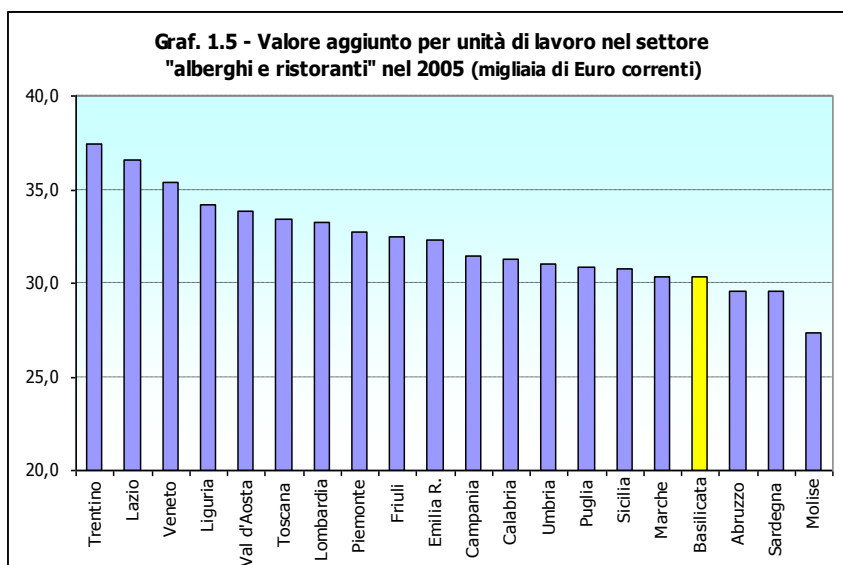
Tab. 1.4 - Valore aggiunto per unità di lavoro nel settore "alberghi e ristoranti"

	Euro correnti		variaz. % '00-'05
	2000	2005	
Basilicata	26.429	30.343	14,8
Mezzogiorno	29.038	30.705	5,7
Italia	32.245	33.203	3,0

Fonte: ns. elab. su dati ISTAT, Conti economici

Nella graduatoria regionale della produttività del lavoro nel settore "alberghi e ristoranti" (cfr. graf. 1.5) la Basilicata occupa, attualmente, la quart'ultima posizione, ma – nel 2000 – era fanalino di coda; nella parte superiore della classifica si trovano, invece, le regioni a forte specializzazione turistica e quelle con un tessuto economico più solido ed evoluto.

Il dato da rimarcare tuttavia è che – a differenza di quanto osservato nella seconda metà degli anni '90 – la crescita del valore aggiunto del comparto in Basilicata è stata alimentata soprattutto dagli incrementi di produttività, a segnalare un netto miglioramento nella gestione manageriale dei servizi creati.

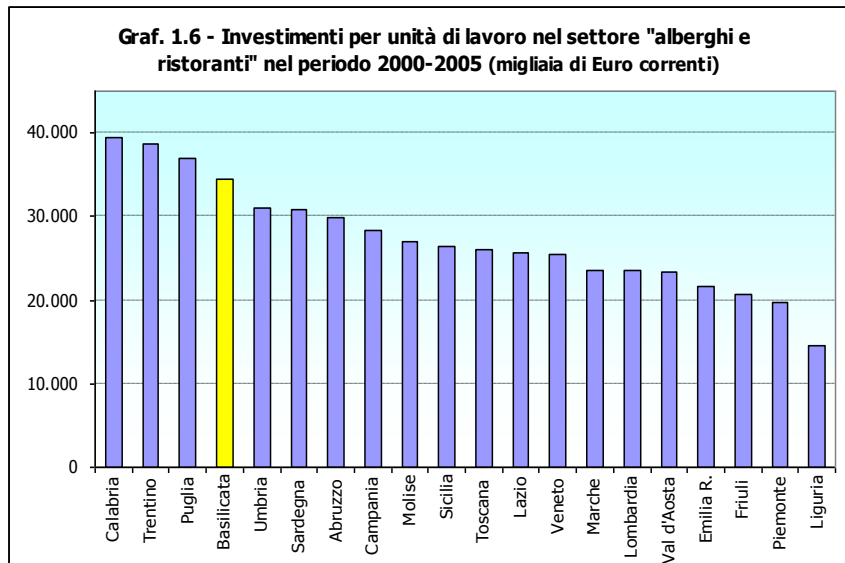


Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Un ultimo aspetto che i dati di contabilità territoriale consentono di valutare è quello relativo agli investimenti.

Nel periodo 2000-2004 (ultimo anno disponibile), il settore "alberghi e ristoranti" ha realizzato, a livello regionale, un volume complessivo di investimenti pari a 315 milioni di Euro che, rapportati alla media delle unità di lavoro nello stesso periodo, corrispondono a 34,5 mila Euro per addetto; in Italia soltanto 3 regioni (Calabria, Trentino Alto Adige e Puglia) mostrano un valore superiore di questo indice (cfr. graf. 1.6).

Considerata la crescita del valore aggiunto del comparto in Basilicata e quella ancor più sostenuta della produttività del lavoro, si può ritenere che gli investimenti siano stati finalizzati non soltanto all'ampliamento della base produttiva ma anche al miglioramento degli aspetti gestionali delle attività.



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Conti economici territoriali

In conclusione, il comparto degli "alberghi e ristoranti" – che, in prima approssimazione, identifica il settore turistico – ha notevolmente accresciuto il proprio "peso" economico in Basilicata nel periodo 2000-2005, crescendo a ritmi decisamente superiori a quelli dell'intera economia, sebbene il suo contributo alla formazione del PIL sia ancora inferiore alla media nazionale e, in misura minore, a quella meridionale (ma il *gap* si è pressoché dimezzato, in entrambi i casi).

Lo sviluppo del settore, inoltre, sembra aver superato – in questi anni – una fase puramente "quantitativa", fondandosi sempre più su un innalzamento dei livelli di efficienza dei fattori produttivi; la Basilicata, infatti, è la regione dove la produttività del lavoro nel comparto ha fatto registrare i tassi di incremento più elevati.

1.3 L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO A LIVELLO REGIONALE

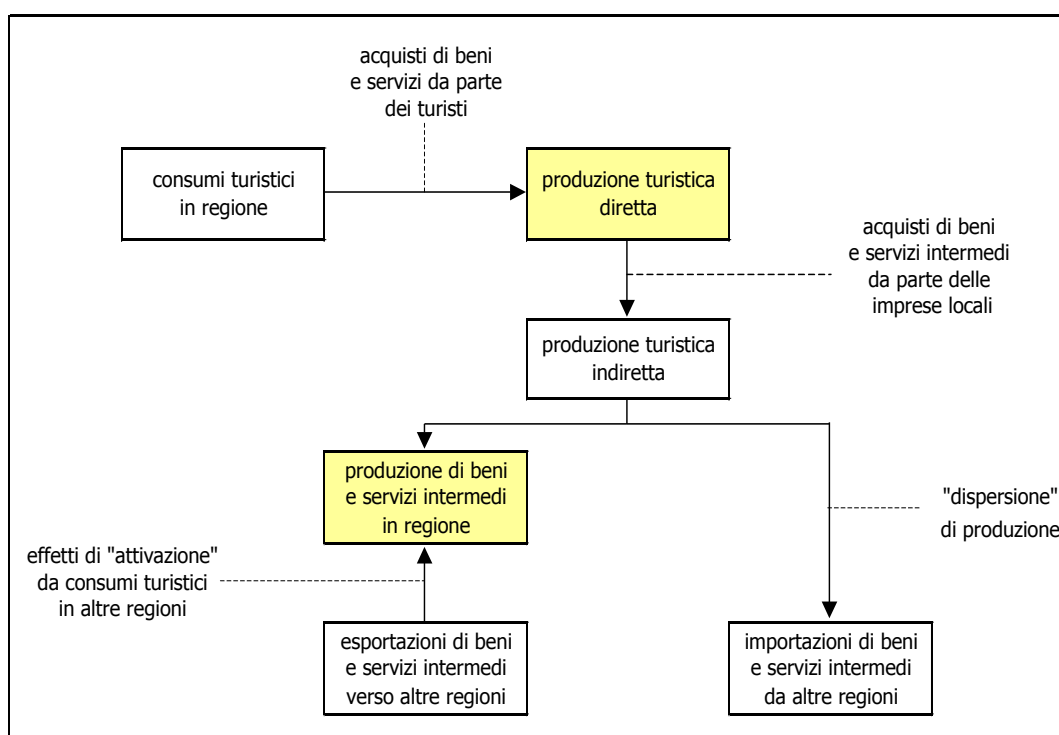
Il Ciset ha elaborato un modello per la misurazione dell'impatto economico del turismo su scala regionale partendo dalla stima della spesa effettuata in ciascuna regione da parte di tutti i turisti, sia quelli residenti all'estero o in altre regioni italiane, sia quelli residenti nella stessa regione⁷.

Tale modello consente, in particolare, di valutare quanta parte del complesso delle attività produttive presenti a livello regionale ruota attorno ai consumi turistici e di analizzare la diffusione spaziale degli effetti di valore aggiunto generati da tali consumi. Se, infatti, i consumi turistici si manifestano in una determinata area, il sistema produttivo che viene attivato per soddisfarli non è solo quello locale, ristretto, interessato dalla domanda stessa, ma un sistema produttivo molto più ampio. Ciò si verifica per la molteplicità e l'eterogeneità delle attività economiche più o meno direttamente interessate dal fenomeno turistico, e per l'elevato grado di apertura delle economie regionali, cui corrisponde un intenso flusso di scambi commerciali tra esse.

Il prospetto seguente sintetizza lo schema logico alla base del modello di stima utilizzato:

Prospetto 1

Modello per la valutazione dell'impatto economico del turismo



Fonte: ns. elaborazione

⁷ Nel processo di stima della spesa turistica il modello tiene conto non soltanto delle presenze registrate dalle statistiche ufficiali ma anche di quelle, quantitativamente rilevanti, nelle seconde case in affitto e in proprietà. Inoltre, considerato che l'ammontare monetario e la composizione dei beni e servizi domandati dal turista variano in relazione alle molteplici dimensioni che caratterizzano il soggiorno – le motivazioni (vacanza, lavoro, studio, ...), la durata, la struttura ricettiva utilizzata, la risorsa/attrattiva prevalente del luogo dove si fa turismo (mare, montagna, patrimonio culturale, ...) – il modello perviene ad una stima dei livelli di spesa pro-capite diversificati sulla base delle suddette linee di classificazione, oltreché della nazionalità del turista.

La spesa turistica effettuata in un'area si traduce in produzione e reddito per un complesso di imprese che operano nell'area stessa (imprese alberghiere, di ristorazione, negozi, stazioni di servizio, ...). Si può parlare, in questo caso, di "effetti diretti" della spesa turistica, che si riferiscono chiaramente alle attività a diretto contatto con il turista, intendendo con ciò tutti i settori le cui produzioni (di beni e servizi) sono acquistate dai consumatori turisti in prima persona.

Parte del reddito così ottenuto da tali imprese viene destinato all'acquisto di beni e servizi impiegati indirettamente, come input intermedi, per produrre i beni e servizi che soddisfano direttamente i consumi turistici. L'iniziale spesa turistica genera quindi degli "effetti indiretti", la cui intensità dipenderà dalle relazioni produttive esistenti tra i diversi settori (nel linguaggio economico si parla di interdipendenze settoriali) ⁸.

Gli acquisti di beni e servizi intermedi possono essere effettuati presso imprese locali o imprese esterne; in questo secondo caso si manifesterà una "dispersione" di produzione e reddito rispetto al processo di espansione determinato dall'iniziale spesa turistica.

Il valore aggiunto complessivo attivato dalla spesa turistica in un'area, quindi, sarà il risultato della somma degli effetti diretti e indiretti di produzione, "al netto" delle importazioni necessarie per produrre i beni e servizi che soddisfano direttamente la domanda turistica ⁹.

La capacità di una regione di trattenere una parte consistente degli effetti moltiplicativi generati dalla domanda turistica nella regione stessa dipende essenzialmente dalle caratteristiche della sua struttura produttiva, oltreché dalla sua dimensione territoriale.

Quanto più la struttura produttiva risulterà diversificata ed efficiente, tanto più contenuta sarà la dispersione degli effetti di attivazione all'esterno attraverso il ricorso alle importazioni necessarie per produrre i beni e servizi acquistati dai turisti. Si può ritenere, inoltre, che al diminuire delle dimensioni dell'area considerata se ne riduca il grado di diversificazione dell'economia ed aumenti quindi la dipendenza dall'esterno.

Va osservato, infine, che se ogni area distribuisce sulle altre una parte degli effetti della spesa in essa effettuata, contestualmente, essa può trarre vantaggio dalla spesa sostenuta altrove; accanto agli effetti di dispersione si manifestano, quindi, effetti di attivazione dall'esterno, assimilabili alle esportazioni.

Si può pertanto concludere che il livello di valore aggiunto turistico di una regione misurerà la ricchezza – diretta e indiretta – generata dalla spesa turistica effettuata in quella regione e in tutte le altre.

⁸ Si pensi alla produzione agricola e alle varie industrie di trasformazione alimentare attivate dal consumo di prodotti alimentari da parte dei turisti; o ai molteplici settori terziari che si collegano al movimento turistico (dai trasporti al credito, alla pubblica amministrazione, alle attività culturali e di svago) e che si attivano a valle della produzione dei servizi turistici.

⁹ Una delle principali differenze tra valore aggiunto diretto e indiretto (oltre alle diverse branche di attività economiche che vengono attivate) consiste, quindi, nel fatto che mentre il primo resta totalmente all'interno del territorio di riferimento, il secondo si disperde all'esterno in misura più o meno accentuata a seconda del grado di apertura del territorio medesimo.

Nei paragrafi successivi, l'analisi si svilupperà secondo il percorso appena tracciato: dopo aver quantificato la spesa turistica per principali tipologie, se ne misureranno gli impatti in termini di valore aggiunto, diretto e indiretto, evidenziando successivamente le dispersioni di valore aggiunto turistico legate all'interscambio regionale.

1.3.1 LA SPESA TURISTICA: DIMENSIONE ECONOMICA E FISICA

Nell'anno 2005¹⁰, i turisti italiani e stranieri che hanno soggiornato in Basilicata hanno speso – in beni e servizi – circa 323 milioni di Euro, che equivalgono quindi al fatturato realizzato dalle imprese locali che hanno direttamente soddisfatto questa domanda. Il 49,2% della spesa complessiva (159 milioni di Euro) è attribuibile ai turisti provenienti da altre regioni italiane, mentre la restante quota è ripartibile, in misura quasi analoga, tra i turisti lucani e quelli stranieri.

Tab. 1.5 - La spesa turistica in Basilicata nel 2005
- valori assoluti in milioni di Euro -

	Basilicata		Sud %	Italia %
	v.a.	%		
totale spesa turistica	323	100,0	100,0	100,0
- spesa dei residenti	83	25,8	45,8	25,9
- spesa degli altri italiani	159	49,2	35,7	41,2
- spesa degli stranieri	81	25,0	18,5	32,9

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Rispetto alla media nazionale, la Basilicata evidenzia una maggiore incidenza della spesa legata al turismo domestico, cui corrisponde una quota più bassa di consumi turistici effettuati dagli stranieri. Nel contesto meridionale, invece, la regione si distingue, soprattutto, per una maggiore importanza relativa della spesa legata al turismo nazionale, mentre decisamente minore è la quota di spesa effettuata da residenti.

A livello regionale non sono disponibili le stime relative alla composizione del paniere di spesa; quelle per l'intero Paese segnalano una maggiore spesa degli italiani, rispetto agli stranieri, per le tipologie di alloggio in affitto, per i beni alimentari e dell'agricoltura e, per contro, minori consumi per la ricettività e la ristorazione in strutture registrate (ciò, evidentemente, è il risultato determinato dall'inclusione – nelle procedure di stima della spesa – del fenomeno del turismo nelle seconde case e in quelle in affitto).

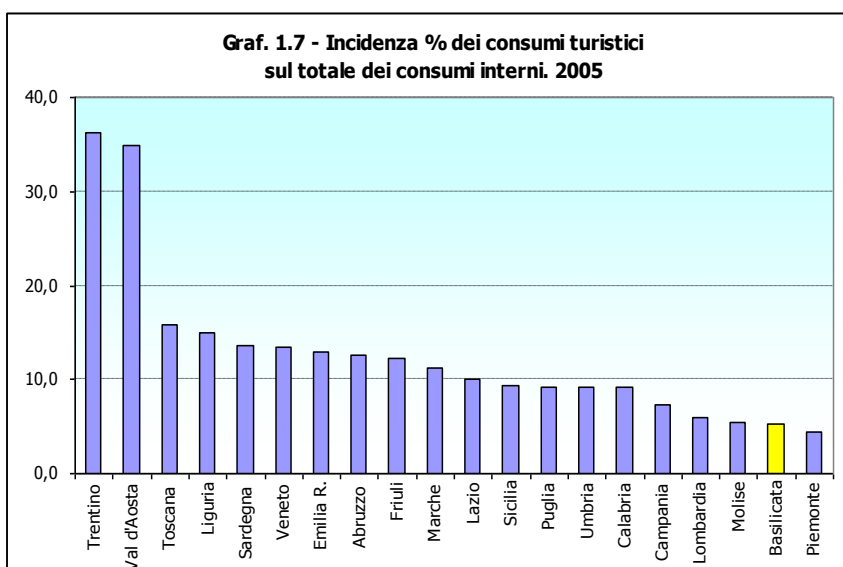
Il rapporto tra i consumi turistici e i consumi interni complessivi¹¹ fornisce una prima misura dell'importanza economica del turismo e può essere considerato anche come un indice di turisticità delle diverse aree territoriali (cfr. graf. 1.7).

In Basilicata, il contributo del turismo ai consumi interni raggiungeva – nel 2005 – il 5,3%, contro una media meridionale del 9,2% e una media nazionale del 10,4%.

¹⁰ I dati più aggiornati saranno diffusi dal Ciset in coincidenza con la pubblicazione del XVI Rapporto sul Turismo Italiano curato dalla Mercury, la cui uscita è prevista per fine anno.

¹¹ Quest'ultimi sono quelli stimati dall'ISTAT nell'ambito dei Conti economici territoriali.

Le quote più elevate si riscontrano nelle regioni a forte specializzazione turistica (Trentino Alto Adige e Valle d'Aosta), oltrechè nelle regioni dove il turismo è pure un fenomeno importante ma si inserisce in un sistema economico molto solido e articolato (Toscana, Veneto, Emilia Romagna). Nella maggior parte delle regioni meridionali, con le uniche eccezioni di Abruzzo e Sardegna, il peso dei consumi turistici è inferiore alla media nazionale. Negli ultimi posti della graduatoria – insieme alla Basilicata – si trovano, invece, regioni poco turistiche ma economicamente forti come la Lombardia e il Piemonte.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset e ISTAT

Interessanti indicazioni si ricavano dall'incrocio tra la dimensione fisica del turismo (espressa in termini di presenze) e la dimensione economica (espressa in termini di spesa e di relativi impatti)¹² (cfr. tab. 1.6).

La Basilicata concentra lo 0,6% delle presenze complessive registrate in Italia, mentre la sua incidenza sulla spesa turistica complessivamente effettuata nel Paese si attesta allo 0,4%. In altri termini, l'importanza economica del turismo che si rivolge alla regione è relativamente inferiore alla sua dimensione fisica; da ciò si ricava che la spesa mediamente effettuata da un turista soggiornante in Basilicata è più bassa rispetto a quella riscontrabile nell'intero Paese.

Al contrario, vi sono diverse regioni in cui la dimensione economica è più rilevante della dimensione fisica (a segnalare, quindi, una maggiore capacità di spesa della domanda): è il caso, ad esempio, della Lombardia – che, con il 7,5% delle presenze complessive, beneficia del 10,2% della spesa turistica effettuata in Italia – ma anche della Sicilia e della Puglia, per limitarsi ai casi dove gli scostamenti tra i due indici sono più significativi.

¹² Per una corretta lettura dei dati si precisa che, mentre la dimensione economica include parte del movimento turistico non registrato e una quota significativa di presenze nelle seconde case, la dimensione fisica è data dalle sole presenze ufficiali.

Tab. 1.6 - La dimensione fisica ed economica del turismo a confronto
- % su Italia delle presenze e della spesa turistica -

	totale turisti		italiani		stranieri	
	presenze	spesa	presenze	spesa	presenze	spesa
Veneto	16,0	11,5	11,9	10,2	21,6	14,1
Trentino Alto Adige	11,4	7,5	9,2	6,8	14,5	8,9
Toscana	10,7	10,5	9,8	9,9	12,1	11,9
Emilia Romagna	10,2	10,5	13,5	13,2	5,6	4,9
Lazio	8,9	9,8	6,0	6,6	12,9	16,3
Lombardia	7,5	10,2	6,5	7,9	8,7	15,1
Campania	5,4	5,2	5,3	5,6	5,5	4,4
Liguria	3,9	4,6	4,9	4,8	2,5	4,1
Sicilia	3,9	6,0	4,2	7,1	3,4	3,8
Marche	3,5	2,8	5,1	3,6	1,3	1,2
Puglia	3,0	4,7	4,5	6,1	1,0	1,9
Piemonte	2,9	3,4	2,8	3,2	3,0	4,0
Sardegna	2,9	3,1	3,5	3,9	2,0	1,6
Friuli Venezia Giulia	2,4	2,6	2,4	2,4	2,2	3,2
Calabria	2,2	2,4	3,2	3,2	0,8	0,7
Abruzzo	2,0	2,3	2,9	3,0	0,6	0,9
Umbria	1,6	1,2	1,9	1,1	1,3	1,6
Valle d'Aosta	0,9	1,0	1,1	1,0	0,7	1,1
Basilicata	0,6	0,4	0,8	0,4	0,1	0,3
Molise	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,1
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

La diversa capacità di spesa della domanda turistica a livello territoriale riflette essenzialmente:

- il tipo di turismo presente in ciascuna area (balneare, culturale, d'affari, ...),
- i mercati di provenienza della domanda (locali, interni, internazionali),
- l'ampiezza e la varietà del sistema di offerta turistica.

A parità di flussi (arrivi e presenze), il prevalere dell'uno o dell'altro tipo di domanda/comportamento di consumo turistico potrà determinare, quindi, risultati economici molto diversi.

Con riferimento al primo aspetto, si può osservare come alcune tipologie di turismo attivino una spesa più elevata rispetto ad altre: è il caso, ad esempio, del turismo con motivazioni culturali e del turismo con motivazioni d'affari, generalmente più "ricchi" del turismo balneare e montano (i turisti in quest'ultime destinazioni, infatti, spendono strutturalmente di meno sia perché ricorrono in ampia misura alla ricettività extra-alberghiera, sia perché il loro paniere di consumo risulta mediamente meno variegato)

¹³

¹³ Stime effettuate a livello nazionale indicano un livello di spesa per il turismo delle città d'arte e per il "turismo del territorio" superiore alla media, rispettivamente, del 40% e dell'8%, con un'incidenza significativamente elevata – nel paniere di consumo – delle "voci" relative all'acquisto di servizi ricreativi e culturali, di prodotti eno-gastronomici e di prodotti locali (cfr. M. Manente, *Le condizioni territoriali per la creazione di valore aggiunto locale: l'indotto attivabile*, paper presentato al convegno su "Risorse naturali e culturali come attrattori", Roma – settembre 2005).

Da questo punto di vista, la Basilicata sconta certamente la sua accentuata specializzazione nel turismo balneare; per contro, in una regione come la Lombardia l'elevata capacità di spesa della domanda turistica in rapporto alle presenze riflette l'ampia diffusione di un turismo urbano, sia di tipo business che *leisure*.

La propensione alla spesa risulta poi differenziata, nei diversi territori, a seconda delle aree di provenienza dei turisti: in generale, si può affermare che il turismo locale e "di prossimità" genera un volume di consumi, in rapporto alla dimensione dei flussi, mediamente inferiore rispetto al turismo che si svolge su distanze maggiori; ciò non tanto per motivi di reddito, quanto piuttosto per una "familiarità" di questa domanda con l'offerta territoriale.

E' indubbio, quindi, che la Basilicata sia penalizzata – sul piano della spesa – dall'elevata incidenza dei flussi turistici generati all'interno della stessa regione e da quelle vicine, nonché dalla modesta presenza del turismo estero (cfr. cap. 2).

E' del tutto evidente, infine, che la spesa turistica è condizionata anche dalle opportunità che un territorio offre: un'offerta debole e poco articolata, in termini di servizi complementari, tenderà inevitabilmente a ridurre le occasioni di attività e, quindi, di spesa. In Basilicata vi è certamente un problema di questo tipo, come segnalato dalla più elevata incidenza media del comparto degli "alberghi e ristoranti" all'interno dell'industria dei viaggi e del turismo, "a scapito" quindi di altre attività e servizi complementari (cfr. parag. 1.3.4).

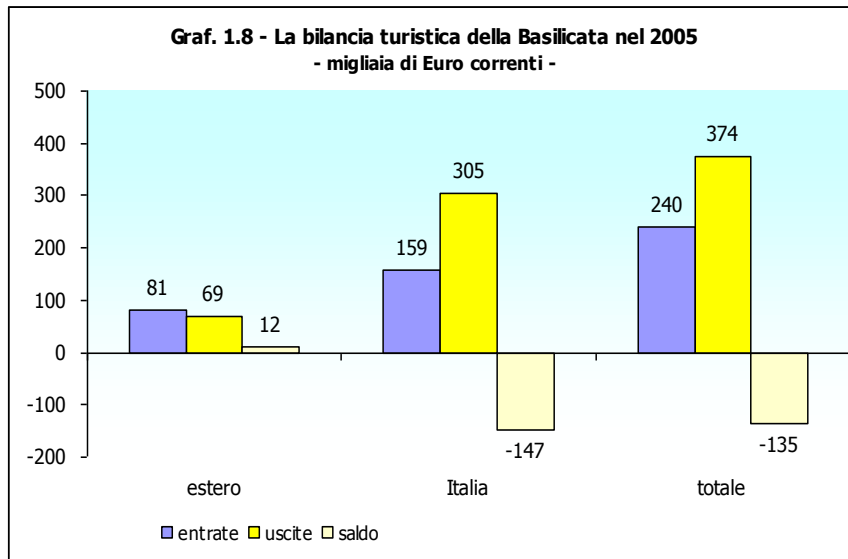
La tab. 1.6 suggerisce un'ultima osservazione: la minore concentrazione di spesa in rapporto alla concentrazione di presenze in Basilicata è imputabile essenzialmente al turismo italiano: allo 0,8% di presenze di italiani sul totale nazionale, infatti, corrisponde lo 0,4% della spesa, mentre allo 0,1% di presenze straniere corrisponde un'incidenza in termini di spesa dello 0,3%. In altri termini, la propensione alla spesa dei turisti stranieri in regione appare superiore alla media, mentre quella dei turisti italiani è decisamente inferiore.

1.3.2 LA BILANCIA TURISTICA REGIONALE

I dati del modello Ciset consentono di valutare la spesa turistica non soltanto dal lato della destinazione (come si è fatto finora), ma anche dal lato dell'origine della domanda; è possibile, in tal modo, costruire una bilancia turistica regionale attraverso il confronto tra i consumi turistici effettuati dai lucani fuori regione (in Italia e all'estero), che possono essere assimilati alle importazioni di beni e servizi, e i consumi turistici effettuati in Basilicata dai non residenti (italiani e stranieri), assimilabili alle esportazioni¹⁴.

Nel 2005, la bilancia turistica lucana presentava un saldo negativo pari a 135 milioni di Euro; in altri termini, i lucani hanno speso per le loro vacanze fuori regione 135 milioni di Euro in più rispetto a quanto i turisti italiani e stranieri hanno speso, nel medesimo anno, in Basilicata (cfr. graf. 1.8). Il *deficit* è interamente imputabile al mercato domestico (-147 milioni di Euro), mentre quello estero ha fatto registrare un lieve *attivo*, pari a 12 milioni di Euro.

¹⁴ La differenza rispetto all'import/export di beni e servizi consiste nel fatto che, nel caso del turismo, sono gli acquirenti anziché le merci a viaggiare.



n.b. : entrate = spesa turistica in Basilicata dei non residenti
uscite = spesa turistica dei lucani fuori regione

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Tra le regioni con saldo negativo della bilancia turistica si distinguono – per l'entità del *deficit* – la Lombardia e il Piemonte, dove la più elevata propensione alla spesa turistica fuori regione dei residenti riflette sia la maggiore disponibilità di reddito pro-capite, che caratterizza le aree economicamente più sviluppate, sia le caratteristiche dell'offerta turistica locale (in termini di risorse/attrattive), che possono favorire la scelta di destinazioni extra-regionali.

Tab. 1.7 - La bilancia turistica delle regioni italiane nel 2005
- milioni di Euro correnti -

	spesa in regione dei non residenti	spesa residenti fuori regione	saldo
Trentino Alto Adige	6.148	1.618	4.529
Toscana	7.220	2.802	4.419
Veneto	7.813	4.400	3.413
Emilia Romagna	7.061	4.488	2.574
Liguria	3.664	2.053	1.611
Sicilia	2.294	1.352	942
Sardegna	1.658	749	909
Valle d'Aosta	883	257	627
Friuli	1.861	1.257	604
Puglia	1.941	1.392	549
Abruzzo	1.316	787	529
Lazio	6.741	6.213	527
Calabria	961	562	399
Marche	1.926	1.538	388
Umbria	1.072	1.158	-86
Molise	112	209	-96
Basilicata	240	374	-135
Campania	3.164	3.422	-257
Piemonte	2.338	5.632	-3.294
Lombardia	7.182	14.223	-7.041

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Per la Basilicata e il Molise, invece, la spiegazione del saldo negativo va ricercata, soprattutto, nella minore attrazione turistica che queste aree esercitano sui mercati extra-regionali, piuttosto che per un significativa propensione alla spesa turistica dei residenti fuori regione ¹⁵.

A tale proposito, va comunque osservato che il fattore dimensionale gioca, di per sé, un ruolo rilevante nell'attrarre flussi turistici; è ampiamente riconosciuto, infatti, che le regioni di maggiori dimensioni sviluppano una capacità attrattiva superiore alle regioni più piccole, a prescindere dal loro grado di turisticità. Inoltre, più piccole sono le dimensioni di un'area, più elevata è la propensione dei residenti a fare turismo altrove ¹⁶.

Strutturalmente in attivo, infine, è la bilancia turistica in regioni come il Trentino Alto Adige, la Toscana, il Veneto e l'Emilia Romagna, che compensano una comunque elevata propensione dei residenti alla vacanza fuori regione con una forte capacità di attrazione sia sul mercato internazionale che domestico.

1.3.3 LE TENDENZE DELLA SPESA TURISTICA NEL TRIENNIO 2003-2005

Pur con le dovute cautele, suggerite dalla natura dei dati analizzati e dal fatto che in realtà territoriali di piccole dimensioni, come la Basilicata, i margini di errore delle stime campionarie tendono ad essere amplificati, è possibile tentare qualche valutazione dei trend della spesa turistica nel periodo 2003-2005, per il quale si dispone di una serie dati relativamente omogenea.

Nel corso del triennio, la spesa complessiva – in termini nominali – è cresciuta in Basilicata ad un ritmo decisamente elevato e pari al 10,6% in media per anno, contro il 3,1% del Mezzogiorno e l'1,9% soltanto dell'Italia.

Tab. 1.8 - La spesa turistica nel periodo 2003-2005
- v.a. in milioni di Euro e var. % media annua -

	Basilicata			Sud	Italia
	2003	2005	var. %	var. %	var. %
totale spesa turistica	266	323	10,6	3,1	1,9
- spesa degli italiani	232	242	2,1	3,2	1,8
residenti	79	83	2,4	4,3	2,3
altre regioni	153	159	1,9	1,9	1,5
- spesa degli stranieri	34	81	69,0	2,7	2,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Tale crescita è stata largamente determinata dalla componente straniera, la cui spesa è più che raddoppiata (da 34 a 81 milioni di Euro). Va osservato, tuttavia, che il dato relativo ai consumi effettuati da questa componente (stimato dal Ciset sulla base dei risultati dell'indagine sul turismo internazionale realizzata dalla Banca d'Italia) è

¹⁵ Tale propensione può essere misurata rapportando l'ammontare complessivo della spesa turistica alla popolazione residente: nelle due regioni meridionali, l'indice si attesta intorno ai 650 Euro, mentre in Lombardia e Piemonte supera ampiamente i 1.200 Euro.

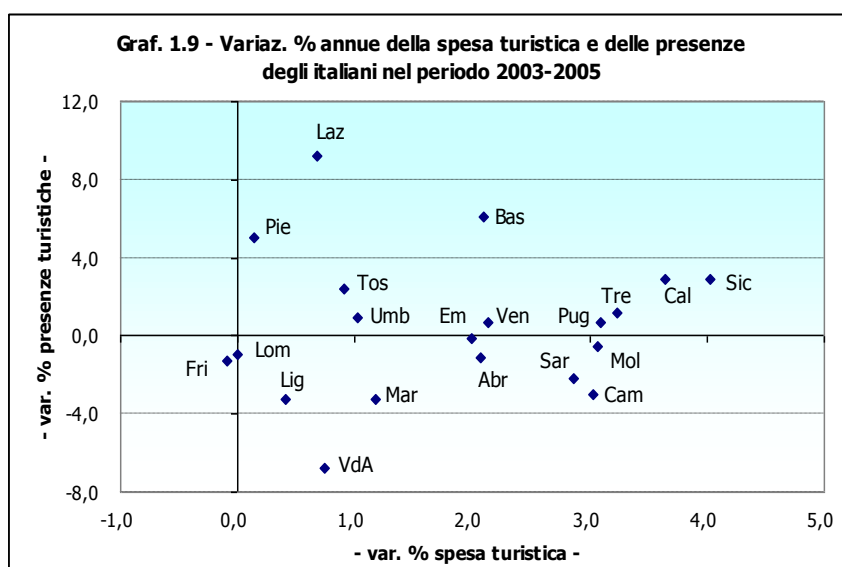
¹⁶ Da questo punto di vista, è significativo che, sia in Basilicata che in Molise, la spesa media per abitante per consumi turistici fuori regione sia superiore a quella di tutte le altre regioni meridionali.

soggetto ad una forte variabilità che, in molti casi, riflette non già gli andamenti reali ma piuttosto la diversa significatività statistica delle informazioni raccolte ogni anno sui viaggiatori stranieri nella regione; da questo punto di vista, si può ritenere certamente sovrastimato il dato del 2005 (non a caso, solo due anni più tardi – nel 2007 – la spesa risultava più che dimezzata).

Con riferimento al turismo domestico, invece, la crescita della spesa è stata del +2,1%, un valore di poco superiore alla media nazionale (+1,8%), ma nettamente inferiore a quella meridionale (+3,2%).

L'incremento più consistente dei consumi turistici si è registrato nell'ambito del turismo interno alla regione (+2,4%), secondo una tendenza riscontrabile anche nel resto del Paese (in misura più accentuata nel Mezzogiorno) e spiegabile sia con le dinamiche motivazionali della domanda (crescita della plurivacanza e dei soggiorni brevi), sia con l'incertezza e l'instabilità che hanno caratterizzato – in questi anni – lo scenario economico e geopolitico complessivo.

Il graf. 1.9 mette a confronto la dinamica della spesa e quella delle presenze turistiche nelle diverse regioni, limitatamente al turismo domestico, così da annullare – nel caso della Basilicata – gli effetti distorsivi determinati dall'elevata variabilità del dato relativo alla spesa dei turisti stranieri.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset e ISTAT

Nel periodo considerato, il buon andamento dei flussi turistici (+6,1% la variazione media annua delle presenze italiane ¹⁷) si è tradotto in *performance* economiche positive, ma di intensità molto meno marcata (+2,1%). In molte altre regioni (e, tra queste, quasi tutte quelle meridionali), la dinamica della spesa turistica è risultata, invece, assai più sostenuta, nonostante una crescita relativamente modesta delle presenze, e addirittura negativa in alcuni casi.

Si può ritenere, quindi, che la Basilicata non sia riuscita ad intercettare – sul mercato domestico – una domanda con una più elevata propensione alla spesa, cosicché quest'ultima ha continuato a rimanere molto bassa rispetto alle altre regioni.

¹⁷ Si tratta del tasso di crescita più elevato, a livello nazionale, dopo quello registrato dal Lazio.

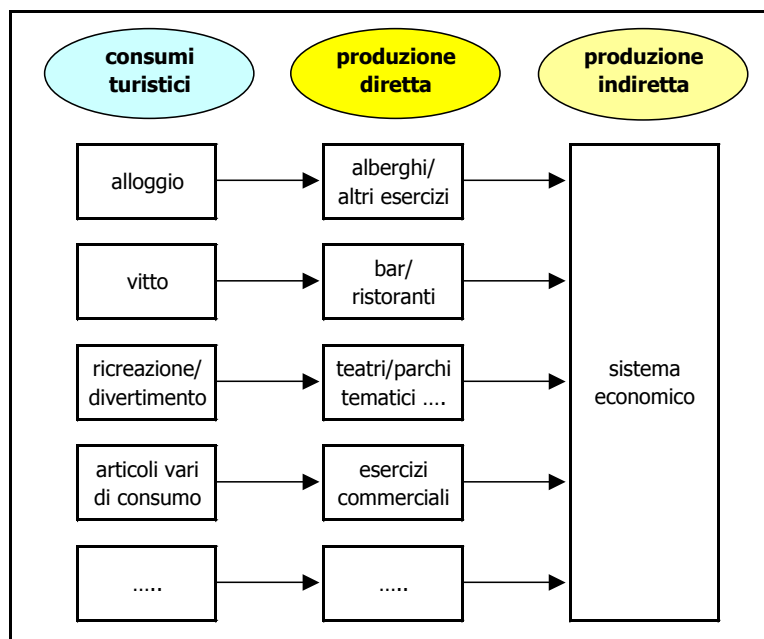
1.3.4 IL VALORE AGGIUNTO GENERATO DALLA SPESA TURISTICA

Come accennato in precedenza, la stima dei consumi turistici consente di giungere ad una stima della produzione turistica e, quindi, del valore aggiunto attivato direttamente e indirettamente dalla spesa. Ciò avviene traducendo, innanzitutto, le diverse voci che compongono il paniere di spesa dei turisti (vitto, alloggio, trasporti, ricreazione, ...) in termini di settori produttivi e fornitori dei beni e servizi oggetto del consumo turistico.

A ciascuno di questi settori viene imputata, quindi, la quota di produzione determinata dalla spesa turistica (il valore di tale produzione è, per definizione, uguale al valore dei consumi). Il passaggio successivo consiste nello stimare, attraverso l'applicazione di modelli input-output ¹⁸, la produzione che viene attivata da questi settori produttivi per l'acquisto di beni e servizi intermedi, che costituisce il valore aggiunto indiretto determinato dalla spesa turistica. Si perviene, in tal modo, a delimitare – dal punto di vista economico – l'“industria dei viaggi e del turismo”, secondo la definizione adottata dal WTO (l'Organizzazione Mondiale per il Turismo), che assume i turisti e i loro consumi come fattori di identificazione dell'industria stessa e dei suoi livelli di attivazione.

Lo schema seguente sintetizza il percorso logico appena descritto:

Prospetto 2
Dai consumi turistici al valore aggiunto diretto e indiretto dell'“industria dei viaggi e del turismo”



Fonte: ns. elaborazione

¹⁸ Tali modelli consentono, in particolare, di misurare i legami produttivi esistenti tra le diverse attività di un sistema economico.

Il valore aggiunto attivato, in via diretta e indiretta, dai consumi turistici ha raggiunto in Basilicata la cifra di 341 milioni di Euro nel 2005. Si può subito osservare come il valore aggiunto così stimato superi di circa il 15% il reddito prodotto dal comparto "alberghi e ristoranti", pari – come visto – a 297 milioni di Euro nel medesimo anno (cfr. tab. 1.9). Anche assumendo che l'intero valore aggiunto di questo settore sia imputabile al turismo (ciò, evidentemente, non è vero per le attività di ristorazione, che si rivolgono anche ad una utenza non turistica), resterebbero comunque 44 milioni di Euro generati nel resto dell'economia, a conferma del carattere trasversale dell'attività turistica e della sua elevata capacità di attivazione.

Rispetto al Mezzogiorno e all'Italia, la Basilicata evidenzia tuttavia un peso decisamente più elevato del valore aggiunto di "alberghi e ristoranti" sul valore aggiunto turistico complessivo; da ciò si può dedurre che il sistema turistico lucano è ancora fortemente incentrato sulle attività ricettive e di ristorazione, essendo evidentemente meno diffuse le altre componenti, cosicché i consumi turistici tendono a concentrarsi in misura maggiore in questi servizi.

Tab. 1.9 - Valore aggiunto dell'industria "viaggi e turismo" e del settore "alberghi e ristoranti" - milioni di Euro correnti (2005) -

	industria "viaggi e turismo" (a)	"alberghi e ristoranti" (b)	(a)/(b)
Basilicata	341	297	114,7
Mezzogiorno	16.766	10.648	157,5
Italia	69.861	48.416	144,3

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset e ISTAT

La rilevanza economica dell'"industria dei viaggi e del turismo" può essere meglio apprezzata se messa a confronto con quella delle principali attività economiche della regione (cfr. tab. 1.10).

Tab. 1.10 - Peso del valore aggiunto turistico su alcuni comparti rilevanti dell'economia lucana

	milioni di Euro (a)	%
Industria "viaggi e turismo"	341	
Agricoltura	496	68,8
Industria delle costruzioni	819	41,6
Industria alimentare	193	176,4
Industria meccanica	526	64,8
Commercio	938	36,4
Alberghi e ristoranti	297	114,7

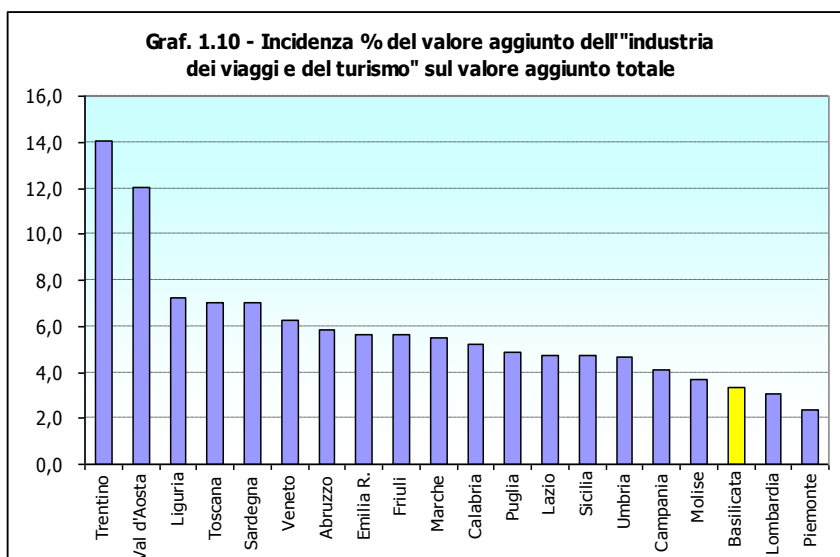
(a) valori correnti

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset e ISTAT

Il valore aggiunto turistico è pari, ad esempio, al 69% di quello prodotto dall'intero settore agricolo ed al 42% di quello realizzato dall'industria delle costruzioni; mentre è superiore del 76% al reddito prodotto dall'industria alimentare.

In rapporto al valore aggiunto dell'intera economia, invece, la sua incidenza raggiunge il 3,3%, contro una media meridionale del 5,0% e nazionale del 5,1%. Gli scostamenti dai valori registrati nel resto del Paese sono, in questo caso, molto più ampi rispetto a quelli relativi alla quota di valore aggiunto del solo comparto "alberghi e ristoranti", a conferma del fatto che, in Basilicata, gli altri servizi turistici hanno una minore diffusione e i consumi turistici attivano meno valore aggiunto nelle attività diverse dalla ricettività e ristorazione.

In effetti, rispetto alla graduatoria regionale costruita sulla base dell'incidenza del reddito prodotto da "alberghi e ristoranti" (cfr. graf. 1.1), quella riferita all'"industria dei viaggi e del turismo" (graf. 1.10) mostra un significativo arretramento della Basilicata, che si colloca al terz'ultimo posto prima di Lombardia e Piemonte, con distacchi significativi dalle altre regioni meridionali.

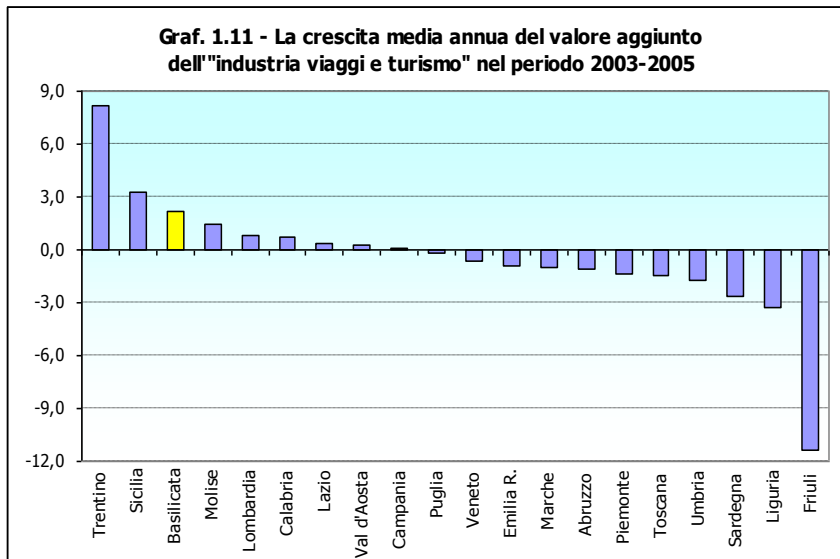


Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Nel triennio 2003-2005, la crescita nominale del valore aggiunto turistico prodotto nella regione è risultata, comunque, tra le più elevate a livello nazionale (+2,2% in media per anno); soltanto il Trentino Alto Adige e la Sicilia, infatti, hanno conseguito migliori *performance*, in un contesto generale caratterizzato, peraltro, da una certa prevalenza di trend stazionari e di segno negativo (cfr. graf. 1.11).

Va sottolineata, tuttavia, la circostanza che la dinamica del valore aggiunto è stata molto inferiore a quella rilevata per la spesa (+10,6%)¹⁹, e ciò fa ritenere che la regione abbia incontrato difficoltà nel trattenere i benefici economici generati dall'espansione dell'attività turistica nel periodo considerato.

¹⁹ Ma sull'incremento di quest'ultima ha pesato certamente una sovrastima della crescita dei consumi dei turisti stranieri, come accennato in precedenza.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

1.3.5 LA TRASMISSIONE DEGLI EFFETTI ECONOMICI TRA LE REGIONI

Il turismo si caratterizza come un fenomeno essenzialmente locale, nel senso che il flusso di turisti è attratto specificatamente da una particolare destinazione.

Dal punto di vista economico, tuttavia, il fatto che i consumi turistici siano localizzati in una determinata area non significa che gli effetti di produzione che essi attivano rimangano di carattere strettamente locale; in altri termini, molti beni e servizi che concorrono a soddisfare, in una data regione, i consumi turistici che in essa si manifestano sono prodotti al di fuori di quella regione.

Riferendoci al Prospetto 3, se la produzione diretta rimane in regione perché coinvolge i settori che vendono direttamente al turista (e il turista acquista in loco, evidentemente, i beni e servizi che consuma), la produzione indiretta, attivata dagli acquisti di beni e servizi intermedi da parte di questi settori, può essere realizzata anche in sistemi produttivi extra-regionali.

Il ricorso a beni e servizi prodotti in altre regioni mette in moto una serie di processi di attivazione del reddito all'interno dei sistemi produttivi di quelle regioni che beneficeranno, quindi, di una spesa turistica effettuata altrove.

Il Prospetto 3 sintetizza, per la Basilicata, l'intero processo di attivazione di valore aggiunto turistico legato alla spesa turistica effettuata in regione e all'interscambio regionale.

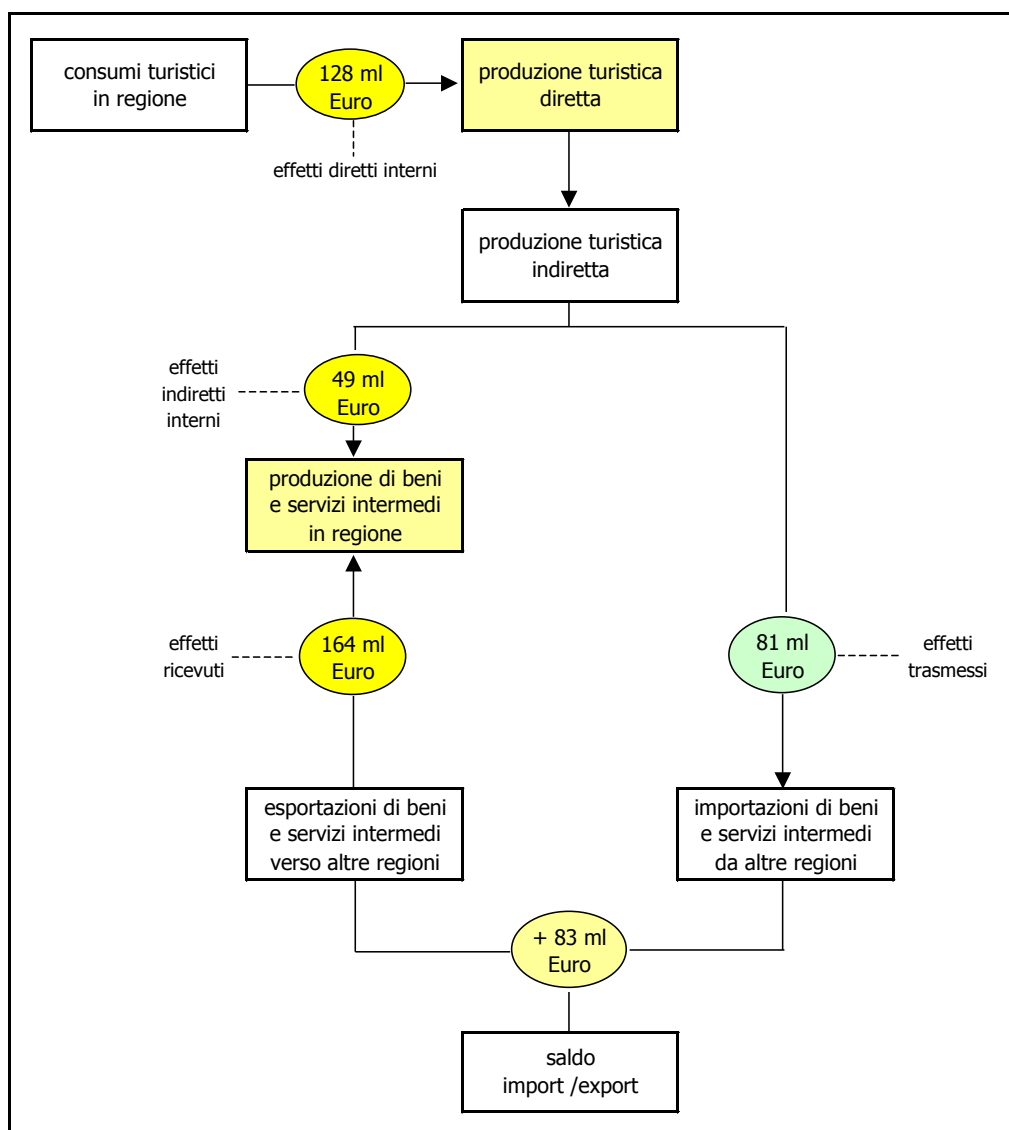
I consumi turistici in Basilicata hanno attivato – nel 2005 – una produzione diretta di beni e servizi a livello locale pari a 128 milioni di Euro (effetti diretti interni); degli effetti indiretti generati da questa produzione, 49 milioni di Euro sono rimasti in regione (effetti indiretti interni), mentre 81 milioni si sono tradotti in reddito per imprese extra-regionali (effetti trasmessi): tale flusso è assimilabile alle importazioni e misura la "dispersione" di valore aggiunto.

Nel contempo, i consumi turistici effettuati in altre regioni, sulla base dello stesso meccanismo, hanno generato una domanda di beni e servizi intermedi verso il sistema produttivo lucano pari a 164 milioni di Euro (effetti ricevuti): tale flusso è assimilabile alle esportazioni. Il saldo tra gli effetti ricevuti e quelli trasmessi è risultato, quindi, positivo e pari a 83 milioni di Euro.

In conclusione, dei 341 milioni di Euro di valore aggiunto turistico complessivo della Basilicata, 177 sono stati generati dalla spesa turistica effettuata nella regione stessa (128 milioni per effetti diretti e 49 milioni per effetti indiretti)²⁰ ed i restanti 164 dalla spesa turistica effettuata in altre regioni.

Prospetto 3

L'attivazione di valore aggiunto turistico in Basilicata nel 2005



Fonte: ns. elaborazione

²⁰ Considerato un ammontare di spesa turistica in Basilicata pari a 323 milioni di Euro nel 2005, ne risulta che, per ogni Euro di spesa, si generano – nella regione – 0,55 centesimi di valore aggiunto.

Al fine di facilitare l'interpretazione di questi dati, nella tab. 1.11 sono riassunte, per ciascuna delle venti regioni, l'entità degli effetti di valore aggiunto interni, ricevuti e trasmessi; mentre nella tab. 1.12 sono riportati due indicatori sintetici: l'incidenza percentuale degli effetti trasmessi sugli effetti interni (che misura la dispersione di valore aggiunto verso altre regioni) e la percentuale degli effetti ricevuti sul totale del valore aggiunto turistico (che misura l'attivazione di valore aggiunto da altre regioni).

Tab. 1.11 - Valore aggiunto turistico: effetti interni, ricevuti e trasmessi
- milioni di Euro correnti (2005) -

	tot. v.a. turistico (a)+(b)-(c)	effetti interni (a)	effetti ricevuti (b)	effetti trasmessi (c)	saldo (b)-(c)
Lombardia	8.873	6.088	2.785	978	1.807
Piemonte	2.902	1.890	1.012	413	600
Emilia Romagna	7.205	5.583	1.622	1.518	103
Umbria	916	592	325	226	99
Basilicata	341	177	164	81	83
Molise	237	117	120	54	67
Friuli Venezia Giulia	1.936	1.470	466	429	36
Marche	1.949	1.477	472	458	14
Abruzzo	1.606	1.217	389	380	9
Veneto	7.971	6.552	1.419	1.489	-70
Sardegna	2.192	1.871	322	407	-85
Lazio	6.666	5.495	1.171	1.274	-103
Liguria	3.087	2.596	490	644	-154
Calabria	1.619	1.319	300	459	-159
Campania	3.629	3.081	548	713	-165
Valle d'Aosta	502	440	62	250	-187
Puglia	3.209	2.739	470	680	-209
Sicilia	3.932	3.504	428	860	-432
Toscana	6.709	5.647	1.063	1.504	-441
Trentino Alto Adige	4.380	3.857	523	1.335	-812

(a) effetto interno: v.a. generato nella regione dalla spesa turistica effettuata nella regione stessa

(b) effetto ricevuto: v.a. generato nella regione dalla spesa turistica effettuata in tutte le altre regioni

(c) effetto trasmesso: v.a. generato altrove dalla spesa turistica effettuata nella regione stessa

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

L'entità degli effetti ricevuti e degli effetti trasmessi in ciascuna regione dipende essenzialmente dalla combinazione di tre fattori:

- la forza dell'apparato produttivo regionale,
- l'ammontare della spesa turistica effettuata nella regione,
- le dimensioni territoriali della regione.

Le regioni che presentano il saldo attivo più elevato tra effetti ricevuti ed effetti trasmessi sono la Lombardia e il Piemonte, vale a dire regioni poco turistiche ma economicamente forti, per cui diffondono pochi effetti all'esterno ma traggono elevati benefici dalla spesa turistica effettuata altrove: gli indici di dispersione di valore aggiunto, infatti, sono tra i più bassi mentre molto superiore alla media è la quota di valore aggiunto attivato da altre regioni (compresa tra il 30 e il 35%) (cfr. tab. 1.12).

Tra le regioni con saldo attivo vi è poi l'Emilia Romagna che, oltre a vantare un sistema produttivo evoluto, registra anche una forte concentrazione di consumi turistici. Regioni molto turistiche ed economicamente forti possono essere considerate anche il Veneto e la Toscana; in questo caso, tuttavia, gli effetti trasmessi prevalgono su quelli ricevuti (entrambi, peraltro, di entità assoluta molto elevata).

Saldi negativi caratterizzano poi le regioni a più forte specializzazione turistica, come il Trentino e la Valle d'Aosta, e gran parte dell'area meridionale: per le prime, la prevalenza degli effetti di dispersione è legata essenzialmente all'elevato ammontare di consumi turistici che tende ad attivare un sistema produttivo molto più ampio di quello locale (peraltro, limitato dal punto di vista dimensionale); nel caso del Mezzogiorno assume, invece, una maggiore importanza la debolezza dell'apparato produttivo delle singole regioni.

Tab. 1.12 - Dispersione di valore aggiunto verso altre regioni e quote di valore aggiunto attivato da altre regioni
- valori % -

quota di valore aggiunto attivato da altre regioni (a)		dispersione di valore aggiunto verso altre regioni (b)	
Molise	50,8	Valle d'Aosta	49,7
Basilicata	48,1	Trentino Alto Adige	30,5
Umbria	35,4	Calabria	28,4
Piemonte	34,9	Umbria	24,6
Lombardia	31,4	Basilicata	23,8
Abruzzo	24,2	Abruzzo	23,7
Marche	24,2	Marche	23,5
Friuli	24,1	Molise	22,6
Emilia Romagna	22,5	Toscana	22,4
Calabria	18,6	Friuli	22,2
Veneto	17,8	Sicilia	21,9
Lazio	17,6	Puglia	21,2
Liguria	15,9	Emilia Romagna	21,1
Toscana	15,8	Liguria	20,9
Campania	15,1	Campania	19,7
Sardegna	14,7	Lazio	19,1
Puglia	14,7	Veneto	18,7
Valle d'Aosta	12,4	Sardegna	18,6
Trentino Alto Adige	11,9	Piemonte	14,2
Sicilia	10,9	Lombardia	11,0

(a) % effetti ricevuti su totale valore aggiunto turistico

(b) % effetti trasmessi su totale effetti interni

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

E' possibile, a questo punto, interpretare il dato della Basilicata che fa registrare (insieme al Molise) i più elevati tassi di attivazione dall'esterno (il 48,1% dell'intero valore aggiunto turistico registrato nella regione deriva, infatti, dalla spesa turistica effettuata in altre regioni), ma anche tassi di dispersione superiori alla media, con un saldo tra effetti ricevuti e trasmessi comunque positivo e pari a 83 milioni di Euro nel 2005.

A differenza di regioni come il Piemonte e la Lombardia (che, come visto, proprio in virtù della forza del loro apparato produttivo traggono i maggiori benefici dalla spesa turistica effettuata altrove), l'elevata quota di valore aggiunto attivato dall'esterno in Basilicata riflette essenzialmente l'esiguità del reddito prodotto dalla domanda turistica nella regione, per cui gli effetti ricevuti (pur di entità assoluta modesta) tendono ad avere un impatto significativo sul valore aggiunto complessivo.

Gli effetti di dispersione invece – a differenza di regioni come la Val d’Aosta, il Trentino Alto Adige e l’Umbria, che precedono la Basilicata nella graduatoria dell’indice – sono determinati non tanto dalla variabile dimensionale, quanto piuttosto da una relativa debolezza dell’apparato produttivo regionale e da un minor grado di coinvolgimento dello stesso nelle attività turistiche.

A completamento dell’analisi finora svolta, nella tab. 1.13 si riportano i flussi di valore aggiunto (originati dalla spesa turistica) attivati in Basilicata dalle altre regioni e trasmessi dalla Basilicata verso le altre regioni. Così, ad esempio, dei 164 milioni di Euro di valore aggiunto attivati nella regione dai consumi turistici effettuati nel resto del Paese, il 14,4% “proviene” dalla Puglia; mentre degli 81 milioni di Euro di valore aggiunto determinato dai consumi turistici effettuati in Basilicata ma prodotto altrove, il 14,5% è imputabile alla Lombardia.

Tab. 1.13 - Effetti di valore aggiunto ricevuti e trasmessi dalla Basilicata (quote % per regioni)

valore aggiunto attivato in Basilicata da altre regioni		valore aggiunto trasmesso dalla Basilicata verso altre regioni	
Puglia	14,4	Lombardia	14,5
Lazio	12,7	Lazio	12,9
Campania	12,0	Puglia	12,2
Sicilia	8,1	Campania	11,3
Toscana	7,7	Emilia Romagna	7,3
Emilia Romagna	7,0	Veneto	6,7
Trentino Alto Adige	6,2	Toscana	6,0
Veneto	5,9	Piemonte	4,3
Calabria	5,8	Sicilia	4,3
Lombardia	4,4	Calabria	3,6
Marche	3,1	Marche	3,4
Abruzzo	2,9	Abruzzo	3,0
Sardegna	2,3	Sardegna	2,6
Liguria	2,2	Liguria	1,8
Friuli	1,6	Umbria	1,8
Piemonte	1,4	Trentino Alto Adige	1,6
Umbria	1,2	Friuli	1,4
Valle d'Aosta	0,7	Molise	1,2
Molise	0,6	Valle d'Aosta	0,0
totale	100,0		100,0
milioni di Euro	164	milioni di Euro	81

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

Il primo dato generale da rimarcare è la relativamente ampia diffusione territoriale degli effetti ricevuti e trasmessi, che è la diretta conseguenza del carattere fortemente “aperto” delle economie regionali.

E’ interessante poi osservare come – per entrambe le tipologie di effetti – i valori più elevati si registrino con la Puglia, la Campania e il Lazio; il che porterebbe a concludere che l’intensità dei legami commerciali della Basilicata con queste regioni (limitatamente agli scambi legati all’attività turistica) sia decisamente superiore alla media.

Nel caso degli effetti trasmessi, tuttavia, è la Lombardia la regione che trae maggiore beneficio (in termini di produzione indotta) dai consumi turistici effettuati in Basilicata; ciò significa che il sistema di offerta locale tende a concentrare gli acquisti di beni intermedi e di servizi in misura relativamente maggiore in questa regione. La Lombardia, peraltro, è l'unica regione – insieme al Piemonte – nei confronti della quale la Basilicata evidenzia un saldo negativo tra il valore aggiunto ricevuto e quello trasmesso (-4,6 milioni di Euro).

Con riferimento alle tendenze del triennio 2003-2005, si è già osservato che la crescita del valore aggiunto turistico – a livello regionale – è stata inferiore a quella della spesa (rispettivamente, +3,2 e +10,6%, in media per anno), a segnalare la difficoltà del sistema locale di offerta di trattenere i benefici economici legati alla crescita dei consumi turistici. Da questo punto di vista, è emblematico il dato relativo agli effetti di dispersione del valore aggiunto, che sono notevolmente aumentati nel corso del periodo (da 68 a 81 milioni di Euro, pari al +9,5%), a fronte di una tendenziale stazionarietà degli effetti ricevuti (il relativo saldo si è così ridotto, pur permanendo ampiamente positivo).

Va rimarcata, peraltro, anche la significativa crescita dei cosiddetti "effetti interni" (+6,6%) – vale a dire, la parte di produzione turistica realizzata interamente nella regione – a conferma di un sistema di offerta che si sta, comunque, progressivamente adeguando allo sviluppo del mercato.

Tab. 1.14 - Spesa e valore aggiunto generati dal turismo in Basilicata. 2003 e 2005
- valori assoluti in milioni di Euro correnti -

	2003	2005	var. % annua
spesa turistica	266	323	10,6
totale valore aggiunto	321	341	3,2
effetti interni	157	177	6,6
effetti ricevuti (a)	164	164	0,0
effetti trasmessi (b)	68	81	9,5
saldo (a)-(b)	96	83	-6,7

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ciset

1.4 L'INDUSTRIA ALBERGHIERA E LA FILIERA DI PRODUZIONE TURISTICA LOCALE

L'analisi precedente ha evidenziato una certa difficoltà del sistema economico regionale a trattenere il valore aggiunto generato dalla crescita della domanda turistica. Al fine di acquisire elementi di conoscenza su tale fenomeno, è stata realizzata un'indagine diretta su un *panel* di strutture alberghiere lucane di medio-grandi dimensioni.

L'obiettivo dell'indagine, in particolare, è stato quello di verificare quanta parte della spesa in beni e servizi effettuata dagli esercizi alberghieri "attiva" fornitori locali (e, quindi, genera valore aggiunto per l'economia regionale) e quanta, invece, si rivolge a fornitori extra-locali. Considerato che gli effetti di dispersione riguardano tutti i settori economici coinvolti nell'attività turistica e non soltanto il comparto della ricettività alberghiera, che pure concentra in Basilicata una quota elevata di consumi turistici, i risultati dell'indagine non esauriscono certamente la complessità del fenomeno, del quale, tuttavia, offrono un interessante "spaccato".

Dal punto di vista metodologico, l'indagine si è avvalsa di un questionario semi-strutturato che è stato somministrato ai responsabili di 19 strutture alberghiere della regione, selezionate in base al criterio dimensionale, utilizzato come *proxy* dei volumi di acquisto sul mercato.

I risultati conseguiti non hanno alcuna pretesa di rappresentatività dell'intero universo dell'industria alberghiera e vanno letti, pertanto, come "indicatori di massima" del fenomeno indagato.

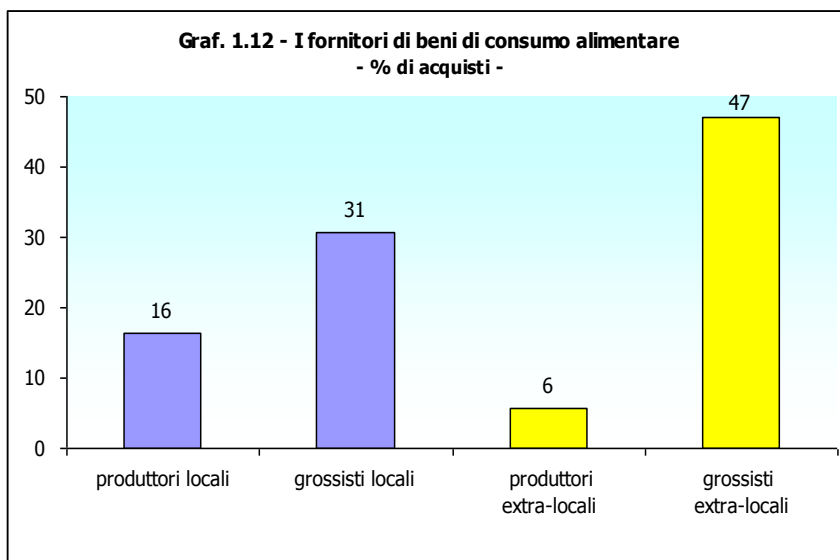
1.4.1 L'INDUSTRIA ALBERGHIERA E IL MERCATO DEI BENI DI CONSUMO

Con riferimento ai beni di consumo (alimentari e non alimentari) che le imprese alberghiere utilizzano nel corso dell'anno, i graf. 1.12 e 1.13 riportano le quote di acquisti effettuate presso fornitori locali (regionali) ed extra-locali (extra-regionali)²¹.

I fornitori sono rappresentati, in realtà, sia dalle imprese di produzione che dagli operatori dell'intermediazione commerciale (grossisti): nel primo caso, la localizzazione del fornitore coincide, evidentemente, con quella della produzione, nel secondo caso, invece, ciò non si verifica necessariamente, dal momento che il grossista locale può commercializzare prodotti di imprese extra-locali (da questo punto di vista, l'unico valore aggiunto che l'economia locale "trattiene" è quello legato all'attività di intermediazione commerciale).

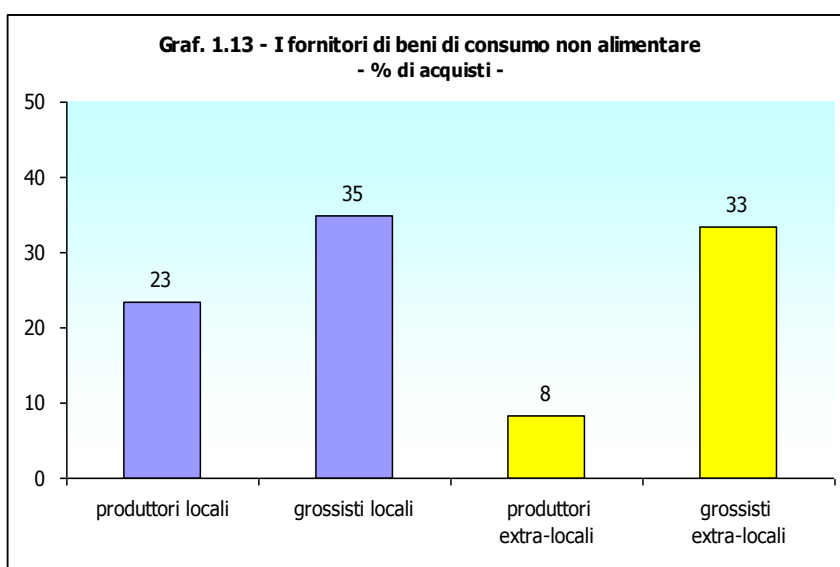
Precisato questo aspetto, si può osservare come, nel caso dei beni di consumo alimentare, la quota di acquisti effettuati presso grossisti extra-locali raggiunga il 47%, mentre la quota realizzata con grossisti locali è pari al 31%; relativamente modesto, quindi, è il ricorso diretto ai produttori, tra i quali assumono comunque una maggiore importanza quelli locali, sui quali si concentra il 16% della spesa complessiva.

²¹ Le percentuali segnalate dagli operatori alberghieri sono state ponderate in base al numero di posti letto delle strutture coinvolte nell'indagine.



Fonte: Indagine diretta

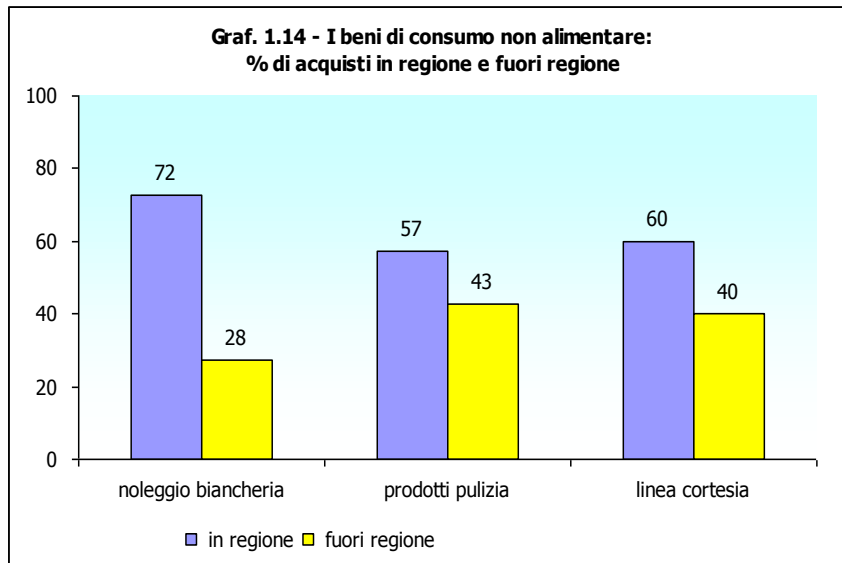
Diverso è il quadro che emerge relativamente agli acquisti dei beni di consumo non alimentare: in questo caso, infatti, si riscontra una certa prevalenza dei fornitori locali, sia a livello di intermediari commerciali (35% degli acquisti) che di produttori (23%).



Fonte: Indagine diretta

Le "voci" di spesa più importanti (nei bilanci aziendali) per questa tipologia di beni riguardano, in particolare, la biancheria²², i prodotti vari per le pulizie e i prodotti della "linea cortesia". Come si può osservare nel graf. 1.14, gli acquisti di questi prodotti avvengono generalmente sul mercato locale, che sembra assumere un "peso" significativo soprattutto per la biancheria.

²² In questo caso, si tratta, in realtà, di servizi di noleggio della biancheria da imprese che assicurano anche il servizio di lavanderia.



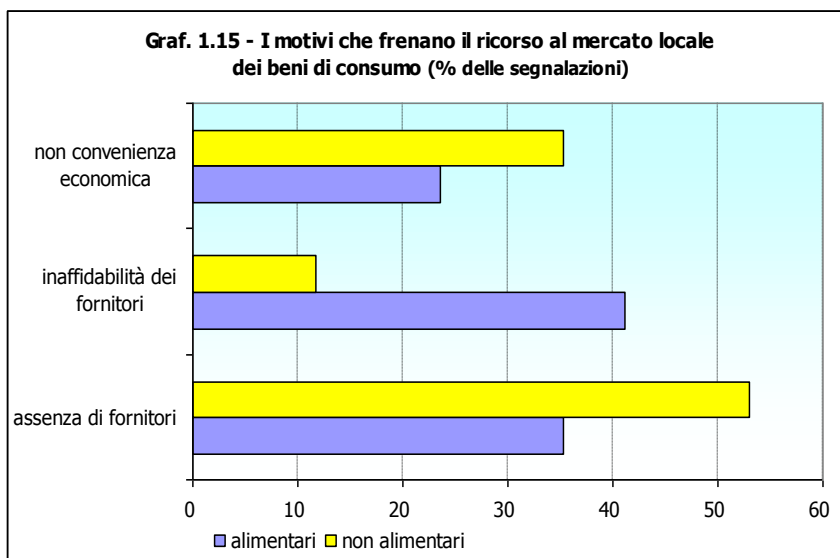
Fonte: Indagine diretta

Di particolare interesse sono le valutazioni fornite dagli operatori alberghieri circa i fattori che impediscono un maggior ricorso al mercato locale. Il primo, in ordine di importanza, è rappresentato dall'assenza/carenza di imprese locali di produzione o intermediazione commerciale (44% delle segnalazioni). Nel 38% dei casi, invece, il problema è riconducibile ad una minore "efficienza" dei fornitori locali, che si traduce in condizioni di acquisto economicamente meno convenienti rispetto a quelle offerte dai fornitori extra-locali. Il restante 18% di segnalazioni riguarda, infine, il problema della scarsa affidabilità delle imprese locali (relativamente a qualità del servizio, tempi di consegna, ...).

Molto diverso è il "peso" attribuito a ciascuno di questi fattori a seconda della tipologia di beni acquistati (cfr. graf. 1.15): per quelli alimentari, in particolare, assume un rilievo maggiore l'"inaffidabilità" dei fornitori locali; mentre per i prodotti non alimentari prevale ampiamente il problema della carenza di imprese locali di produzione/commercializzazione (oltre la metà delle segnalazioni).

Rispetto ad un'analogha indagine condotta nel 2002²³, è interessante sottolineare la significativa riduzione delle segnalazioni in ordine alla carenza di fornitori locali e, per contro, la crescita di quelle relative ai problemi di affidabilità e convenienza economica degli stessi. Ciò fa ritenere che, negli ultimi anni, siano aumentate le imprese locali in grado di supportare la produzione alberghiera attraverso la fornitura di beni di consumo, ma talune inefficienze nella gestione le rendono, in molti casi, meno competitive delle imprese extra-locali.

²³ Cfr. Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), op. cit. .



Fonte: Indagine diretta

1.4.2 L'INDUSTRIA ALBERGHIERA E IL MERCATO DEI SERVIZI

Con riferimento all'acquisto di servizi, l'indagine ha mirato innanzitutto a verificare le modalità di gestione degli stessi da parte delle imprese alberghiere, dal momento che una gestione diretta esclude, evidentemente, il ricorso al mercato.

La situazione si presenta molto variegata (cfr. tab. 1.15): se i servizi di lavanderia sono, in larga misura, affidati ad imprese esterne, quelli di pulizia evidenziano un elevato grado di internalizzazione; tra i servizi specificamente rivolti alla clientela, poi, quelli relativi alle attività di animazione e all'organizzazione di escursioni/tour sono totalmente a gestione esterna, mentre prevale la gestione diretta nel caso dei servizi di convegnistica e sportivi/ricreativi.

Tab. 1.15 - Le modalità di gestione dei servizi nelle aziende alberghiere (valori %)

	gestione diretta	gestione a terzi
lavanderia	17	83
pulizia	89	11
stabilimenti balneari	33	67
impianti sportivi	63	38
servizi di transfer	33	67
animazione	-	100
escursioni/tour	-	100
convegnistica	88	12

Fonte: Indagine diretta

In generale, nel caso dei servizi, il ricorso a fornitori locali è molto più diffuso rispetto a quello rilevato per l'acquisto dei beni di consumo (cfr. tab. 1.16).

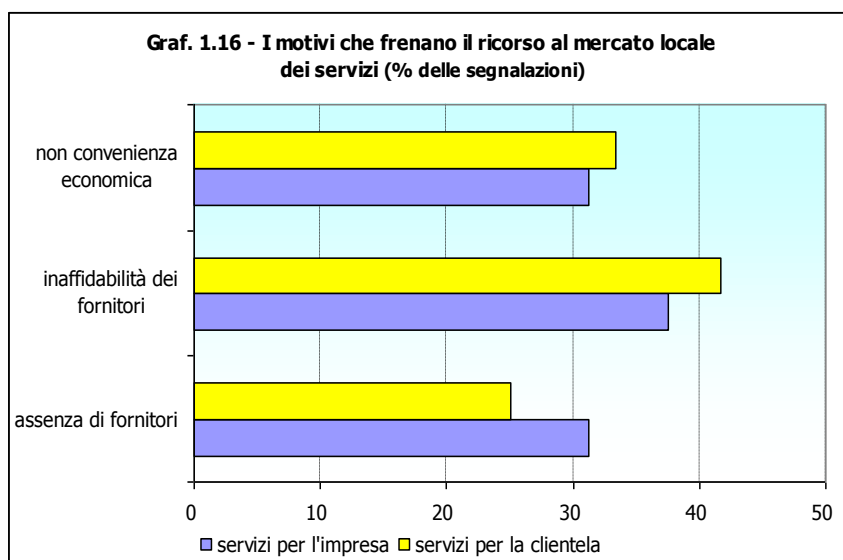
Tra i servizi per l'impresa, in particolare, il ricorso ai mercati extra-regionali è significativo soltanto per le attività di lavanderia industriale e per il marketing e la promozione (ma, in termini di quote d'acquisto, tali mercati non raggiungono il 25%). Nell'ambito dei servizi destinati alla clientela, invece, sono le attività di animazione ad evidenziare un maggior coinvolgimento di imprese extra-locali (49%).

Tab. 1.16 - Quote % di acquisti di servizi da fornitori locali ed extra-locali

	locali	extra locali
servizi per l'impresa		
lavanderia	76	24
pulizia	100	-
manutenzioni	91	9
promozione/mkt	78	22
vigilanza	100	-
servizi per la clientela		
servizi di transfer	95	5
animazione	51	49
escursioni/tour	92	8
convegnistica	96	4
attività ricreative	89	11

Fonte: Indagine diretta

Circa i motivi che tendono a frenare gli acquisti sul mercato regionale dei servizi (cfr. graf. 1.16), il problema principale riguarda la scarsa affidabilità degli operatori locali (39% delle segnalazioni), mentre relativamente basse, e in netto calo rispetto a 5 anni fa, sono le segnalazioni in ordine alla carenza di operatori presenti sul mercato.



Fonte: Indagine diretta

Anche nel settore dei servizi, quindi, l'offerta locale ha mostrato un progressivo adeguamento, almeno sul piano "quantitativo", alla domanda espressa dalle imprese alberghiere; da questo punto di vista, non è un caso che la stessa quota di servizi acquistati in regione sia notevolmente aumentata negli ultimi anni.

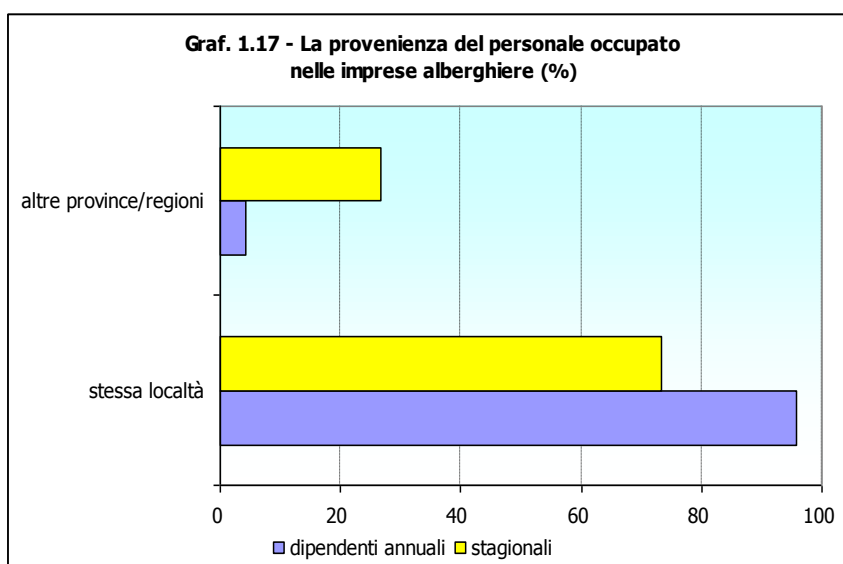
1.4.3 L'INDUSTRIA ALBERGHIERA E IL MERCATO DEL LAVORO

L'indagine ha consentito di acquisire anche alcuni elementi conoscitivi sul rapporto tra le imprese alberghiere e il mercato del lavoro locale ²⁴.

A tale proposito, è emerso che la stragrande maggioranza del personale impiegato nelle aziende risiede nella stessa località nella quale presta la sua attività lavorativa: un dato che segnala, quindi, il significativo e positivo effetto del turismo in termini di occupazione e di opportunità di reddito innanzitutto per la popolazione locale.

In particolare, i lavoratori di origine locale rappresentano il 96% del personale dipendente annuale, mentre incidono per il 73% nell'ambito del personale stagionale che pure presenta, generalmente, un'elevata mobilità territoriale.

Va osservato, inoltre, che il ricorso al mercato del lavoro extra-locale è motivato dalla necessità di acquisire risorse umane con particolari qualifiche e competenze.



Fonte: Indagine diretta

1.4.4 IL RUOLO DELLE FORME AGGREGATIVE NELL'INDUSTRIA ALBERGHIERA

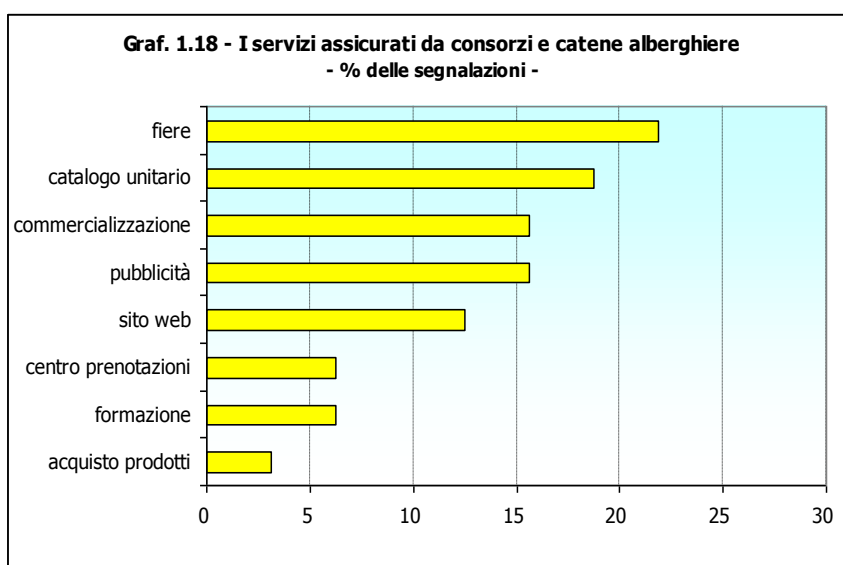
Le forme di aggregazione tra gli operatori della ricettività (consorzi, catene, ...) possono svolgere un ruolo importante nel perseguimento dell'economicità aziendale attraverso, ad esempio, forme di acquisto collettivo di beni e servizi (i risparmi in tal modo conseguibili riducono, evidentemente, gli effetti di dispersione di valore aggiunto quando gli acquisti sono effettuati sui mercati extra-locali).

²⁴ Per un approfondimento delle problematiche relative al rapporto tra imprese alberghiere e mercato del lavoro locale, v. F. Bitetti, *La risorsa umana nel settore turistico della Provincia di Matera*, in Osservatorio dell'Economia materana, n. 2/2003.

Peraltro, la concentrazione della domanda di acquisti, da parte delle imprese alberghiere, potrebbe costituire anche un fattore di stimolo allo sviluppo di un'offerta locale di specifici beni/servizi, creando le condizioni di profittabilità per l'avvio di nuove attività e il potenziamento di quelle esistenti.

Per tali ragioni, l'indagine ha cercato di verificare l'operatività delle forme consortili di appartenenza delle imprese intervistate, individuando le tipologie di attività da esse svolte.

I risultati non si discostano in misura significativa da quelli emersi dall'indagine condotta nel 2002, confermando come la collaborazione tra le imprese si fermi, nella maggior parte dei casi, agli aspetti promozionali (partecipazione a fiere, catalogo unitario, pubblicità) e coinvolga assai poco la gestione aziendale (cfr. graf. 1.17). In particolare, le forme di acquisto collettivo dei prodotti sono quasi del tutto assenti, al pari dei servizi legati alla gestione del personale (formazione, scambio di personale tra le aziende).



Fonte: Indagine diretta

Sebbene si rilevi una crescente consapevolezza, da parte degli operatori, circa l'utilità di forme di collaborazione finalizzate al miglioramento e all'efficienza della gestione aziendale, stenta ad emergere – a questo livello – un'operatività effettiva nelle aggregazioni esistenti.

CONCLUSIONI

Gli aspetti più significativi dell'analisi finora svolta possono essere così sintetizzati:

- la dimensione economica del turismo in Basilicata, misurata attraverso la spesa turistica, è relativamente inferiore alla sua dimensione fisica, espressa in termini di presenze turistiche;
- tale situazione è riconducibile sia alla minore incidenza relativa – nella regione – delle tipologie di turismo caratterizzate da una maggiore propensione alla spesa (turismo d'affari e culturale, turismo straniero), sia alle minori opportunità di spesa che il sistema locale di offerta è in grado di assicurare;
- con riferimento a quest'ultimo aspetto, è significativa la circostanza che, rispetto al resto del Paese, in Basilicata è molto più elevata la quota di spesa turistica nelle attività ricettive e di ristorazione, a conferma indiretta della debolezza/carenza di attività e servizi complementari (si pensi, ad esempio, al caso dei grandi *resort* balneari, che finiscono con il trattenere buona parte della spesa effettuata dalla clientela);
- la relativamente bassa diffusione di consumi turistici nella regione spiega il non elevato contributo del turismo alla produzione di ricchezza regionale: soltanto il 3,3% del Prodotto Interno Lordo della Basilicata è ascrivibile, infatti, alle attività turistiche, contro una media meridionale del 5,0% e nazionale del 5,1%);
- una quota significativa dei benefici economici derivanti dal turismo, peraltro, si "disperde" in altre regioni: tale fenomeno è, in parte, strutturale, poiché la modesta dimensione regionale impone di ricorrere ad un mercato più vasto, ma è attribuibile anche a "vuoti" e carenze nella filiera di produzione turistica locale, come ben evidenziato dai risultati dell'indagine diretta condotta presso le maggiori strutture alberghiere della regione;
- a tale proposito va osservato che l'esistenza di una filiera di produzione turistica non è soltanto un problema di economia territoriale (mantenere nella regione gli effetti economici derivanti dai consumi turistici), ma anche di efficienza dell'intero sistema di offerta: infatti, quanto più l'integrazione delle attività a monte e a valle della produzione turistica in senso stretto si sviluppano in ambito territoriale circoscritto, tanto più si generano interdipendenze stabili ed economie di scala e di agglomerazione che risultano determinanti nel conseguimento di maggiori livelli di efficienza e di competitività;
- le tendenze degli ultimi anni segnalano tassi di crescita della spesa turistica e del valore aggiunto del settore significativamente elevati in Basilicata e superiori alla media meridionale e nazionale;
- nel contesto di *performance* economiche del settore molto positive, vanno richiamati, tuttavia, alcuni aspetti critici che le recenti dinamiche hanno messo in evidenza: in particolare, le difficoltà della regione, da un lato, ad intercettare una domanda con una più elevata propensione alla spesa (sul mercato domestico, la crescita dei consumi turistici è stata molto inferiore a quella delle presenze); dall'altro, a trattenere i benefici economici generati dall'espansione dell'attività turistica, come indicato dal forte aumento degli effetti di dispersione del valore aggiunto;

- gli ultimi anni, tuttavia, sono stati anche un periodo in cui il sistema locale di offerta ha mostrato una crescente capacità di attrezzarsi/organizzarsi per cogliere le opportunità derivanti dallo sviluppo del fenomeno turistico; da questo punto di vista, è certamente significativa la crescita della produzione turistica realizzata interamente nella regione (i cosiddetti "effetti interni" di valore aggiunto);
- in effetti, le stesse dinamiche imprenditoriali, analizzate nel terzo capitolo del Rapporto, documentano un processo di sviluppo di diverse componenti della filiera di produzione locale, prima carenti se non del tutto assenti;
- a questo livello, i problemi riguardano semmai le capacità manageriali all'interno delle imprese che entrano nel mercato turistico, se è vero che uno dei principali fattori che frena il ricorso, da parte delle maggiori strutture alberghiere della regione, a fornitori locali di beni e servizi è la loro scarsa affidabilità e competitività.

CAP. 2

CONSISTENZA E FISIONOMIA DEL FENOMENO TURISTICO

2.1 LA BASILICATA NEL CONTESTO DELLE REGIONI MERIDIONALI

2.1.1 I CARATTERI DELLA DOMANDA

Affrontando l'analisi del fenomeno turistico, occorre innanzitutto tener conto del fatto che la piccola dimensione della Basilicata nel contesto del turismo nazionale (e anche meridionale) la rende maggiormente "sensibile" ai fenomeni congiunturali e perciò più soggetta ad andamenti alterni che rendono più difficile l'interpretazione delle dinamiche evolutive.

L'immagine della Basilicata quale emerge dai principali indicatori del mercato turistico è quella di una regione che, negli ultimi 15-20 anni, ha investito molto nel settore, individuando in esso un'importante leva per favorire lo sviluppo dell'economia regionale, e che oggi è alla ricerca di politiche efficaci per valorizzare quel sistema di accoglienza che ha notevolmente incrementato.

La valutazione complessiva dei risultati conseguiti, in termini di capacità attrattiva, è certamente favorevole, nonostante la forte variabilità delle presenze, tra un anno e l'altro, nel periodo più recente, come si mostrerà in seguito.

La tab. 2.1 sintetizza i principali indicatori della domanda turistica, mettendo a confronto la Basilicata con le altre regioni meridionali; di seguito si riportano le più importanti evidenze.

- La Basilicata rappresenta meno dello 0,5% delle presenze turistiche complessive del Paese e circa il 2,5% di quelle del Mezzogiorno. A fronte di una forza di attrazione decisamente inferiore a quella delle altre regioni del Sud (ad eccezione del Molise), la funzione turistica risulta, tuttavia, abbastanza allineata a quella riscontrabile nell'area: il rapporto tra presenze e popolazione residente, che costituisce una misura indiretta del "peso" di tale funzione, è solo di poco inferiore alla media e supera, comunque, quello della Puglia e del Molise.
- Circa il 70% delle presenze turistiche sono registrate nelle strutture alberghiere: un livello pressoché analogo a quello rilevato all'inizio del decennio. Si tratta di una quota lievemente inferiore alla media delle regioni meridionali (74%), ma superiore a quella della vicina Puglia, che presenta una forte dotazione di campeggi e villaggi, in virtù di una rilevante offerta balneare.
- Le presenze straniere rappresentano soltanto il 10,0% del totale, mentre la maggior parte di quelle italiane provengono da mercati di prossimità. Il livello di internazionalizzazione del turismo regionale è quindi molto basso, sensibilmente inferiore a quello delle altre regioni con caratteristiche simili (Abruzzo, Puglia e Calabria) e addirittura in flessione rispetto a quello registrato nel 2000 (11,1%); ciò significa che le nuove strutture realizzate nell'area metapontina sono state occupate quasi esclusivamente da clienti italiani.

Va osservato, peraltro, che la presenza di turisti stranieri in regione è ben più consistente di quella registrata ufficialmente, dal momento che vi è un flusso significativo di "turisti di ritorno", rappresentato da emigrati che risiedono stabilmente all'estero e che trascorrono periodi di vacanza nei paesi di origine, non pernottando nelle strutture ricettive.

Per avere un'idea del fenomeno, si consideri che – nel 2007 – gli stranieri registrati dalle statistiche ufficiali sono stati circa 190 mila, mentre l'indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia ha stimato circa 680 mila pernottamenti di turisti provenienti dall'estero. Questo fenomeno incide, peraltro, sulla spesa turistica attribuita agli stranieri che in Basilicata (come in altre regioni a forte emigrazione) è sensibilmente più bassa della media (53 Euro pro-capite giornalieri, contro gli 89 dell'Italia).

Tab. 2.1 - Le caratteristiche della domanda turistica (anno 2006)

	Basilicata	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Calabria	Sud	Italia
presenze totali (.000)	1.744	7.450	743	19.146	10.321	8.155	72.663	366.765
% presenze totali su Italia	0,5	2,0	0,2	5,2	2,8	2,2	19,8	100,0
presenze alberghiere (% su totale)	70,6	70,6	67,8	72,8	61,8	80,2	74,1	67,7
presenze stranieri (% su totale)	10,0	13,4	8,0	42,6	14,5	18,1	29,3	42,8
permanenza media totale (gg.)	3,9	4,7	3,7	4,2	4,2	5,5	4,2	3,9
permanenza media alberghiera (gg.)	3,1	3,9	2,9	3,5	3,2	5,0	3,7	3,3
presente totali / 1.000 residenti	2,95	5,69	2,31	3,31	2,54	4,08	3,50	6,20
presente alberghiere / 1.000 residenti	2,08	4,02	1,57	2,41	1,57	3,27	2,60	4,20
incidenza % presenze luglio+agosto	52,0	50,9	46,1	34,3	54,2	58,0	44,7	38,1
variaz. % presenze totali 2000-2006	19,3	18,6	16,1	-7,5	19,3	29,8	8,2	8,6
variaz. % presenze alber. 2000-2006	18,9	11,8	11,3	71,9	30,1	35,4	51,0	6,3
variaz. % presenze stranieri 2000-2006	6,7	10,1	-20,1	-9,9	3,4	67,6	7,1	11,8
spesa media pro-capite giornaliera degli stranieri 2007 (Euro)	53	56	41	102	59	52	74	88

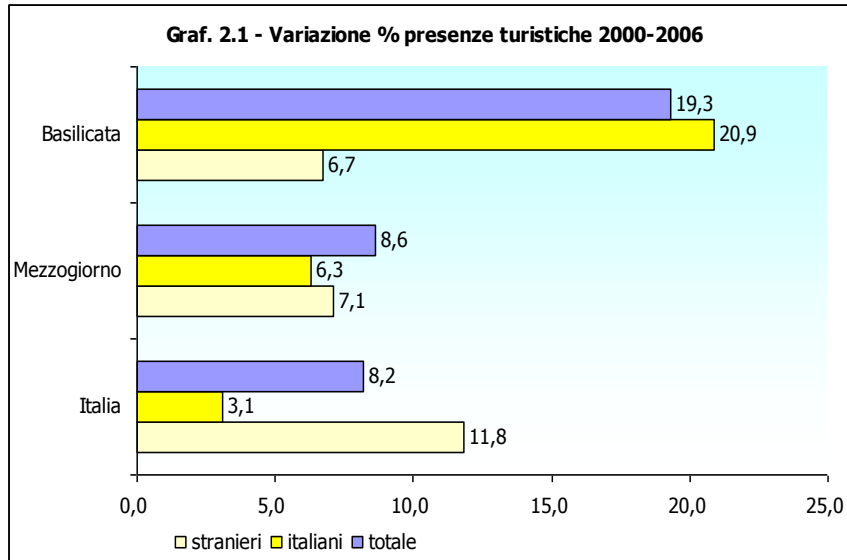
Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

- La durata media del soggiorno (permanenza media) è di poco inferiore a quella delle altre regioni meridionali; ciò può essere attribuito alla maggiore incidenza di un'offerta turistica non balneare (legata, ad esempio, al turismo culturale), che induce un soggiorno più breve. Dal 2000 la permanenza media si è ridotta, secondo una tendenza abbastanza generalizzata.
- La Basilicata soffre di una forte stagionalità dell'attività turistica: il 52% delle presenze sono concentrate, infatti, nei due mesi estivi di luglio e agosto, il che si verifica, in misura anche maggiore, in tutte le regioni a prevalente turismo balneare (Puglia, Calabria, Abruzzo).

Con riferimento alle dinamiche evolutive nel periodo 2000-2006, la Basilicata può vantare un tasso di crescita delle presenze (+19,3%) decisamente superiore sia alla media meridionale (+8,2%) che alla media nazionale (+8,6%). Un risultato, quindi, più che soddisfacente, che evidenzia tuttavia i seguenti aspetti critici:

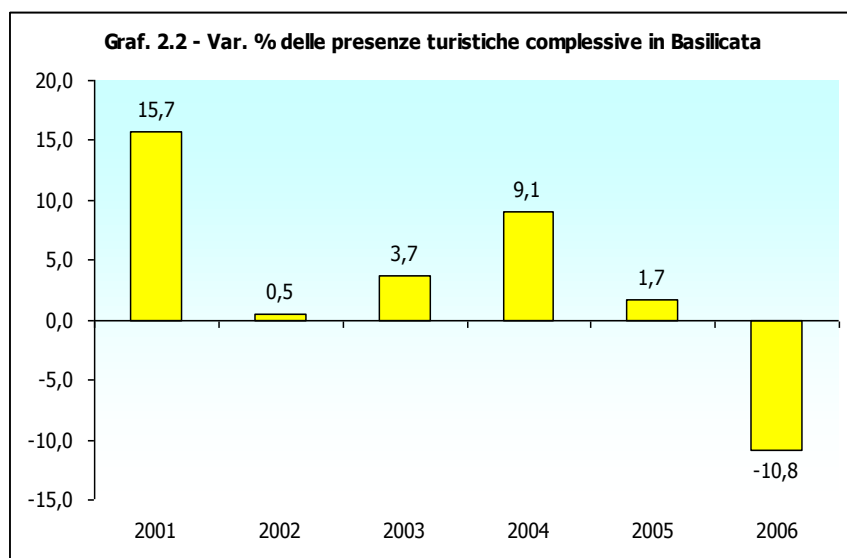
- la crescita è avvenuta quasi esclusivamente per effetto della domanda italiana, aumentata di quasi il 21%, mentre quella straniera si è "fermata" al +6,7%: tendenza – questa – diversa da quella registrata nel resto del Paese, dove l'espansione delle presenze, sebbene di intensità più modesta, è stata conseguenza di una ripresa della componente estera della domanda (cfr. graf. 2.1).

Situazione molto diversificata, invece, all'interno dell'area meridionale: a fronte di alcune regioni (Calabria, Sardegna) che hanno visto un forte incremento di presenze straniere, altre hanno fatto registrare una flessione (Campania) o una stabilità (Puglia). La Basilicata finisce, così, per trovarsi in linea con la media del Sud.



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

- La crescita complessiva del periodo è la risultante di un andamento fortemente altalenante tra un anno e l'altro (cfr. graf. 2.2), a conferma della forte "esposizione" dell'offerta turistica lucana ai fenomeni congiunturali. Va considerato peraltro che, nel decennio precedente, i tassi di incremento delle presenze erano stati particolarmente elevati e che, quindi, un periodo di assestamento era da mettere in conto.



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

- La crescita del movimento turistico, di intensità pressoché analoga all'interno delle due principali componenti dell'offerta ricettiva (alberghiera ed extra-alberghiera), si è concentrata prevalentemente nei mesi di luglio e agosto, con un effetto sull'incremento dell'indice di stagionalità, passato dal 45,7% del 2000 al 52,0% del 2006.

2.1.2 L'OFFERTA E LA SUA EVOLUZIONE

Dal 2000 al 2007 i posti letto in Basilicata sono aumentati di ben il 45%, quelli alberghieri del 54%; se si considera che, nel quinquennio precedente (1995-2000), l'incremento era stato nell'ordine del 55%, si può concludere che, nel giro di poco più di 10 anni, l'offerta ricettiva lucana è pressoché raddoppiata. Ciò documenta chiaramente lo sforzo realizzato per sviluppare un sistema di accoglienza turistica adeguato alle potenzialità della regione. Nello stesso periodo, inoltre, l'incremento delle presenze ha sfiorato il 95%, un'intensità quasi analoga, quindi, a quella dei posti letto; ciò significa che i posti letto aggiuntivi sono stati "saturati" secondo percentuali simili a quelle degli anni precedenti; non vi è stata, cioè, una crescita nella "produttività" dei posti letto.

Il fenomeno merita qualche considerazione ulteriore, supportata dai dati disponibili:

- attualmente, i posti letto alberghieri rappresentano il 58,7% del potenziale ricettivo complessivo, una quota più elevata di quella delle altre regioni meridionali, ivi compresa la Campania, che storicamente fruisce di un turismo non solo più consistente ma anche più "evoluto". Ciò costituisce una buona premessa per l'ulteriore sviluppo turistico della Basilicata, considerato che l'offerta alberghiera è meno condizionata dalle componenti stagionali;
- la crescita dell'offerta ricettiva tra il 2001 e il 2006 (+17,6% l'incremento dei posti letto totali, +26,0% l'incremento dei posti letto alberghieri) è stata molto superiore a quella delle altre regioni del Sud, nonostante la forte espansione già registrata in Basilicata nella seconda metà degli anni '90;
- il problema è costituito da un livello di utilizzo del patrimonio ricettivo strutturalmente basso e in ulteriore riduzione; nel comparto alberghiero, in particolare, il tasso di occupazione lordo dei posti letto (calcolato, quindi, nell'arco dei 12 mesi) è sceso dal 23,4% del 2000 al 16,0% del 2006: un valore – quest'ultimo – nettamente inferiore a quello registrato in tutte le altre regioni meridionali, sebbene sullo stesso abbia inciso il significativo calo di presenze rilevato nell'ultimo anno (in ogni caso, dati così bassi mettono in discussione la stessa sopravvivenza economica delle imprese ricettive più deboli);
- la dimensione media delle strutture alberghiere è più che soddisfacente e pari a circa 82 posti letto per albergo, in linea con il dato meridionale; ciò pone le premesse per una gestione efficiente, grazie alla possibilità di conseguire economie di scala (non si tratta soltanto di alberghi di piccola dimensione, ma di strutture in grado di gestire gruppi e di operare con l'intermediazione organizzata).

Tab. 2.2 - Le caratteristiche dell'offerta ricettiva (anno 2006)

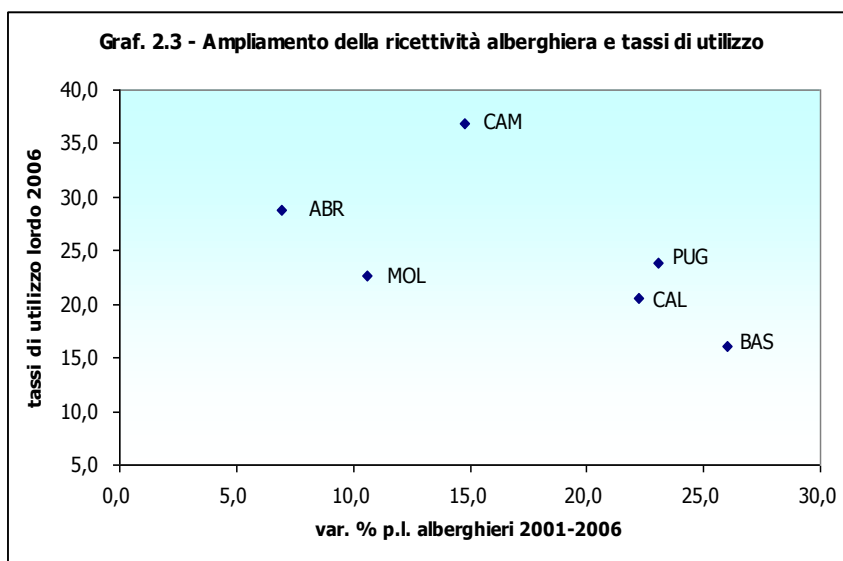
	Basilicata	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Calabria	Sud	Italia
posti letto alberghieri (.000)	21	50	6	103	73	89	545	2.087
% posti letto alberghieri su totale	58,7	48,5	44,9	55,8	35,3	46,4	46,4	49,8
var. % posti letto totali 2001-2006	17,6	8,9	13,1	12,6	13,0	-1,2	13,7	11,8
var. % posti letto alber. 2001-2006	26,0	6,9	10,6	14,8	23,1	22,2	21,1	10,3
posti letto x 1.000 residenti	35,9	38,3	18,6	17,8	18,0	44,4	26,2	35,3
dimensione media alberghiera (a)	82,2	60,6	55,5	62,6	80,2	101,1	81,2	56,6
utilizzo lordo posti letto alberghieri	16,0	28,8	22,7	36,9	23,9	20,6	n.d.	32,6
utilizzo netto posti letto alberghieri	20,9	33,4	24,3	38,7	27,6	28,7	n.d.	40,8

(a) posti letto per esercizio

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

L'insieme dei dati analizzati evidenzia come il problema della Basilicata sia legato al rapporto tra la dimensione della ricettività e il suo effettivo utilizzo; come si può ben osservare nel graf. 2.3, la Basilicata è la regione che ha sperimentato i più elevati tassi di incremento dei posti letto alberghieri, tra il 2001 e il 2006, ma è anche quella con il più basso tasso di utilizzo di questi stessi posti letto.

Se, da un lato, emerge quindi un forte impulso alla crescita delle attività turistiche, dall'altro, si rileva una certa difficoltà nella gestione del patrimonio ricettivo; la piccola dimensione della regione non consente, evidentemente, azioni promozionali e commerciali su larga scala e, proprio per tale ragione, è ad azioni mirate che occorre puntare con maggiore prospettiva di efficacia.



Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

La difficoltà nell'utilizzare in modo adeguato il patrimonio ricettivo alberghiero è comune, peraltro, a tutte le regioni del Sud e deriva anche dalle loro stesse caratteristiche di aree sostanzialmente balneari.

Se si eccettua la Campania, che dispone di risorse in grado di favorire una più ampia stagionalità, le altre regioni mostrano un livello di utilizzo lordo che non raggiunge mai il 30%; inoltre, Calabria, Puglia e Basilicata sono accomunate dal fatto

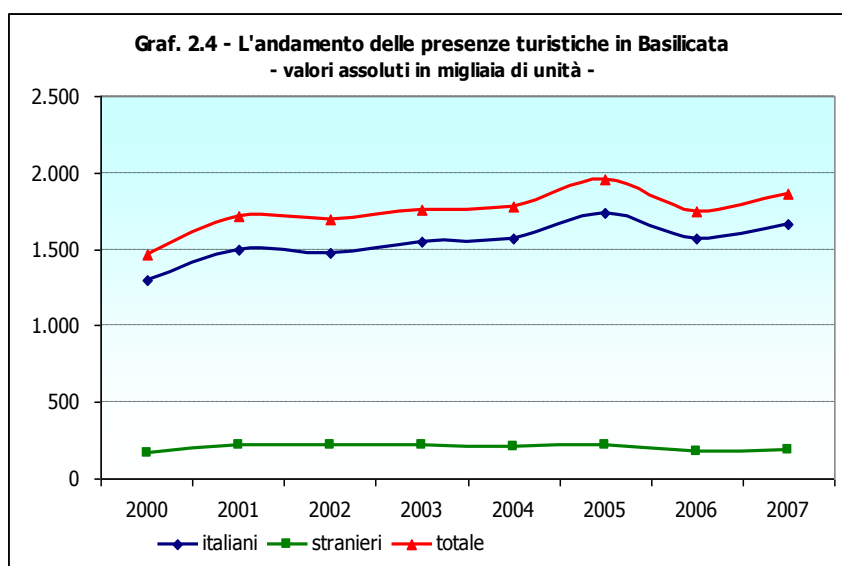
di avere ampliato sensibilmente la capacità ricettiva nel corso degli ultimi anni, dovendo far fronte, oggi, al problema di gestirlo con efficienza.

2.2 L'EVOLUZIONE DEL TURISMO REGIONALE

Il paragrafo precedente aveva l'obiettivo di collocare il turismo lucano nel contesto del Mezzogiorno e, in particolare, di confrontare i principali indicatori con quelli delle altre regioni; in questa prospettiva sono stati già introdotti alcuni dati relativi all'evoluzione del turismo nel periodo 2001-2006. E' opportuno ora riprendere alcune di queste dinamiche per analizzarle in modo più approfondito, considerata anche la disponibilità di dati aggiornati al 2007 per la Basilicata.

2.2.1 UN TURISMO A FASI ALTERNE

Prima di commentare l'evoluzione del turismo nel periodo 2000-2007, va ricordato che – nella seconda metà degli anni '90 – i flussi turistici in Basilicata hanno registrato una significativa espansione (tra il 1996 e il 2001, in particolare, l'incremento delle presenze è stato di circa il 60%). Ciò aiuta a comprendere lo sviluppo del periodo successivo (cfr. graf. 2.4) che, in effetti, è risultato meno impetuoso (con l'unica eccezione proprio del 2001) e nel quale si riconoscono anche momenti di calo vistoso, come quello registrato nel 2006.

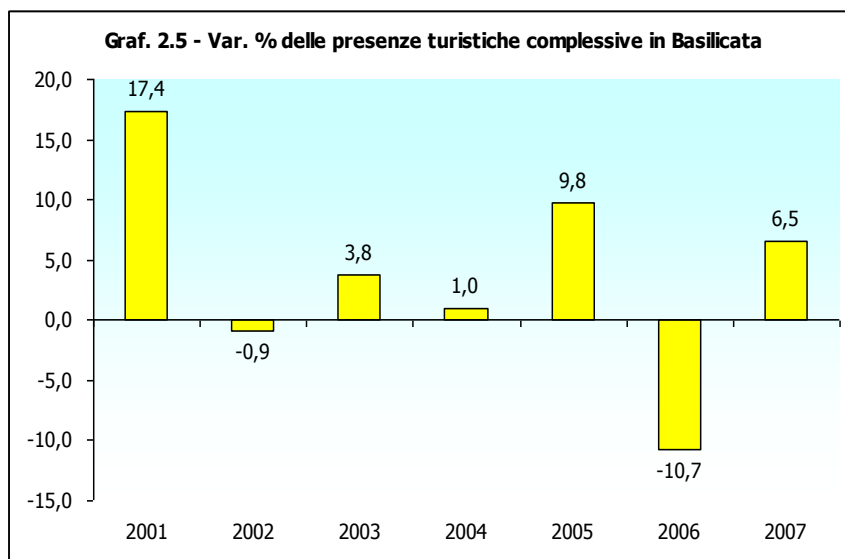


Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Complessivamente, l'incremento delle presenze – tra il 2000 e il 2007 – è stato del 27,2%, ma lo stesso si riduce all'8,4% se si considerano gli anni dal 2001 al 2007 e addirittura all'1,8% se si restringe il periodo di osservazione al quinquennio 2001-2006. Quella che potrebbe sembrare un'alchimia numerica rivela, in realtà, un andamento a fasi alterne, che potrebbe essere così sintetizzato:

- una fase di forte crescita nella seconda metà degli anni '90, che si conclude nel 2001,
- un periodo di sostanziale stabilità fino al 2004,
- una ripresa della dinamica positiva e negativa nel periodo più recente.

Tutto ciò è ben espresso dai tassi di variazione annua riportati nel graf. seguente:



Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

2.2.2 IL TURISMO ESTERO E IL TURISMO DOMESTICO

Il graf. 2.4 è sufficientemente esplicativo circa il ruolo del turismo estero che, in Basilicata, incide soltanto per il 10,2% in termini di presenze. L'andamento del turismo lucano è affidato, quindi, essenzialmente al turismo domestico: la variazione delle presenze italiane, dal 2000 al 2007, è stata infatti del +20,9%, mentre quella delle presenze straniere si è fermata al +6,7%.

Ciò significa che il peso del turismo estero è andato diminuendo nel corso degli ultimi anni: un dato che ha un modesto valore "reale", trattandosi di piccoli numeri, ma pur sempre significativo, evidenziando una debole capacità di presa dell'offerta regionale nel suo insieme sui mercati esteri (rispetto al 2002, in particolare, l'incidenza delle presenze estere si è ridotta di quasi 3 punti percentuali).

Con riferimento ai Paesi di provenienza, si rileva – oggi – una maggiore varietà dei mercati che orientano i propri flussi verso la Basilicata, sebbene continuino a prevalere le presenze dei francesi che, storicamente, hanno sempre rappresentato la componente della domanda estera più consistente, data la presenza di un Club Med nell'area metapontina. Tra il 2000 e il 2007 si è verificata una sensibile riduzione della quota corrispondente a questa clientela; riduzione, peraltro, che è coincisa anche con un calo quantitativo delle presenze che, dopo aver superato le 73 mila unità nel 2002, sono scese alle attuali 40 mila.

Perdite significative si sono registrate, inoltre, sul mercato inglese, con un flusso di presenze pressoché dimezzatosi dal 2003 ad oggi (circa 18 mila unità nel 2007).

Per quanto riguarda, invece, i turisti provenienti dai Paesi dell'Est europeo, che costituiscono un mercato emergente per molte aree, la loro quota raggiunge il 7,7% del totale, una percentuale più bassa della media nazionale (intorno all'11-12%), segno che la regione è ancora poco conosciuta e che, probabilmente, l'offerta non si presenta come adeguatamente competitiva.

Tab. 2.3 - Presenze turistiche per principali Paesi esteri (% su totale)

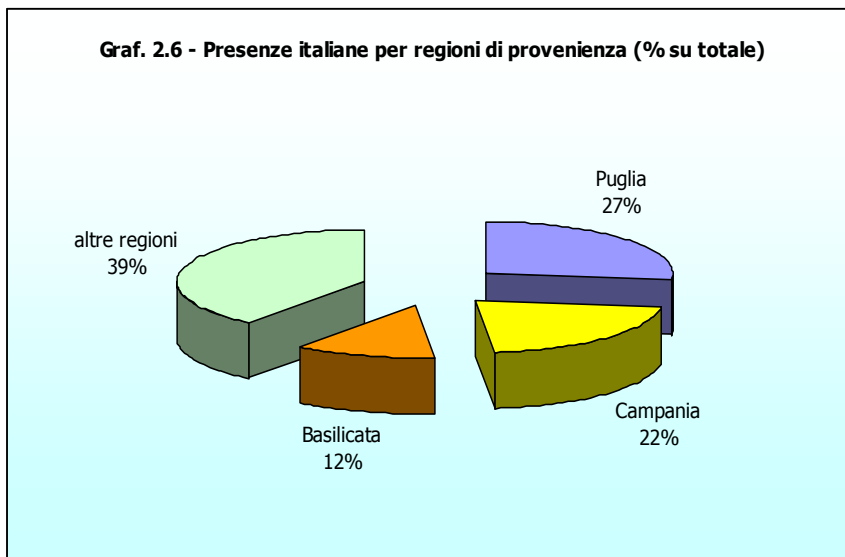
	2007	2000
Francia	21,2	31,9
Germania	15,8	14,4
Regno Unito	9,4	14,0
Stati Uniti	8,2	6,4
Belgio	7,7	4,0
Svizzera	5,8	3,4
Romania	2,6	0,0
Russia	2,5	3,1
Paesi Bassi	2,5	2,7
Austria	1,9	3,0
altri Paesi	22,4	17,0
tot. presenze estere	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Per quanto riguarda il mercato domestico, va sottolineato innanzitutto che si tratta di un mercato di prossimità. Come mostra il graf. 2.6, due sole regioni contermini (Puglia e Campania) originano quasi la metà delle presenze turistiche italiane nella regione; gli stessi lucani che soggiornano nella propria regione rappresentano un ulteriore 12%.

Nel tempo, questa elevata dipendenza dai mercati vicini si è ulteriormente accentuata: se oggi, infatti, le tre regioni considerate rappresentano – insieme – il 60,4% delle presenze italiane, nel 2000 la stessa quota si attestava al 54,0%.

La consistenza relativa delle tre regioni che seguono, in ordine di importanza (Lazio, Lombardia e Piemonte), è rimasta invece pressoché immutata, con quote pari – nel 2007 – al 9,8%, al 7,6% e al 3,1%.

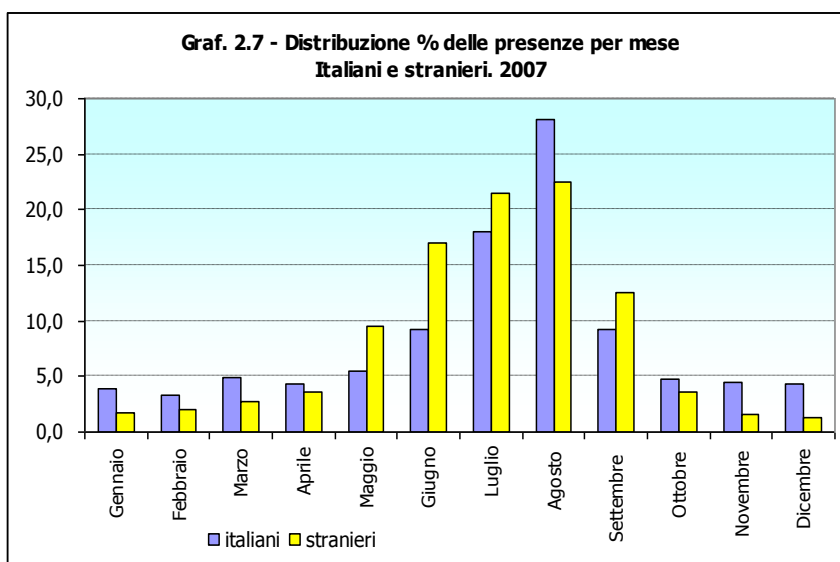


Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

2.2.3 LA STAGIONALITÀ

Al problema della concentrazione stagionale del turismo lucano si è già accennato in precedenza; il confronto tra la componente domestica e quella estera della domanda fornisce, tuttavia, qualche ulteriore elemento interpretativo.

Il graf. 2.7 mostra la distribuzione mensile delle presenze di italiani e stranieri: è ben evidente la maggiore propensione dei primi a concentrare le proprie vacanze nel mese di agosto; se si considerano, tuttavia, entrambi i mesi centrali del periodo estivo, lo scostamento tra le due tipologie di domanda si riduce sensibilmente (46,1% la quota di italiani, 44,0% quella degli stranieri). È interessante, inoltre, osservare la più elevata incidenza relativa del turismo internazionale nei mesi di maggio, giugno e settembre, che è l'effetto, da un lato, di una maggiore preferenza degli stranieri per soggiorni nelle aree di turismo balneare in periodi di bassa stagione, dall'altro, di un crescente interesse per altre forme di turismo, segnatamente quello culturale.



Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

L'aspetto critico riguarda piuttosto l'evoluzione della concentrazione stagionale dei flussi turistici che, in Basilicata, tende ad accentuarsi anziché a ridursi, come avviene invece nella maggior parte delle regioni italiane (cfr. tab. 2.4).

**Tab. 2.4 - Evoluzione della concentrazione stagionale
- % su totale presenze annue -**

	italiani		stranieri		totale	
	2000	2007	2000	2007	2000	2007
luglio e agosto	46,2	57,5	42,3	41,4	45,7	55,8
giugno-settembre	65,5	81,6	75,5	71,0	66,6	80,5

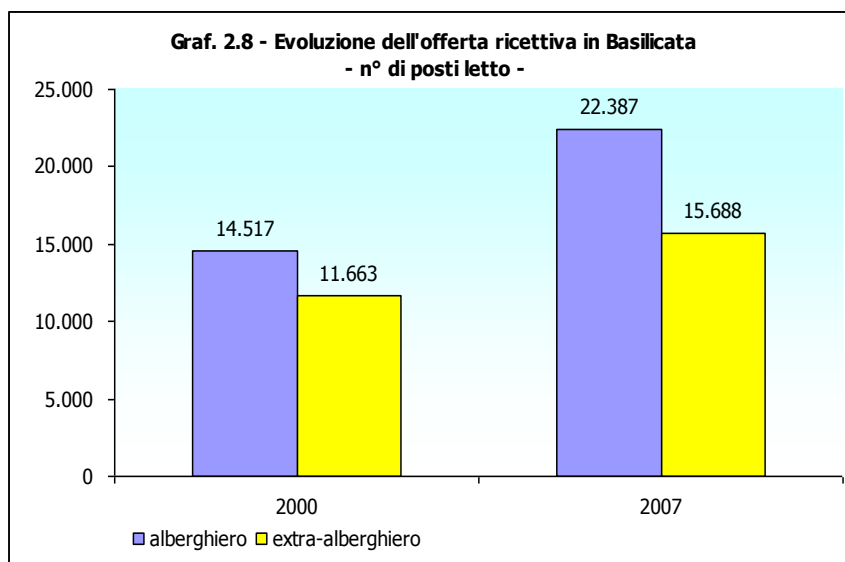
Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Nell'interpretazione di questo dato è necessario tener conto, tuttavia, del fatto che – dopo il 2000 – sono entrati in attività nuovi *resort* balneari che, evidentemente, hanno contribuito non poco ad aumentare la quota di presenze nei mesi di luglio e agosto. Il fenomeno riguarda, peraltro, soltanto la componente domestica della domanda; nel caso degli stranieri si rileva, invece, una leggera riduzione della concentrazione stagionale, a conferma del fatto che questa componente è meno legata all'offerta balneare.

2.2.4 LO SVILUPPO DELL'OFFERTA RICETTIVA

La Basilicata offre oggi al turista 38 mila posti letto complessivi, il 60% dei quali in strutture alberghiere; rispetto all'inizio del decennio, la capacità ricettiva ha registrato un incremento del 45% che, nel comparto alberghiero, ha raggiunto il 54%.

Si tratta, quindi, di uno sviluppo considerevole, determinato in larga misura dall'apertura di nuovi *resort* nelle aree balneari, che hanno significativamente potenziato l'offerta, ma anche posto nuovi problemi in ordine alla sua saturazione.



Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Anche il quadro qualitativo è considerevolmente mutato (cfr. tab. 2.5).

Coerentemente con le tendenze riscontrate a livello nazionale, in Basilicata si è rafforzata l'offerta di fascia alta, con una maggiore incidenza dei posti letto in hotel a quattro stelle, passati dal 24,7% del 2000 ai 36,6% del 2007.

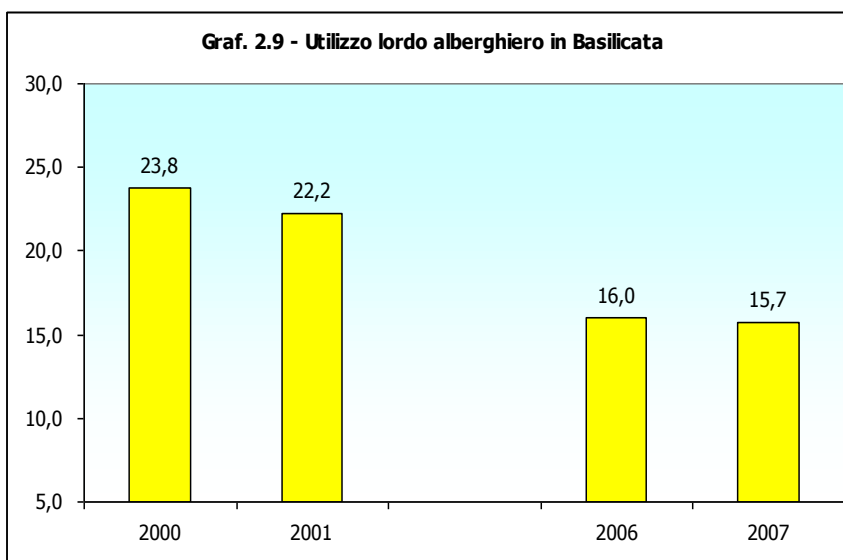
**Tab. 2.5 - Distribuzione % dei posti letto alberghieri per categorie
- 2000 e 2007 -**

	1 stella	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	RTA	totale
2000	3,9	12,3	56,5	24,7	0,4	2,2	100,0
2007	2,3	7,0	43,6	36,3	0,4	10,3	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Assolutamente modesta resta la dotazione di alberghi a 5 stelle, mentre è notevolmente aumentata l'offerta di residenze turistico-alberghiere (RTA).

Il tasso di utilizzo delle strutture, come visto in precedenza, è piuttosto basso, riflettendo una tipologia di offerta molto "orientata" al balneare; il valore dell'indice risente inoltre dell'andamento stagionale e, per tale ragione, presenta un'elevata variabilità tra un anno e l'altro. E' indubbio, tuttavia, che il decremento riscontrato negli ultimi anni (cfr. graf. 2.9), metta in evidenza un potenziale di posti letto che stenta ad essere saturato anche nella stagione estiva.



Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Significativa, negli ultimi anni, è stata anche la crescita della ricettività extra-alberghiera: circa 4 mila posti in letto in più, tra il 2000 e il 2007. A fronte di una sostanziale stazionarietà dell'offerta ricettiva dei campeggi (la componente più consistente dell'extra-alberghiero) è aumentata notevolmente la ricettività familiare: da 2,1 a 3,4 mila i posti letto negli agriturismi, mentre i B&B, pressoché inesistenti nel 2000, offrono oggi poco meno di 500 posti letto.

Vi è quindi un'evoluzione anche nella ricettività extra-alberghiera, che tende a favorire un turismo rurale o, comunque, interno, ed a valorizzare maggiormente l'identità culturale del territorio.

2.3 LA DISTRIBUZIONE DEL TURISMO SUL TERRITORIO REGIONALE

2.3.1 LE AREE TURISTICHE NEL CONTESTO REGIONALE

La tab. 2.6 presenta il quadro della distribuzione dei flussi turistici a livello territoriale, da cui si evince chiaramente la forte consistenza dell'area metapontina rispetto alle altre, soprattutto in termini di presenze. Se si aggiunge poi il movimento turistico di Maratea, si può valutare l'importanza della funzione balneare nel turismo lucano, quantificabile nel 72% delle presenze complessive attivate dalla regione.

Ciò rende più evidente le ragioni del basso utilizzo medio delle strutture e del decremento registrato nel corso degli ultimi anni, dal momento che la maggior parte delle nuove strutture ricettive sono state realizzate proprio nell'area metapontina.

Tab. 2.6 - Arrivi e presenze per aree turistiche. 2007

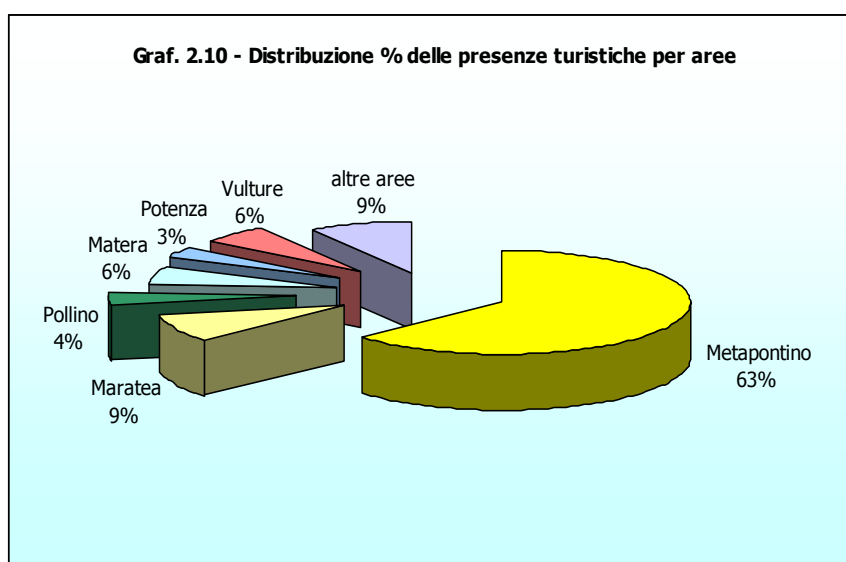
	italiani		stranieri		totale		
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	p.m. (a)
Metapontino	135.401	1.087.212	13.720	88.153	149.121	1.175.365	7,9
Maratea	34.250	134.626	8.482	29.517	42.732	164.143	3,8
Vulture/Alto Bradano	43.478	97.435	4.334	11.274	47.812	108.709	2,3
Matera città	50.317	78.280	17.044	29.321	67.361	107.601	1,6
Pollino	31.573	69.431	1.720	5.146	33.293	74.577	2,2
Potenza città	36.912	54.840	3.463	6.104	40.375	60.944	1,5
altre aree	62.894	146.272	4.958	19.178	67.852	165.450	2,4
totale Basilicata	394.825	1.668.096	53.721	188.693	448.546	1.856.789	4,1

(a) permanenza media (gg.)

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

L'indice di permanenza media²⁵ facilita l'identificazione del tipo di turismo presente in ciascuna area. Nel Metapontino il valore è molto elevato, a conferma di un turismo esclusivamente vacanziero; nel caso di Maratea, che – con la sua funzione balneare – sviluppa una tipologia di turismo analoga, la durata del soggiorno è molto più bassa e riflette comportamenti di consumo turistico differenti da parte della clientela.

Al di fuori delle due aree balneari, è la città di Matera a concentrare la quota maggiore di arrivi e presenze sul totale regionale (rispettivamente, 15,0 e 5,8%); il che segnala un forte *turnover* turistico, caratterizzato infatti da una bassa durata media del soggiorno (1,6 gg.).

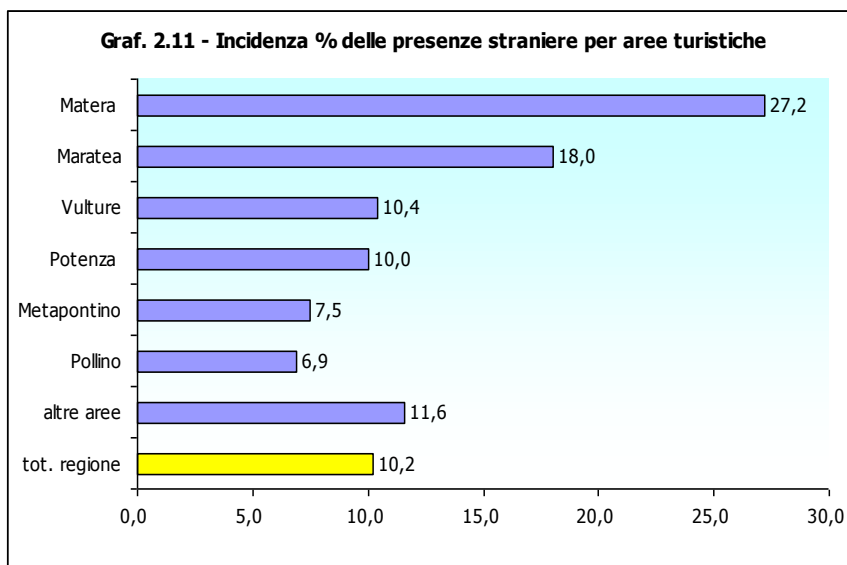


Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

²⁵ L'indice è calcolato come rapporto tra le presenze e gli arrivi ed è espresso in termini di giornate.

L'incidenza del turismo estero è sensibilmente diversa tra le varie aree. Soltanto Matera fa registrare una quota significativa di clientela proveniente da altri Paesi (27% nel 2007), mentre altrove tale quota si attesta intorno al 10%, ad eccezione di Maratea dove le presenze straniere raggiungono il 18%.

Se il grado di internazionalizzazione del turismo lucano, come si è osservato in precedenza, è lievemente diminuito dal 2000 ad oggi, ciò è attribuibile essenzialmente all'area metapontina, dove l'incidenza della componente estera della domanda è scesa dal 12,5 al 7,9%. Tutte le altre aree, invece, hanno mantenuto o aumentato le presenze straniere; nel caso di Matera, in particolare, l'incremento è stato particolarmente vistoso (dal 15,2 al 27,2%).

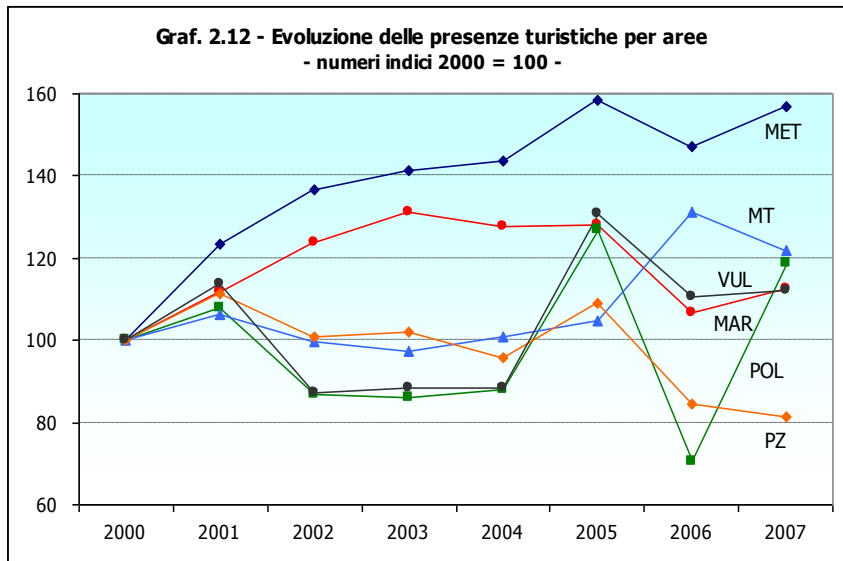


Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

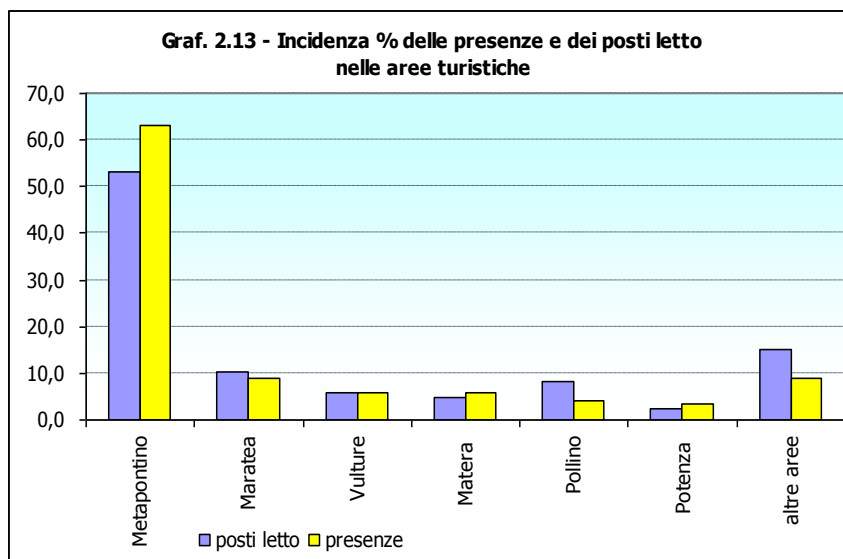
Molto articolato si presenta anche il trend evolutivo delle presenze turistiche nelle diverse aree (cfr. graf. 2.12).

L'unica area che cresce con tassi elevati e con costanza nel tempo è il Metapontino dove, nel settennio 2000-2007, le presenze sono aumentate complessivamente del 56,9% (+7,0% la variazione media annua). Anche a Maratea il movimento turistico si è mantenuto su livelli sempre superiori a quelli del 2000, sebbene la crescita nell'intero periodo si sia fermata al +12,7%, per effetto di un marcato rallentamento nell'ultimo biennio. Nelle altre aree il trend ha mostrato una più marcata variabilità, evidenziando anche fasi negative; è il caso, ad esempio, di Matera, dove la crescita dei flussi turistici ha ripreso vigore soltanto a partire dal 2005, ma con un bilancio per l'intero periodo ampiamente favorevole (+21,9%, tra il 2000 e il 2007).

La distribuzione territoriale dell'offerta ricettiva riflette ovviamente quella dei flussi; tuttavia, può essere interessante confrontare – per ciascuna area – le quote di posti letto e di presenze turistiche sul totale regionale (cfr. graf. 2.13).



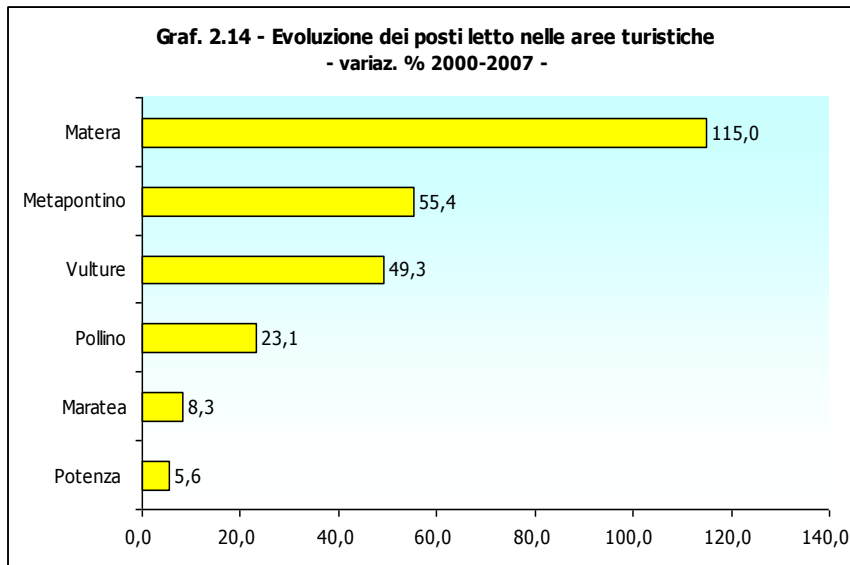
Fonte: ns. elaborazioni su dati APT



Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Nonostante la forte concentrazione di capacità ricettiva e il relativamente basso livello di utilizzo della stessa, il Metapontino presenta una maggiore "produttività" dei posti letto rispetto alle altre aree (a fronte, infatti, del 63% delle presenze regionali, la quota di posti letto è pari al 53%). In quasi tutti gli altri casi, compresi quelli di Maratea e Matera, l'incidenza delle presenze è, ancorché di poco, inferiore a quella dei posti letto.

Del resto, la maggiore espansione dell'offerta ricettiva si è registrata proprio nella città di Matera, con un sostanziale raddoppio dei posti letto (cfr. graf. 2.14). In termini assoluti è evidente, invece, che il maggior apporto alla crescita del patrimonio ricettivo regionale sia venuto dal Metapontino, dove si è concentrato oltre il 60% dei nuovi posti letto realizzati in Basilicata nel periodo 2000-2007.



Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

2.3.2 IL PROFILO DELLE AREE TURISTICHE

Nei prospetti che seguono si è ricostruito il "profilo" di ciascuna area turistica della Basilicata attraverso gli indicatori di mercato più significativi; una breve nota di commento è riportata a margine di ciascun prospetto.

METAPONTINO	
movimento turistico 2007	
presenze totali	1.175.365
arrivi totali	149.121
permanenza media (gg.)	7,9
densità turistica (presenze/popolaz.)	18,9
incidenza % presenze straniere	7,5
principali regioni italiane di provenienza (% su totale presenze italiani)	
- Puglia	28,4
- Campania	23,2
- Basilicata	14,8
principali Paesi esteri di provenienza (% su totale presenze stranieri)	
- Francia	37,9
- Paesi Bassi	16,4
- Germania	12,4
concentrazione stagionale 2000 (a)	62,6
concentrazione stagionale 2007 (a)	68,4
var. % presenze totali 2000-2007	56,4
var. permanenza media 2000-2007	da 6,5 a 7,9
utilizzo netto totale strutture ricettive	42,9
strutture alberghiere 2007	
alberghi (n°)	33
posti letto alberghieri (n°)	10.581
dimensione media alberghi (b)	321
incidenza % posti letto 1-2 stelle	0,7
incidenza % posti letto 4-5 stelle	45,7
incidenza % posti letto RTA	21,9
incidenza % posti letto alberghieri	52,3
dinamica alberghiera	
var. % n° alberghi 2000-2007	43,5
var. % posti letto 2000-2007	113,2
evoluzione dimensione media esercizi	da 216 a 321
strutture extra-alberghiere	
totale posti letto	9.655
campeggi (n°)	10
posti letto campeggi	7.320
villaggi turistici	1
posti letto villaggi turistici	586
agriturismo (n°)	58
posti letto agriturismo	910
posti letto B&B	20
altri posti letto extra-alberghieri	819
dinamica extra-alberghiera	
var. % posti letto 2000-2007	19,8

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

- Il Metapontino è la maggiore area turistica della regione (63% delle presenze), risultato di un sviluppo relativamente recente; i posti letto alberghieri sono più che raddoppiati negli ultimi 7 anni e quelli complessivi hanno registrato un incremento superiore al 50%. Si caratterizza per la presenza di *resort* di grandi dimensioni (il numero medio di posti letto per esercizio è pari a 320 ed è sensibilmente aumentato negli ultimi anni) e di buona qualità.
- Le caratteristiche delle strutture ricettive fanno sì che l'area sia sostanzialmente "dipendente" dai tour operator che gestiscono tali strutture o che svolgono un ruolo importante nell'intermediazione della clientela; si spiega così un orientamento al mercato domestico ancora più accentuato che nel passato, con una limitata incidenza di stranieri (in prevalenza, francesi).
- Il mercato interno è un mercato di prossimità, con oltre il 60% di presenze provenienti da Puglia, Campania e Basilicata.
- La grande dimensione ricettiva, l'orientamento pressoché esclusivo al turismo balneare e la forte dipendenza dai mercati interni rendono difficile la saturazione dei posti letto; si riscontra, quindi, una fortissima concentrazione stagionale (68% delle presenze nei mesi di luglio e agosto) ed un tasso di occupazione annuo molto basso.
- All'offerta di alberghi, villaggi turistici e campeggi si è andata recentemente affiancando un'offerta di ospitalità familiare, caratterizzata soprattutto da agriturismi che, sebbene di dimensioni complessivamente modeste, svolgono un'utile funzione di raccordo con le aree interne.

MARATEA			
movimento turistico 2007		strutture alberghiere 2007	
presenze totali	164.143	alberghi (n°)	19
arrivi totali	42.732	posti letto alberghieri (n°)	1.783
permanenza media (gg.)	3,8	dimensione media alberghi (b)	94
densità turistica (presenze/popolaz.)	31,4	incidenza % posti letto 1-2 stelle	8,8
incidenza % presenze straniere	18,0	incidenza % posti letto 4-5 stelle	50,0
principali regioni italiane di provenienza (% su totale presenze italiani)		incidenza % posti letto RTA	
- Campania	34,4	incidenza % posti letto alberghieri	45,5
- Puglia	15,5		
- Lazio	11,7	dinamica alberghiera	
principali Paesi esteri di provenienza (% su totale presenze stranieri)		var. % n° alberghi 2000-2007	18,8
- Gran Bretagna	20,2	var. % posti letto 2000-2007	10,3
- Stati Uniti	16,0	evoluzione dimensione media esercizi	da 101 a 93
- Germania	14,8	strutture extra-alberghiere	
concentrazione stagionale 2000 (a)	58,1	totale posti letto	2.138
concentrazione stagionale 2007 (a)	59,9	campeggi (n°)	1
var. % presenze totali 2000-2007	12,7	posti letto campeggi	600
var. permanenza media 2000-2007	da 4,6 a 3,8	villaggi turistici	2
utilizzo netto totale strutture ricettive	45,5	posti letto villaggi turistici	1.285
		agriturismo (n°)	3
		posti letto agriturismo	96
		posti letto B&B	34
		altri posti letto extra-alberghieri	123
		dinamica extra-alberghiera	
		var. % posti letto 2000-2007	6,8

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

- Maratea è un'area turistica ormai consolidata, che si caratterizza per un turismo alberghiero di qualità (il 50% dei posti letto è in hotel a 4-5 stelle), con strutture ricettive che raggiungono una discreta dimensione media (93 posti letto), ancorché molto inferiore a quella rilevata nel Metapontino.
- L'area è a forte vocazione turistica, evidenziando il più alto rapporto tra presenze e popolazione residente (31,4 presenze per abitante). Non sembrano esservi, tuttavia, prospettive di ulteriore crescita quantitativa: negli ultimi 7 anni i posti letto alberghieri sono aumentati soltanto del 10%, con una riduzione della dimensione media degli esercizi, a segnalare la presenza di processi di sostituzione di alberghi più grandi con alberghi più piccoli.
- Pur trattandosi di un'area balneare, la permanenza media alberghiera è piuttosto bassa (3,8 gg), e ciò sembrerebbe indicare la presenza di una certa quota di turismo itinerante. La durata del soggiorno, inoltre, è in sensibile calo rispetto a 7 anni fa.
- Anche a Maratea, tuttavia, la concentrazione stagionale dei flussi turistici è abbastanza elevata (59% la quota di presenze in luglio e agosto); di conseguenza, il tasso di utilizzo complessivo delle strutture è relativamente basso (45% il valore dell'indice calcolato esclusivamente sui periodi di apertura).
- L'incidenza del turismo estero è discretamente elevata se confrontata alla media regionale (18%). Il turismo domestico, pur essendo alimentato prevalentemente dalle regioni limitrofe (Campania e Puglia) registra anche una significativa presenza di clientela proveniente dal Lazio.

POLLINO			
movimento turistico 2007		strutture alberghiere 2007	
presenze totali	74.577	alberghi (n°)	46
arrivi totali	33.393	posti letto alberghieri (n°)	2.157
permanenza media (gg.)	2,2	dimensione media alberghi (b)	47
densità turistica (presenze/popolaz.)	1,3	incidenza % posti letto 1-2 stelle	24,4
incidenza % presenze straniere	6,9	incidenza % posti letto 4-5 stelle	2,8
principali regioni italiane di provenienza (% su totale presenze italiani)		incidenza % posti letto RTA	
- Puglia	52,4	incidenza % posti letto alberghieri	67,8
- Basilicata	10,9	dinamica alberghiera	
- Campania	10,8	var. % n° alberghi 2000-2007	2,2
principali Paesi esteri di provenienza (% su totale presenze stranieri)		var. % posti letto 2000-2007	4,9
- Gran Bretagna	32,2	evoluzione dimensione media esercizi	da 46 a 47
- Stati Uniti	9,9	strutture extra-alberghiere	
- Germania	8,8	totale posti letto	1.025
concentrazione stagionale 2000 (a)	25,1	campeggi (n°)	
concentrazione stagionale 2007 (a)	41,5	posti letto campeggi	
var. % presenze totali 2000-2007	-24,3	villaggi turistici	
var. permanenza media 2000-2007	da 2,3 a 2,2	posti letto villaggi turistici	
utilizzo netto totale strutture ricettive	8,4	agriturismo (n°)	43
		posti letto agriturismo	755
		posti letto B&B	45
		altri posti letto extra-alberghieri	225
		dinamica extra-alberghiera	
		var. % posti letto 2000-2007	127,8

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

- Il Pollino è l'area che ha subito le maggiori variazioni negative dei flussi turistici negli ultimi anni, con un decremento di presenze, nel periodo 2000-2007, pari al 24%. Trattandosi di un'area montana, sensibile alle condizioni climatiche e, soprattutto, alla presenza di neve nella stagione invernale, è indubbiamente esposta ai fattori congiunturali, ma questo non basta a spiegare la situazione critica che sta attraversando.
- Il sistema ricettivo tradizionale, composto da alberghi di piccola dimensione (mediamente 47 posti letto per esercizio) è oggettivamente debole sul piano qualitativo, con un'elevata incidenza di alberghi a 1-2 stelle (circa un quarto dei posti letto) e l'assenza di alberghi a 4 stelle. Il livello di utilizzo dei posti letto è bassissimo; pur con tutte le sottostime che si possono ipotizzare, un indice netto pari all'8,4% segnala un'attività non in grado di sostenersi economicamente.
- Non si riscontrano, peraltro, elementi di mutamento; la variazione dei posti letto è stata pressoché nulla negli ultimi anni, così come la dimensione media alberghiera.
- La durata media del soggiorno è pari soltanto a 2,2 giornate, il che indica la propensione a soggiorni molto brevi, con probabile prevalenza del periodo estivo rispetto a quello invernale. Il mercato è totalmente di prossimità (Puglia, Campania, Basilicata) e la quota di stranieri del tutto irrilevante (6,9%).
- La nota positiva viene dalla ricettività alternativa e familiare. Negli ultimi anni sono sorti diversi agriturismo e anche qualche B&B, cosicché i posti letto extra-alberghieri hanno raggiunto quasi la metà di quelli alberghieri. Date le caratteristiche ambientali dell'area, ciò può rappresentare l'occasione per costruire una prospettiva di sviluppo diversa rispetto al passato.

MATERA CITTA'			
movimento turistico 2007		strutture alberghiere 2007	
presenze totali	107.601	alberghi (n°)	14
arrivi totali	67.361	posti letto alberghieri (n°)	1.199
permanenza media (gg.)	1,6	dimensione media alberghi (b)	86
densità turistica (presenze/popolaz.)	1,8	incidenza % posti letto 1-2 stelle	5,5
incidenza % presenze straniere	27,2	incidenza % posti letto 4-5 stelle	58,7
principali regioni italiane di provenienza (% su totale presenze italiani)		incidenza % posti letto RTA	
- Lazio	17,5	incidenza % posti letto alberghieri	66,2
- Lombardia	11,3	dinamica alberghiera	
- Campania	10,7	var. % n° alberghi 2000-2007	55,6
principali Paesi esteri di provenienza (% su totale presenze stranieri)		var. % posti letto 2000-2007	57,8
- Germania	18,9	evoluzione dimensione media esercizi	da 84 a 86
- Stati Uniti	18,9	strutture extra-alberghiere	
- Gran Bretagna	8,0	totale posti letto	611
concentrazione stagionale 2000 (a)	17,4	campeggi (n°)	
concentrazione stagionale 2007 (a)	19,5	posti letto campeggi	
var. % presenze totali 2000-2007	22,0	villaggi turistici	
var. permanenza media 2000-2007	da 2,4 a 1,6	posti letto villaggi turistici	
utilizzo netto totale strutture ricettive	25,5	agriturismo (n°)	7
		posti letto agriturismo	136
		posti letto B&B	200
		altri posti letto extra-alberghieri	275
		dinamica extra-alberghiera	
		var. % posti letto 2000-2007	645,1

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

- Matera è certamente la località turistica più dinamica della regione, grazie alla sua funzione di "attrattore culturale". Inoltre, è l'unica area in cui oltre un quarto delle presenze sono straniere e il mercato interno non è solo "di prossimità", essendo il Lazio e la Lombardia le principali regioni di provenienza dei flussi.
- La permanenza media è molto bassa (1,6 gg) e si è ridotta sensibilmente negli ultimi anni; se da un lato, quindi, la città attrae sempre più turisti *leisure*, dall'altro, ha difficoltà a trattenerli per più di uno/due giorni.
- Le presenze sono aumentate complessivamente del 22% dal 2000, ma questo incremento è attribuibile quasi interamente agli 3 ultimi anni. Il livello di occupazione delle strutture ricettive, ancorché superiore a quello di altre aree, è tutt'altro che elevato (25,5%).
- Fortemente dinamica è risultata anche l'offerta alberghiera, che conta oggi su 14 strutture contro le 9 del 2000, con un incremento dei posti letto di quasi il 60%. Il livello qualitativo dell'offerta è abbastanza elevato, con il 58,7% di posti letto in hotel a 4-5 stelle; significativa anche la dimensione media degli esercizi (85 posti letto).
- Accanto all'offerta alberghiera, si sta sviluppando inoltre un'offerta in B&B, a cui è particolarmente "sensibile" il mercato estero (sono circa 200 i posti letto sorti negli ultimi anni).

POTENZA CITTA'			
movimento turistico 2007		strutture alberghiere 2007	
presenze totali	60.944	alberghi (n°)	9
arrivi totali	40.375	posti letto alberghieri (n°)	806
permanenza media (gg.)	1,5	dimensione media alberghi (b)	90
densità turistica (presenze/popolaz.)	0,9	incidenza % posti letto 1-2 stelle	5,1
incidenza % presenze straniere	10,0	incidenza % posti letto 4-5 stelle	63,8
principali regioni italiane di provenienza (% su totale presenze italiani)		incidenza % posti letto RTA	
- Puglia	17,3	incidenza % posti letto alberghieri	84,1
- Campania	16,2		
- Lazio	13,1		
principali Paesi esteri di provenienza (% su totale presenze stranieri)		dinamica alberghiera	
- Germania	15,3	var. % n° alberghi 2000-2007	0,0
- Francia	11,3	var. % posti letto 2000-2007	-0,4
- Stati Uniti	10,2	evoluzione dimensione media esercizi	
concentrazione stagionale 2000 (a)	13,0	strutture extra-alberghiere	
concentrazione stagionale 2007 (a)	14,7	totale posti letto	152
var. % presenze totali 2000-2007	-18,9	campeggi (n°)	
var. permanenza media 2000-2007	da 2,3 a 1,5	posti letto campeggi	
utilizzo netto totale strutture ricettive	19,4	villaggi turistici	
		posti letto villaggi turistici	
		agriturismo (n°)	
		posti letto agriturismo	
		posti letto B&B	6
		altri posti letto extra-alberghieri	146
		dinamica extra-alberghiera	
		var. % posti letto 2000-2007	55,1

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

- Tutti i dati confermano la funzione turistica istituzionale e di *business* della città di Potenza. L'offerta è modesta (800 posti letto), quasi esclusivamente alberghiera, con una permanenza media della clientela molto bassa (1,5 giornate).
- Il mercato è in larghissima parte interno (10% la componente estera), con prevalenza delle regioni vicine. Non vi è alcuna concentrazione stagionale, a conferma dell'assenza di un turismo *leisure*. Nonostante ciò, il tasso di utilizzo delle strutture è molto basso (19,4%), trattandosi di una città.
- L'offerta alberghiera è del tutto statica; negli ultimi anni non vi sono stati movimenti quantitativi, ma neanche qualitativi, essendo rimasta sostanzialmente immutata la distribuzione degli esercizi per categorie.
- A differenza delle altre aree non si è sviluppata alcuna ricettività familiare.

VULTURE/ALTO BRADANO			
movimento turistico 2007		strutture alberghiere 2007	
presenze totali	108.709	alberghi (n°)	1
arrivi totali	47.812	posti letto alberghieri (n°)	1.866
permanenza media (gg.)	2,3	dimensione media alberghi (b)	60
densità turistica (presenze/popolaz.)	1,0	incidenza % posti letto 1-2 stelle	16,1
incidenza % presenze straniere	10,4	incidenza % posti letto 4-5 stelle	24,6
principali regioni italiane di provenienza (% su totale presenze italiani)		incidenza % posti letto RTA	
- Puglia	49,7	incidenza % posti letto alberghieri	85,5
- Campania	34,1	dinamica alberghiera	
- Piemonte	18,1	var. % n° alberghi 2000-2007	10,7
principali Paesi esteri di provenienza (% su totale presenze stranieri)		var. % posti letto 2000-2007	42,6
- Germania	22,2	evoluzione dimensione media esercizi	da 47 a 60
- Romania	8,6	strutture extra-alberghiere	
- Stati Uniti	8,2	totale posti letto	316
concentrazione stagionale 2000 (a)		campeggi (n°)	
concentrazione stagionale 2007 (a)		posti letto campeggi	
var. % presenze totali 2000-2007	12,0	villaggi turistici	
var. permanenza media 2000-2007	da 3,1 a 2,3	posti letto villaggi turistici	
utilizzo netto totale strutture ricettive	17,4	agriturismo (n°)	14
		posti letto agriturismo	239
		posti letto B&B	46
		altri posti letto extra-alberghieri	31
		dinamica extra-alberghiera	
		var. % posti letto 2000-2007	107,9

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

- L'area del Vulture ha una funzione turistica mista, con una componente certamente *business* (o, più probabilmente, professionale) ed una di breve soggiorno *leisure*.
- La permanenza media è bassa (2,3 giornate), ma comunque superiore a quella registrata nei due comuni capoluogo. Il mercato è quasi esclusivamente interno.
- Le presenze non sono variate di molto negli ultimi 7 anni, ma il relativo trend ha mostrato una forte variabilità. Il livello di utilizzo della capacità ricettiva rimane comunque basso (17,4%).
- L'offerta ricettiva è caratterizzata da un certo dinamismo: i posti letto sono aumentati del 42% e, soprattutto, si è innalzata la dimensione media alberghiera (dai 47 posti letto del 2000 ai 60 attuali), segno di un processo di ristrutturazione/riqualificazione in atto.
- Anche sul versante extra-alberghiero si rileva una sensibile crescita di posti letto, segnatamente, in agriturismo e in B&B.

CONCLUSIONI

Tra le regioni meridionali la Basilicata è certamente quella che ha maggiormente orientato al turismo le proprie attività produttive. Il processo è iniziato negli anni '90 ed è proseguito nel corso degli anni 2000, alla ricerca di una stabilità che ancora non sembra però avere definitivamente trovato. Questo orientamento ha consentito di individuare nel turismo la "vocazione" produttiva di alcune aree: oltre alla già consolidata Maratea, soprattutto l'area balneare del Metapontino e quella culturale di Matera.

Nel Metapontino lo sviluppo quantitativo è stato accompagnato da un'attenzione qualitativa nelle strutture ricettive, mentre minore sviluppo sembra essere stato riservato alle attività di servizio complementare, anche in conseguenza del fatto che i grandi *resort* sono sostanzialmente autosufficienti in termini di servizi.

Un processo di riqualificazione delle strutture sembra invece essere stato avviato a Matera, oltre che a Maratea. La città di Matera si configura oggi come uno dei "poli" di maggior interesse turistico del Mezzogiorno, dotata di servizi adeguati ad un turismo nazionale ed internazionale, ma le potenzialità per una sua maggiore valorizzazione sono ancora elevate.

Il forte sviluppo di posti letto nella regione è stato sostenuto soprattutto dai grandi *resort* realizzati nell'area metapontina, promossi e gestiti da operatori qualificati e inseriti nei circuiti nazionali e internazionali. La domanda è fortemente "dipendente", quindi, dalle strategie commerciali di questi operatori e solo in misura modesta dalle attività di promozione svolta dalle istituzioni locali.

Rispetto al passato, la clientela è oggi meno internazionale (sebbene non lo sia mai stata in misura significativa) e fortemente caratterizzata dalla prossimità geografica.

Con queste caratteristiche e con questo mercato, le possibilità di maggiore sfruttamento dei posti letto sono limitate e, conseguentemente, il tasso di occupazione è assai modesto. La tendenza alla riduzione della permanenza media, inoltre, non ne favorisce certamente l'incremento.

L'area montana del Pollino non presenta segnali di dinamicità, se si eccettua la crescita degli agriturismo e dell'ospitalità familiare e sociale. E' un area che deve rivedere la propria vocazione turistica, anche alla luce delle difficoltà a sostenere le attività sciistiche invernali.

In generale, nella regione si avverte la necessità di una strategia promozionale e commerciale maggiormente mirata nei confronti dei mercati esteri e di quelli nazionali più interessanti, accompagnata magari da interventi finalizzati al miglioramento delle condizioni di accessibilità delle destinazioni più attrattive.

I segnali positivi che vengono da una recente sensibilità allo sviluppo di un turismo rurale e familiare possono rappresentare un fattore di attrazione per nuovi mercati che, anche se di prospettive quantitative relativamente modeste, possono contribuire a fornire un positivo impulso allo sviluppo di alcuni territori.

CAP. 3

LE CARATTERISTICHE PRODUTTIVE DEL TURISMO LUCANO

Il riconoscimento normativo e statistico della pluralità di operatori che compongono l'offerta turistica è importante sotto diversi profili: per individuare le dimensioni dell'offerta medesima, per consentire una sistematica e corretta rilevazione di dati, per individuare i potenziali beneficiari di finanziamenti e agevolazioni, nonché i destinatari delle politiche attuate per la promozione e lo sviluppo del settore.

La legge n° 135 del 2001 contiene una prima e generica definizione di impresa turistica all'art. 7, in base al quale sono considerate imprese turistiche quelle che esercitano attività economiche, organizzate per la produzione, la commercializzazione, l'intermediazione e la gestione di prodotti, servizi, infrastrutture e di esercizi compresi quelli di somministrazione facenti parte dei sistemi turistici locali.

Il successivo Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 2002, adottato d'intesa con la Conferenza Stato-Regioni, ha fissato i criteri classificatori generali cui attenersi per l'individuazione delle tipologie di imprese turistiche e delle attività non convenzionali.

Il Decreto, in particolare, prevede che il carattere turistico debba essere conferito all'impresa a seconda della tipologia di attività svolta ed elenca una serie molto ampia di attività che concorrono a formare l'offerta turistica (art. 1):

1. attività ricettive e attività di gestione di strutture ricettive, con annessi servizi turistici e attività complementari (alberghi e residenze turistico-alberghiere, residence, case e appartamenti per vacanze, anche in multiproprietà, campeggi e villaggi turistici, altre strutture ricettive da definire in apposite leggi regionali);
2. attività indirizzate prevalentemente ai non residenti, finalizzate all'uso del tempo libero, al benessere della persona, all'arricchimento culturale, all'informazione, promozione e comunicazione turistica; in questa categoria rientrano i parchi a tema, le imprese di gestione di strutture convegnistiche e congressuali, di organizzazione di iniziative e manifestazioni;
3. attività correlate con la balneazione, la fruizione turistica di arenili e di aree demaniali diverse e il turismo nautico, quali le imprese di gestione di stabilimenti balneari, le imprese di gestione di strutture per il turismo nautico e le imprese di cabotaggio turistico e di noleggio nautico;
4. attività di tour operator e di agenzie di viaggio e turismo, che esercitano congiuntamente o disgiuntamente attività di produzione, organizzazione e intermediazione di viaggi e soggiorni e ogni altra forma di servizio clienti; sono altresì imprese turistiche quelle che esercitano attività locali e territoriali di noleggio, di assistenza e di accoglienza ai turisti;
5. attività organizzate per la gestione di infrastrutture e di esercizi e attività operanti a finalità turistica, nei servizi, trasporti e mobilità delle persone, nell'applicazione di tecnologie innovative, nonché nella valorizzazione e nella fruizione delle tradizioni locali, delle risorse economiche, di quelle naturali (compreso il termalismo), delle specialità artistiche e artigianali del territorio. Tra tali attività sono comprese le

imprese di trasporto passeggeri, di noleggio di mezzi, di indirizzo sportivo-ricreativo (quali i campi da golf) e turistico-escursionistico (quali aree, sentieri e percorsi naturalistici), nonché gli esercizi di somministrazione (L. n° 287/1991) facenti parte dei sistemi turistici locali. Sono definite imprese turistiche di montagna anche le attività svolte per l'esercizio di impianti a fune, di innevamento programmato e di gestione delle piste da sci;

6. altre attività individuate autonomamente dalle diverse Regioni e svolte non esclusivamente in forma di impresa; esse possono consistere in prestazioni di servizi indirizzati specificamente alla valorizzazione delle tradizioni, delle emergenze culturali e naturalistiche, dei prodotti e delle potenzialità socio-economiche del territorio e a particolari segmenti di utenza turistica (quali il turismo equestre, , il turismo escursionistico, il turismo eno-gastronomico, il turismo giovanile, il turismo sociale, ecc.).

L'esercizio dell'attività turistica è subordinato, inoltre, all'iscrizione nel Registro delle imprese delle Camere di Commercio; non è più richiesta, invece, l'iscrizione presso la sezione speciale del Registro esercenti il commercio (REC), che è stata soppressa.

L'individuazione, da parte del legislatore, delle attività di carattere turistico consente di determinare – anche a livello statistico – le imprese, operanti nei vari comparti, che compongono la filiera turistica. Incrociando, quindi, le molteplici tipologie di imprese del D.P.C.M del 2002 con la classificazione ISTAT delle attività economiche (ATECO 2002), è possibile delimitare i contorni del settore (v. prospetto 1).

Dal punto di vista della classificazione statistica, le imprese turistiche si collocano tra le imprese di servizi e svolgono attività differenti tra loro. L'industria turistica include, infatti, i fornitori ultimi di servizi di ospitalità, gli intermediatori (operatori turistici e agenzie turistiche) e altri servizi correlati (guide turistiche, ingresso in musei, fiere, parchi naturali e altre attrazioni turistiche, servizi di ristorazione e intrattenimento, ecc.), nonché servizi tangibili come i trasporti. Occorre tener presente, inoltre, che all'interno di una stessa unità produttiva possono essere erogati più servizi (si pensi, ad esempio, alle strutture ricettive che offrono, oltre al servizio di pernottamento, anche quello di ristorazione).

L'analisi del sistema di offerta turistica è stata condotta sulla base dei dati contenuti nel Registro Imprese delle Camere di Commercio presso il quale, come detto, le imprese hanno obbligo di iscrizione. E' opportuno precisare che l'impresa viene iscritta nel Registro della Camera di Commercio in cui è situata la sede principale, ovvero la sede legale, dell'impresa stessa; le eventuali sedi secondarie (unità locali) trovano iscrizione, invece, presso la Camera di Commercio della provincia nella quale sono fisicamente collocate. Di conseguenza, vi possono essere casi di unità locali nella stessa provincia/regione in cui è dislocata la sede principale (iscritte, quindi, nel medesimo Registro Imprese della sede legale) o presso una provincia/regione diversa.

Nell'analisi si sono considerate unicamente le imprese e le unità locali "attive", vale a dire quelle che esercitano effettivamente l'attività e non hanno procedure concorsuali in atto. Va precisato, inoltre, che le imprese e le unità locali sono state classificate sulla base dell'attività principale da esse svolta; ciò ha portato a sottostimare alcune attività produttive la cui funzione turistica è solo secondaria o sussidiaria (è il caso, in

particolare, delle aziende agrituristiche che, nella maggior parte dei casi, sono classificate come aziende agricole, essendo la produzione agricola quella principale).

Prospetto 1
L'offerta turistica per settori di attività economica

codice ATECO	descrizione attività	macro-settore
H 55.1	alberghi	ricettività
H 55.21.1	ostelli della gioventù	ricettività
H 55.21.2	rifugi di montagna	ricettività
H 55.22	campeggi	ricettività
H 55.23.1	villaggi turistici	ricettività
H 55.23.4	affittacamere, case per vacanza, B&B	ricettività
H 55.23.5	agriturismo	ricettività
H 55.3	ristoranti	ristorazione
I 63.30.1	agenzie viaggio e tour operator	servizi per il turista
I 63.30.2	guide e accompagnatori turistici	servizi per il turista
K 71.21	noleggio di altri mezzi di trasporto terrestri	servizi per il turista
K 71.21.02	noleggio di roulotte e camper	servizi per il turista
K 71.40.22	noleggio di imbarcazioni da diporto	servizi per il turista
O 92.72.1	stabilimenti balneari	servizi per il turista
I 60.22	trasporti con taxi	altri servizi
I 61.1	trasporti marittimi e costieri	altri servizi
I 61.2	trasporti per vie d'acqua interne	altri servizi
K 71.10	noleggio di autovetture	altri servizi
K 71.21.01	noleggio di motocicli	altri servizi
K 71.40.21	noleggio biciclette	altri servizi
O 92.33	gestione parchi di divertimento	attività ricreative e culturali
O 92.34.11	discoteche, night club e simili	attività ricreative e culturali
O 92.52	musei e gestione del patrimonio culturale	attività ricreative e culturali
O 92.53	gestione parchi naturali	attività ricreative e culturali
O 93.04	centri per il benessere fisico e stabilimenti idrotermali	attività ricreative e culturali

3.1 LA PRODUZIONE DI SERVIZI TURISTICI NEL CONTESTO DELLE REGIONI MERIDIONALI

Il quadro delle unità produttive operanti nel turismo in Basilicata riflette sia la piccola dimensione della regione, sia (in misura più contenuta) la minore vocazione turistica che essa esprime rispetto ad altre regioni meridionali.

In Basilicata si contano, in particolare, 1.684 unità locali in attività strettamente turistiche, che rappresentano il 2,5% di quelle complessivamente registrate nel Sud Italia; considerato che, nella regione, si concentra il 2,4% del movimento turistico dell'intera area, sembra esservi piena corrispondenza con la funzione produttiva che le stesse unità locali esercitano nel contesto meridionale.

Tab. 3.1 - Servizi turistici nelle regioni meridionali: unità locali 2007

	Basilicata	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Calabria	Sud
ricettività	371	1.334	235	3.671	1.723	1.218	12.136
ristorazione	895	3.355	749	10.038	6.772	3.728	34.951
servizi per il turista	214	778	86	2.360	1.306	727	8.576
attività ricreative e culturali	63	313	38	543	273	120	2.172
altri servizi	141	508	139	1.691	788	462	6.746
totale unità locali turismo	1.684	6.288	1.247	18.303	10.862	6.255	64.581
% u.l. turismo su u.l. servizi	5,9	7,9	7,2	5,8	5,5	6,2	6,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Anche il rapporto tra unità locali del turismo e unità locali del settore dei servizi è in linea con la media delle regioni del Sud (5,9 contro 6,0%); va osservato, tuttavia, che la diversa incidenza di queste attività sul totale può dipendere da molteplici fattori (dalla varietà e tipologia delle attività di servizio alla dimensione delle imprese e del mercato) e non può essere interpretata direttamente come un indice della vocazione turistica territoriale.

Tab. 3.2 - Distribuzione % delle unità locali dei servizi turistici nelle regioni meridionali

	Basilicata	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Calabria	Sud
ricettività	22,0	21,2	18,8	20,1	15,9	19,5	18,8
ristorazione	53,1	53,4	60,1	54,8	62,3	59,6	54,1
servizi per il turista	12,7	12,4	6,9	12,9	12,0	11,6	13,3
attività ricreative e culturali	3,7	5,0	3,0	3,0	2,5	1,9	3,4
altri servizi	8,4	8,1	11,1	9,2	7,3	7,4	10,4
totale unità locali turismo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Nell'ambito dei servizi turistici, la distribuzione delle unità locali per settori (cfr. tab. 3.2) consente di valutare le "specializzazioni" produttive della regione. Anche da questo punto di vista, la Basilicata non si discosta in misura significativa dalla media dell'area meridionale, se non per la maggiore incidenza relativa delle unità locali della ricettività, "a scapito" soprattutto dei servizi per il turista.

In altri termini, rispetto alle altre regioni, l'offerta lucana sembra maggiormente concentrata sui servizi ricettivi, mentre meno diffusi sono i servizi per il turista, in particolare, i servizi di noleggio e i servizi di trasporto ad uso privato.

Peraltro, proprio i "settori" dei servizi per il turista (agenzie viaggio e tour operator, guide e accompagnatori turistici, stabilimenti balneari, noleggio imbarcazioni e camper) e delle attività ricreative e culturali sono quelli che hanno fatto registrare in Basilicata i più alti tassi di sviluppo negli ultimi anni (cfr. tab. 3.3). Si può ritenere, quindi, che sia in atto un processo di adeguamento del sistema di offerta regionale, prima basato soprattutto sui servizi essenziali ed oggi sempre più integrato da servizi complementari.

L'incremento delle unità locali della ricettività è risultato particolarmente elevato in tutte le regioni; si tratta essenzialmente di attività legate alla nuova ricettività familiare (soprattutto, agriturismi e B&B), che incidono in termini quantitativi, ma con un modesto apporto all'aumento dei posti letto.

Nel complesso, la crescita delle unità locali della filiera turistica non si è discostata molto tra le varie regioni, con l'unica eccezione della Puglia, dove i tassi di incremento sono stati sensibilmente superiori alla media.

Tab. 3.3 - Var. % 2001-2007 delle unità locali dei servizi turistici nelle regioni meridionali

	Basilicata	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Calabria	Sud
ricettività	54,6	36,8	86,5	60,4	54,1	52,1	89,7
ristorazione	42,5	42,8	39,5	39,6	37,5	35,2	38,0
servizi per il turista	151,8	55,6	36,5	87,9	211,6	93,4	98,8
attività ricreative e culturali	133,3	83,0	90,0	149,1	202,4	84,6	126,5
altri servizi	-6,6	58,8	71,6	17,8	35,8	17,0	29,4
totale unità locali turismo	48,9	45,7	50,8	47,8	59,7	42,3	48,8

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

La tab. 3.4 consente di entrare più nel dettaglio e di valutare il percorso di sviluppo dei servizi turistici tra il 2001 e il 2007, attraverso il confronto con la media dell'area meridionale e dell'intero Paese ²⁶; in questo caso, si è ritenuto opportuno utilizzare i tassi di variazione media annua, anziché quelli calcolati tra l'inizio e la fine del periodo considerato e riportati nella tab. 3.3.

In generale, si rileva una maggiore "vivacità" nella produzione di nuovi servizi turistici nelle regioni meridionali: +7,6% l'incremento delle unità locali, in media ogni anno, contro il +6,1% del dato nazionale. Molto dinamici sono risultati alcuni servizi per il turista che potrebbero essere definiti "di base"; e ciò sembra indicare un adeguamento del Mezzogiorno alla restante offerta italiana. E' il caso, in particolare, delle agenzie di viaggio, dei tour operator, delle guide e degli accompagnatori turistici, degli stabilimenti balneari, dei centri benessere, delle discoteche ed anche dei parchi. In ogni caso, le attività turistiche crescono ovunque a tassi medi superiori a tutti gli altri servizi.

²⁶ Va ricordato che si tratta di unità locali e non di "quantità" complessiva di servizi offerti, che dipende evidentemente dalla dimensione delle unità locali. Le unità locali rappresentano, tuttavia, un importante indicatore della dinamicità imprenditoriale dei diversi comparti di attività.

Tab. 3.4 - Unità locali nel turismo: consistenza al 2007 e var. % 2001-2007

	unità locali Basilicata	var. % media annua		
		Basilicata	Sud	Italia
ricettività	371	9,1	10,0	5,5
- alberghi	238	5,7	5,9	2,0
- ostelli della gioventù	16	72,2	30,6	13,5
- rifugi di montagna	4	50,0	12,3	4,4
- campeggi	15	2,6	1,9	2,6
- villaggi turistici	3	0,0	6,9	6,7
- affittacamere, case per vacanza, B&B	55	48,8	46,1	25,9
- agriturismo	40	6,3	19,7	20,4
ristorazione	895	7,1	6,3	5,8
- ristoranti	895	7,1	6,3	5,8
servizi per il turista	214		non cfr.	
- agenzie viaggio e tour operator	110	15,5	11,7	9,5
- guide e accompagnatori turistici	17	23,8	15,4	7,1
- stabilimenti balneari	77	44,4	11,3	4,5
- noleggio di roulotte e camper	1		non cfr.	
- noleggio di imbarcazioni da diporto	9		non cfr.	
attività ricreative e culturali	63	22,2	21,1	10,7
- musei e gestione del patrimonio culturale	4	0,0	11,4	7,9
- gestione parchi naturali	7	22,2	6,1	0,5
- gestione parchi di divertimento	12	83,3	76,4	42,8
- centri benessere e stabilimenti idrotermali	16	36,7	17,3	9,5
- discoteche, night club e simili	24	14,1	15,8	9,5
altri servizi	141		non cfr.	
- trasporti con taxi	108	-2,6	2,7	2,6
- trasporti marittimi e vie d'acqua interne	2	-5,6	6,5	29,2
- noleggio di autovetture	30	8,3	9,4	79,6
- noleggio di motocicli e biciclette	1		non cfr.	
totale unità locali turismo	1.684			
"al netto" settori non confrontabili	1.673	8,0	7,6	6,1
totale unità locali servizi	28.521	2,3	3,1	2,6

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

La Basilicata si colloca pienamente nella linea del Mezzogiorno, pur evidenziando una più accentuata crescita relativa per alcune tipologie di attività: Adv e tour operator, guide e accompagnatori turistici, stabilimenti balneari, centri benessere e gestione parchi. Per contro, va segnalata una certa debolezza nelle attività di servizio più "evolute" quali, ad esempio, i noleggi e i servizi di trasporto per i privati, oltreché la totale assenza di dinamismo nel settore museale.

L'impressione, quindi, è che vi siano spazi per una qualificazione dell'offerta attraverso servizi più innovativi ed articolati dal punto di vista tipologico.

3.2 LA FORMA GIURIDICA E LA CONSISTENZA PATRIMONIALE DELLE IMPRESE

E' ben noto che il sistema turistico italiano si caratterizza per aziende di piccola dimensione e, conseguentemente, per un'ampia diffusione di imprese con forme giuridiche molto semplici (dalle ditte individuali alle società di persone)²⁷.

²⁷ Si pensi anche al recente forte sviluppo delle piccolissime imprese nell'ambito dell'ospitalità familiare (agriturismo e B&B, soprattutto).

In Basilicata la situazione non è molto diversa dalla media italiana, sebbene si rilevi una minore incidenza delle ditte individuali (59% contro 66%), per effetto di uno sviluppo più recente dell'offerta turistica, che tende a riconoscere nelle forme giuridiche più solide anche uno strumento di maggiore efficacia manageriale.

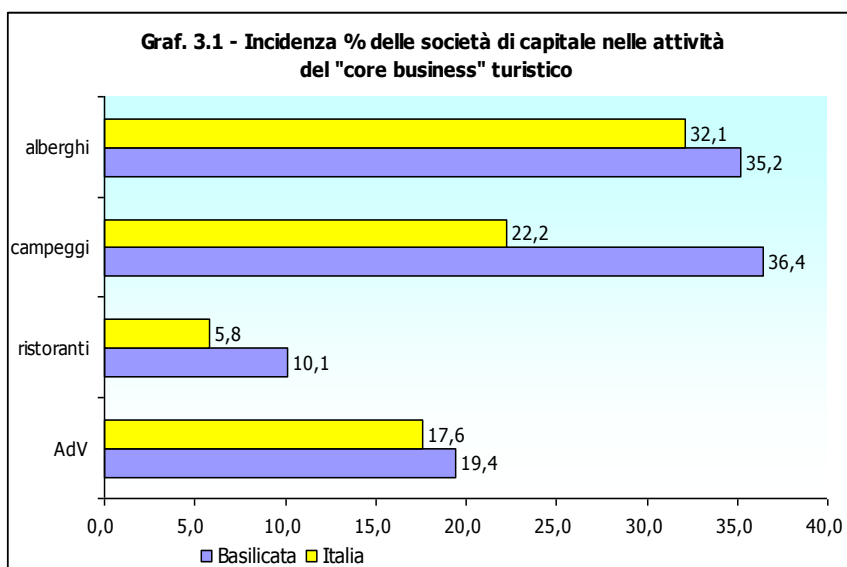
Tab. 3.5 - La forma giuridica delle imprese operanti nel settore turistico (%)

	Basilicata	Italia
società di capitali	14,7	11,0
società di persone	22,1	19,1
ditte individuali	58,8	66,3
altre forme giuridiche	4,5	3,6
totale imprese	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Con riferimento alle diverse tipologie di attività (cfr. tab. 3.6), sono i piccoli servizi e le attività familiari ad assumere prevalentemente la forma della ditta individuale o altra forma semplificata, mentre le società di capitali sono maggiormente diffuse nelle attività che richiedono più elevati volumi di investimento e che risultano più complesse da gestire.

Il confronto con la media nazionale evidenzia, tuttavia, una maggiore incidenza delle società di capitale in Basilicata nelle principali attività che costituiscono il "core business" del turismo: dalla ricettività alberghiera ed extra-alberghiera (campeggi) alla ristorazione e alle agenzie viaggi (cfr. graf. 3.1).



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tab. 3.6 - La forma giuridica delle imprese per tipo di attività in Basilicata
- distribuzione % 2007 -**

	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	totale
ricettività	26,5	18,0	46,1	9,4	100,0
- alberghi	35,2	23,0	36,4	5,5	100,0
- ostelli della gioventù	-	12,5	-	87,5	100,0
- rifugi di montagna	-	50,0	50,0	-	100,0
- campeggi	36,4	27,3	27,3	9,1	100,0
- villaggi turistici	100,0	-	-	-	100,0
- affittacamere, case per vacanza, B&B	2,8	2,8	86,1	8,3	100,0
- agriturismo	4,5	-	81,8	13,6	100,0
ristorazione	10,1	24,5	63,7	1,7	100,0
- ristoranti	10,1	24,5	63,7	1,7	100,0
servizi per il turista	18,0	25,8	45,3	10,9	100,0
- agenzie viaggio e tour operator	19,4	25,0	43,1	12,5	100,0
- guide e accompagnatori turistici	18,2	-	45,5	36,4	100,0
- stabilimenti balneari	15,8	36,8	44,7	2,6	100,0
- noleggio di roulotte e camper	-	-	100,0	-	100,0
- noleggio di imbarcazioni da diporto	16,7	16,7	66,7	-	100,0
attività ricreative e culturali	19,4	22,2	41,7	16,7	100,0
- musei e gestione del patrimonio culturale	33,3	-	-	66,7	100,0
- gestione parchi naturali	0,0	16,7	33,3	50,0	100,0
- gestione parchi di divertimento	28,6	28,6	42,9	-	100,0
- centri benessere e stabilimenti idrotermali	40,0	30,0	20,0	10,0	100,0
- discoteche, night club e simili	-	20,0	80,0	-	100,0
altri servizi	12,6	10,8	75,7	0,9	100,0
- trasporti con taxi	8,4	11,6	78,9	1,1	100,0
- trasporti marittimi e vie d'acqua interne	100,0	-	-	-	100,0
- noleggio di autovetture	35,7	7,1	57,1	-	100,0
- noleggio di motocicli e biciclette	-	-	100,0	-	100,0
totale unità locali turismo	14,7	22,1	58,8	4,5	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Negli ultimi anni la tendenza al cambiamento della forma giuridica, attraverso il "passaggio" a forma più solide e strutturate, si è avvertito sensibilmente anche in Basilicata, dove l'incidenza delle società di capitali è aumentata di quasi 4 punti percentuali tra il 2001 e il 2007.

**Tab. 3.7 - Evoluzione della struttura giuridica delle imprese
nelle principali attività turistiche (indici %)**

	2001			2007		
	società di capitale	società di persone	altre forme	società di capitale	società di persone	altre forme
alberghi	32,1	20,4	47,5	35,2	23,0	41,8
campeggi	22,2	55,6	22,2	36,3	27,3	36,4
ristoranti	5,8	20,8	73,4	10,1	24,5	65,4
AdV e tour operator	16,7	33,3	50,0	19,4	25,0	55,6
stabilimenti balneari	20,0	33,3	46,7	15,8	36,8	47,4
centri benessere	66,7	33,3	0,0	40,0	30,0	30,0
totale imprese	11,0	19,1	69,9	14,7	22,1	63,2

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Il rafforzamento della quota di società di capitali si è verificato nelle attività più diffuse e consolidate, quali gli alberghi, i campeggi, i ristoranti, le agenzie viaggi e i tour operator. A fronte di questa tendenza non sempre è corrisposta una di segno opposto per le ditte individuali e le altre forme giuridiche; laddove, infatti, nascono attività nuove è ragionevole attendersi che la prima forma giuridica adottata sia quella più semplice. Ciò spiega l'aumentata incidenza, nel periodo considerato, delle ditte individuali e delle "altre" forme in attività come gli stabilimenti balneari e i centri benessere.

La consistenza patrimoniale delle imprese (cfr. tab. 3.8) riflette la piccola dimensione già segnalata dalla forma giuridica: nel complesso sono meno del 9% le imprese con un capitale sociale superiore a 100 mila Euro, per lo più concentrate nelle aziende di trasporto e in alcune imprese ricettive e di servizio di maggiori dimensioni.

E' significativo che vi sia circa un terzo di imprese con un capitale sociale inferiore ai 10 mila Euro e che ciò si verifichi in misura consistente un pò in tutti i settori.

Tab. 3.8 - Capitale sociale delle imprese per tipo di attività in Basilicata
- distribuzione % 2007 -

	fino a 10 mila €	10-25 mila €	25-50 mila €	50-100 mila €	100-500 mila €	> 500 mila €
ricettività	15,9	37,9	9,1	13,6	15,2	8,3
- alberghi	13,5	40,4	10,6	13,5	16,3	5,8
- ostelli della gioventù	50,0	50,0	-	-	-	-
- rifugi di montagna	100,0	-	-	-	-	-
- campeggi	11,1	22,2	11,1	-	22,2	33,3
- villaggi turistici	-	100,0	-	-	-	-
- affittacamere, case per vacanza, B&B	27,3	36,4	-	18,2	9,1	9,1
- agriturismo	25,0	-	-	50,0	-	25,0
ristorazione	36,2	42,3	11,6	4,7	3,0	2,2
- ristoranti	36,2	42,3	11,6	4,7	3,0	2,2
servizi per il turista	37,3	42,2	16,9	2,4	1,2	-
- agenzie viaggio e tour operator	34,9	48,8	14,0	2,3	-	-
- guide e accompagnatori turistici	66,7	-	33,3	-	-	-
- stabilimenti balneari	38,7	41,9	16,1	-	3,2	-
- noleggio di imbarcazioni da diporto	-	33,3	33,3	33,3	-	-
attività ricreative e culturali	50,0	37,5	-	12,5	-	-
- musei e gestione del patrimonio culturale	-	100,0	-	-	-	-
- gestione parchi naturali	100,0	-	-	-	-	-
- gestione parchi di divertimento	40,0	40,0	-	20,0	-	-
- centri benessere e stabilimenti idrotermali	37,5	50,0	-	-	12,5	-
- discoteche, night club e simili	14,3	42,9	14,3	14,3	14,3	-
altri servizi	13,8	44,8	17,2	13,8	3,4	6,9
- trasporti con taxi	13,6	50,0	13,6	9,1	4,5	9,1
- trasporti marittimi e vie d'acqua interne	-	-	100,0	-	-	-
- noleggio di autovetture	16,7	33,3	16,7	33,3	-	-
totale unità locali turismo	31,1	41,4	11,9	6,8	5,4	3,4

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Diversamente da quanto osservato a proposito della natura giuridica, non si rileva un aumento della consistenza patrimoniale nel corso degli ultimi anni sulla base della distribuzione delle imprese per fascia di capitale sociale (cfr. tab. 3.9). In alcune tra le attività più rilevanti, infatti, la quota delle imprese con capitale sociale superiore a 100 mila Euro tende a diminuire; nel complesso, la quota di imprese maggiormente

capitalizzate si riduce di circa 2 punti percentuali e ciò interessa, in particolare, gli alberghi e gli stabilimenti balneari. Va sottolineata, inoltre, l'assenza di mutamenti nelle attività di agenzie di viaggio e tour operator che, a distanza di 6 anni, mantengono una dimensione patrimoniale molto modesta.

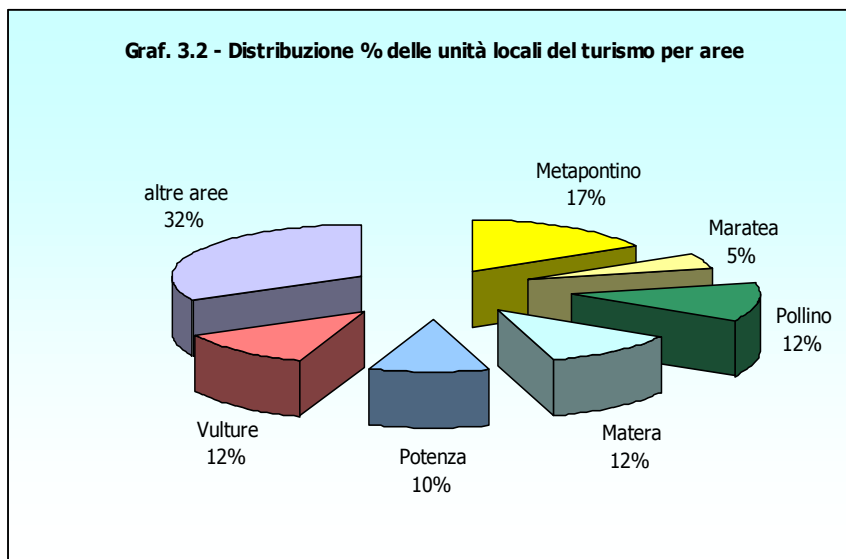
Tab. 3.9 - Evoluzione della struttura patrimoniale delle imprese nelle principali attività turistiche (indici %)

	2001			2007		
	fino a 25 mila €	da 25 a 100 mila	oltre 100 mila	fino a 25 mila €	da 25 a 100 mila	oltre 100 mila
alberghi	50,0	18,9	31,1	53,8	24,0	22,2
campeggi	57,1	14,3	28,6	33,3	11,1	55,6
ristoranti	80,4	14,3	5,3	78,5	16,3	5,2
AdV e tour operator	85,0	15,0	0,0	83,7	16,3	0,0
stabilimenti balneari	40,0	50,0	10,0	80,6	16,1	3,3
centri benessere	100,0	0,0	0,0	87,5	0,0	12,5
totale imprese	71,1	18,1	10,8	72,5	18,7	8,8

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

3.3 L'IMPRENDITORIALITÀ TURISTICA E LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE

La distribuzione delle unità locali della filiera turistica sul territorio (cfr. graf. 3.2) mostra un ampio spettro geografico che, in qualche misura, "mette in discussione" la vocazione turistica delle aree più "forti". Maratea, ad esempio, area turistica per eccellenza, concentra solo il 4,7% delle attività turistiche della regione, data la sua modesta dimensione territoriale. Nel Metapontino, peraltro, risulta localizzata una quota di unità locali (16,7%) di poco superiore a quella dell'area del Pollino (12,1%), sebbene raccolga un numero di presenze turistiche 15 volte superiore a quest'ultima.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

La variabile dimensionale costituisce il principale fattore esplicativo di tale situazione: molte aree sono caratterizzate, infatti, da un numero elevato di micro-

aziende, talvolta destinate all'ospitalità familiare, che sviluppano piccoli servizi, la cui efficacia in termini di sviluppo turistico territoriale è molto modesta. L'area del Pollino, ad esempio, concentra una quota di alberghi superiore a quella del Metapontino dove, come è noto, prevalgono le grandi strutture ricettive.

Va osservato, inoltre, che circa un terzo delle aziende è ubicato al di fuori delle aree turistiche, a segnalare la presenza di una produzione turistica comunque diffusa sull'intero territorio regionale.

Tab. 3.10 - La distribuzione territoriale delle unità locali del turismo per attività
- % su totale regionale -

	totale aree	Metapontino	Maratea	Vulture	Matera	Pollino	Potenza
ricettività	66,8	16,7	6,2	10,5	8,4	19,4	5,7
- alberghi	68,9	14,3	8,0	10,5	7,6	20,6	8,0
- ostelli della gioventù	50,0	12,5	-	-	6,3	25,0	6,3
- rifugi di montagna	100,0	25,0	-	-	-	75,0	-
- campeggi	100,0	80,0	-	6,7	13,3	-	-
- villaggi turistici	66,7	66,7	-	-	-	-	-
- affittacamere, case per vacanza, B&B	65,5	9,1	7,3	12,7	18,2	16,4	1,8
- agriturismo	47,5	15,0	-	15,0	-	17,5	-
ristorazione	64,0	13,6	4,2	13,6	10,9	10,9	10,6
- ristoranti	64,0	13,6	4,2	13,6	10,9	10,9	10,6
servizi per il turista	91,1	40,7	6,5	7,5	20,1	2,8	13,6
- agenzie viaggio e tour operator	84,5	14,5	1,8	12,7	24,5	4,5	26,4
- guide e accompagnatori turistici	100,0	5,9	5,9	5,9	82,4	-	-
- stabilimenti balneari	97,4	83,1	11,7	-	1,3	1,3	-
- noleggio di roulotte e camper	100,0	-	-	-	100,0	-	-
- noleggio di imbarcazioni da diporto	100,0	66,7	22,2	11,1	-	-	-
attività ricreative e culturali	68,3	11,1	4,8	15,9	22,2	3,2	11,1
- musei e gestione del patrimonio culturale	75,0	-	-	-	75,0	-	-
- gestione parchi naturali	42,9	14,3	-	14,3	-	-	14,3
- gestione parchi di divertimento	83,3	25,0	8,3	16,7	25,0	-	8,3
- centri benessere e stabilimenti idrotermali	87,5	18,8	-	25,0	25,0	6,3	12,5
- discoteche, night club e simili	54,2	-	8,3	12,5	16,7	4,2	12,5
altri servizi	53,9	2,1	0,7	10,6	8,5	18,4	13,5
- trasporti con taxi	50,0	0,9	0,9	13,0	3,7	20,4	11,1
- trasporti marittimi e vie d'acqua interne	50,0	-	-	50,0	-	-	-
- noleggio di autovetture	70,0	6,7	-	-	26,7	13,3	23,3
- noleggio di motocicli e biciclette	-	-	-	-	-	-	-
totale unità locali turismo	67,4	16,7	4,7	12,0	11,8	12,1	10,2

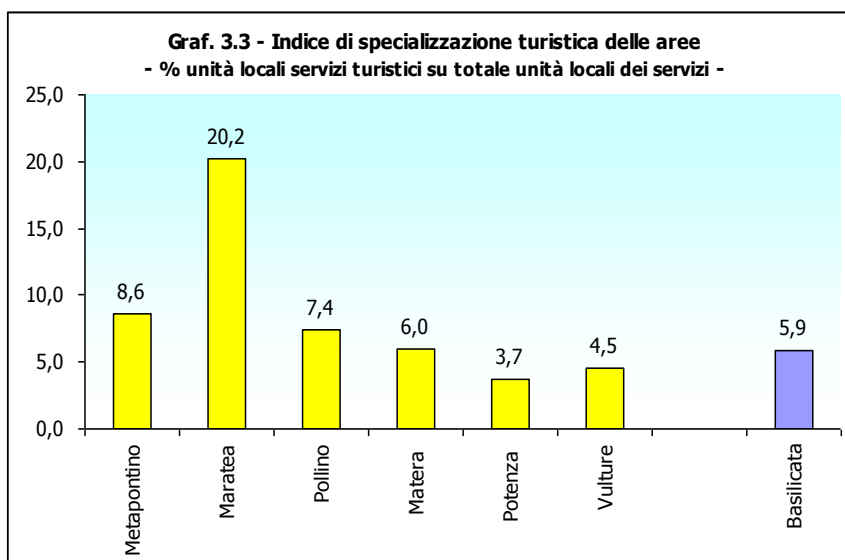
Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Analizzando nel dettaglio la distribuzione territoriale dei servizi turistici (cfr. tab. 3.10) le principali evidenze riguardano:

- la significativa diffusione territoriale della ricettività familiare (B&B, affittacamere) e degli agriturismi, con una maggiore presenza di quest'ultimi nelle aree del Pollino, del Vulture e del Metapontino;
- la forte concentrazione delle attività di guide e accompagnatori turistici nella città di Matera (82% del totale regionale);
- la presenza territorialmente diffusa delle agenzie di viaggio e dei tour operator, pur con una comprensibile prevalenza nelle due città capoluogo.

Al fine di misurare la vocazione turistica delle diverse aree, è stata calcolata l'incidenza delle unità locali della filiera turistica sul totale delle unità locali dei servizi (tale rapporto può essere considerato, infatti, come un indice di specializzazione nelle attività turistiche).

Come mostra chiaramente il graf. 3.3, l'unica area dove emerge chiaramente una specializzazione turistica è quella di Maratea (anche in questo caso, tuttavia, "pesa" l'effetto della dimensione territoriale); un valore superiore alla media si rileva, peraltro, anche nel Metapontino e nel Pollino.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Gli ultimi anni hanno fatto registrare, come visto, un notevole dinamismo delle unità locali operanti nelle attività turistiche, con un incremento complessivo che ha sfiorato il 50%, un valore molto superiore all'aumento delle presenze turistiche (27%); ciò fa ritenere che il turismo abbia suscitato importanti aspettative economiche in una componente significativa di popolazione.

Questa "vivacità" si rileva in misura maggiore nel Metapontino (+95%, la crescita delle unità locali) e nella città di Matera (+77%); mentre sono cresciute di meno, sul piano produttivo, l'area di Maratea e quella del Pollino (cfr. tab. 3.11).

Tab. 3.11 - Lo sviluppo delle unità locali del turismo nelle principali attività per aree
- variazioni assolute delle unità locali 2001-2007 -

	Basilicata	Metapontino	Maratea	Vulture	Matera	Pollino	Potenza
alberghi	61	11	3	2	6	13	-
campeggi	2	-	-	-	2	-	-
affittacamere, case per vacanza, B&B	41	5	3	4	10	4	1
agriturismo	11	1	-	6	-	2	-1
ristoranti	267	52	4	40	26	27	29
agenzie viaggio e tour operator	53	10	1	6	9	2	14
stabilimenti balneari	56	49	5	-	1	1	-
centri benessere	11	1	-	3	3	1	1
tot. unità locali del turismo	553	137	19	67	86	51	46
var. % tot. unità locali del turismo	48,9	95,1	31,7	49,6	76,8	33,3	36,8

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

3.4 TENDENZE DEL MERCATO DEL LAVORO NEL TURISMO

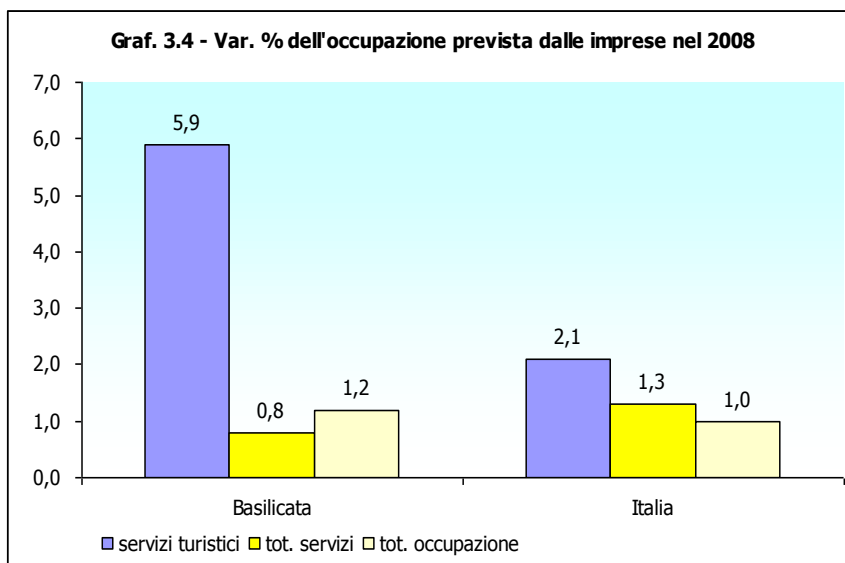
L'indagine Excelsior, condotta da Unioncamere in collaborazione con il Ministero del Lavoro, consente di cogliere alcune tendenze in atto nel mercato del lavoro delle attività turistiche, segnatamente quelle riconducibili agli alberghi e alle altre forme di ricettività, ai ristoranti e alle agenzie di intermediazione (AdV e tour operator) ²⁸.

Il graf. 3.4 riporta gli incrementi occupazionali previsti dalle imprese nel 2008 con riferimento alla Basilicata e all'Italia. Come si può osservare, la regione evidenzia tassi di crescita dell'occupazione dipendente decisamente elevati nelle attività turistiche (+5,9%), non soltanto rispetto alla media italiana (+2,1%), ma anche al complesso delle attività economiche (+1,2%); e ciò costituisce una ulteriore conferma del fatto che il turismo rappresenti il settore di gran lunga più dinamico a livello locale.

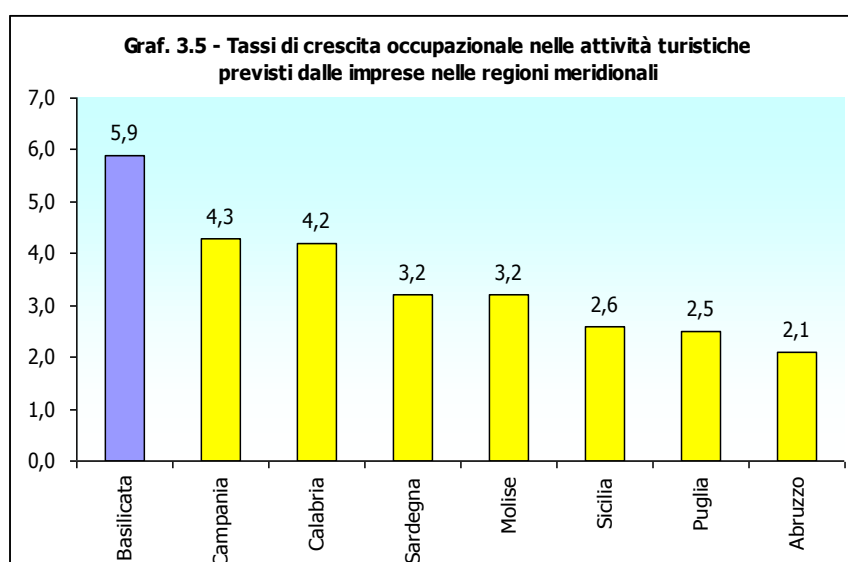
In termini assoluti, la variazione attesa dell'occupazione nelle attività turistiche per l'anno in corso è pari a circa 190 lavoratori dipendenti; essendo esclusa la componente del lavoro autonomo, molto diffusa nel settore, la cifra deve essere considerata molto significativa.

Il confronto con le altre regioni meridionali (cfr. graf. 3.5) evidenzia la situazione particolarmente favorevole della Basilicata all'interno dell'area che, nel suo complesso, già beneficia di tassi di incremento superiori alla media nazionale (infatti, su circa 13.500 assunzioni incrementali previste in Italia nel 2008 nel settore, quasi la metà sono attese nelle regioni del Mezzogiorno).

²⁸ Se si escludono, almeno parzialmente, i ristoranti, si tratta di attività che hanno come destinatario finale il turista.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Sistema Informativo Excelsior

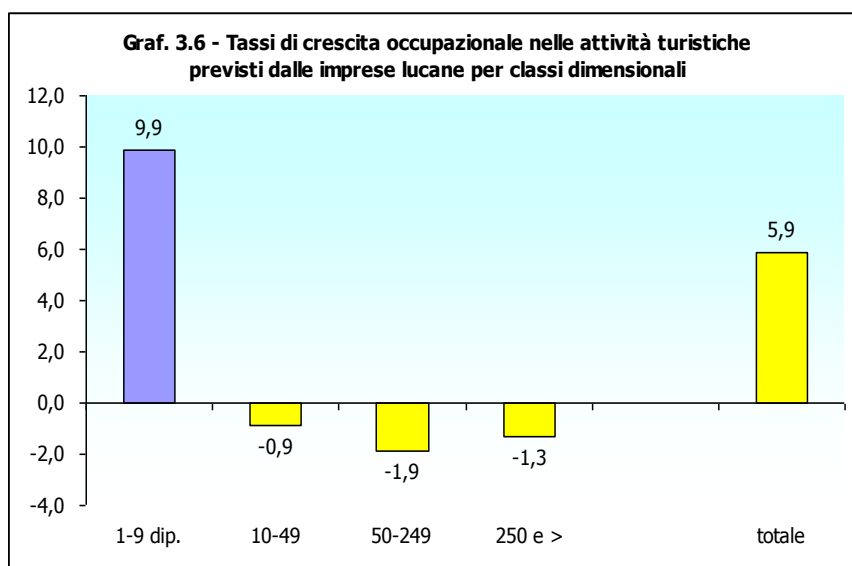


Fonte: ns. elaborazioni su dati Sistema Informativo Excelsior

Conformemente alle caratteristiche del settore, ad incrementare i livelli occupazionali sono esclusivamente le piccole imprese (+9,9%, la variazione prevista), mentre quelle di maggiori dimensioni (oltre 10 dipendenti) tendono piuttosto a ridurre lo stock di occupati, il che potrebbe essere motivato dalla necessità di recuperare una maggiore produttività.

Va osservato, inoltre, che la totalità dei nuovi assunti è composta da "operai e personale non qualificato", a conferma che i servizi turistici necessitano essenzialmente di manodopera non qualificata (anche difficile da reperire), essendo peraltro quella più qualificata "coperta" dagli stessi imprenditori.

Si tratta poi prevalentemente di personale precario: solo per il 13% dei nuovi assunti si prevede un contratto a tempo indeterminato, mentre al 27% è offerto un contratto a tempo determinato e al restante 60% un contratto stagionale.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Sistema Informativo Excelsior

CONCLUSIONI

La forte crescita delle attività turistiche, soprattutto della ricettività, ha indotto uno sviluppo dei servizi e, quindi, dell'occupazione nel settore. Da diversi anni, infatti, la Basilicata presenta tassi di crescita più elevati, rispetto alle altre regioni meridionali, con riferimento sia alle unità locali che agli addetti.

Nel periodo più recente si osserva una crescita dei servizi complementari, in particolare quelli che vanno ad accompagnare lo sviluppo dei *resort* balneari; questo scorcio degli anni 2000 sembra, quindi, maggiormente funzionale al sostegno e alla valorizzazione delle attività ricettive realizzate precedentemente (processo che è comunque solo agli inizi).

Tuttavia, l'armatura del sistema imprenditoriale, salvo alcune eccezioni, è ancora fragile sotto il profilo patrimoniale e della consistenza societaria, tipico dello sviluppo di un sistema di piccoli servizi che si dispone ancora timidamente a supporto delle maggiori attività di un territorio, quasi a verificarne la solidità. Si tratta, quindi, di piccole imprese sotto il profilo dimensionale, con una forte domanda di manodopera esclusivamente non qualificata e, comunque, precaria e stagionale, tale cioè da poter far fronte alle possibili forti escursioni congiunturali, che hanno effettivamente caratterizzato l'andamento del turismo negli ultimi anni.

CAP. 4

LA SPESA PUBBLICA PER IL TURISMO IN BASILICATA

Un contributo importante allo sviluppo delle attività turistiche è fornito dall'intervento dell'operatore pubblico, il cui ruolo – nel mercato turistico – si articola essenzialmente su due livelli: quello della valorizzazione del "prodotto" e quello della promozione, informazione e accoglienza. Nel primo caso, in particolare, l'azione si sviluppa sia attraverso il sostegno al "prodotto" degli operatori privati (con la concessione di agevolazioni, sussidi e servizi), sia attraverso il controllo diretto dei fattori di contesto (ambiente, trasporti, infrastrutture) nonché dei principali attrattori turistici (patrimonio culturale).

Un modo per valutare tale intervento è quello di quantificarne l'impegno finanziario e misurarne l'"impatto" sulle principali grandezze macro-economiche che interpretano il settore.

La base informativa utilizzata per tale analisi è costituita dalla banca dati "Conti Pubblici Territoriali" (CPT) del Dipartimento Politiche di Sviluppo del Ministero dello Sviluppo Economico, che ricostruisce, per tutti gli enti appartenenti al settore pubblico allargato, i flussi di spesa e di entrata a livello regionale, pervenendo alla costruzione di conti consolidati per ciascuna regione.

La natura dei CPT è di tipo finanziario: la ricostruzione dei flussi di spesa è effettuata, nella maggior parte dei casi, sulla base dei bilanci consuntivi degli enti considerati, tenendo conto cioè dei dati definitivi delle spese effettivamente realizzate. Ciascun ente viene considerato quale erogatore di spesa finale, attraverso l'eliminazione dei flussi intercorrenti tra i vari livelli di governo e, quindi, attraverso un processo di consolidamento degli stessi ²⁹.

Nella banca dati CPT le spese sono classificate in funzione:

- della categoria economica, che consente di distinguere le spese correnti e in conto capitale,
- dei settori di intervento pubblico,
- dei livelli di governo (Stato, Regioni, Enti locali) che erogano effettivamente la spesa.

Rispetto alla banca dati dell'Osservatorio Finanziario Regionale dell'ISR (Istituto di Studi sulle Regioni), tradizionalmente utilizzata per l'analisi della spesa pubblica per il turismo, quella dei CPT ha il duplice vantaggio di considerare tutti i soggetti pubblici di spesa (non soltanto, quindi, la Regione) e le somme effettivamente erogate, anziché quelle iscritte nei bilanci di previsione.

²⁹ Per un maggior approfondimento degli aspetti metodologici si rinvia alla documentazione disponibile nell'apposita sezione del sito web del Dipartimento Politiche di Sviluppo all'indirizzo: www.dps.mef.gov.it/cpt/sistema_informativo.asp.

Ai fini della presente analisi, si è ritenuto opportuno fare riferimento alla spesa pubblica nei settori del "turismo" e della "cultura e servizi ricreativi", sia perché le spese sostenute dalla PA per manifestazioni e iniziative di promozione turistica sono attribuite al settore "cultura e servizi ricreativi" dai CPT, sia perché le spese per la tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e per le attrezzature ricreative e sportive possono essere considerate, a tutti gli effetti, funzionali al miglioramento del "prodotto" turistico³⁰.

Per una più corretta interpretazione dei dati che verranno successivamente analizzati, nelle schede seguenti si riporta una descrizione analitica delle "voci" dei bilanci degli enti pubblici appartenenti all'universo CPT incluse nei due settori, evidenziando quelle che possono essere considerate "in eccesso" (spese che nella prassi contabile sono imputate al settore oggetto di analisi, ma che dovrebbero attribuirsi ad altri settori) e "in difetto" (spese imputate, nella prassi contabile, a settori diversi rispetto a quello oggetto di analisi, ma che sarebbero ad esso riconducibili).

E' opportuno far notare che la spesa per il "turismo" è quella che risente, più di altri ambiti, di una potenziale sottostima, stante la forte trasversalità che caratterizza il settore. L'ammontare registrato dai CPT in funzione della classificazione contabile riportata nei bilanci pubblici non coglie, ad esempio, alcuni interventi mirati al sostegno dell'industria turistica prevalentemente finanziati con risorse aggiuntive (è il caso dei bandi per il turismo della L. 488/1992 o della spesa per interventi turistici inclusa in Patti Territoriali o Accordi di Programma).

Si precisa infine che, stante l'elevata variabilità della spesa pubblica di anno in anno (variabilità che riflette anche il "ciclo" della spesa legata ai Fondi Strutturali), si è fatto riferimento all'ammontare delle somme erogate nell'intero decennio 1997-2006, nonché ai due quinquenni 1997-2001 e 2002-2006.

³⁰ Nel caso del patrimonio culturale, è stata introdotta, di recente, la dizione di "spesa per gli attrattori turistici" (cfr. Confturismo, *La spesa delle Regioni per il turismo*, novembre 2007).

TURISMO
voci di spesa comprese nel settore
<p>spese per l'amministrazione delle attività e dei servizi relativi al turismo; interventi degli enti per la promozione del turismo e contributi a favore di questi; costruzione di infrastrutture alberghiere; contributi, correnti e in conto capitale, alle imprese e agli enti operanti nel settore; organizzazione e informazione turistica; finanziamenti alle agenzie di informazione e accoglienza turistica; contributi per costruzione, ricostruzione, ammodernamento e ampliamento di alberghi, pensioni, locande, villaggi turistici, ostelli per la gioventù, campeggi, case per ferie, nonché per manifestazioni culturali, folcloristiche, religiose e artistiche a scopo prevalente di attrazione turistica; finanziamenti a soggetti pubblici e privati per la realizzazione di progetti mirati alla promozione dell'immagine del territorio</p>
criticità del settore
voci in eccesso
<ul style="list-style-type: none"> - spese per la formazione del personale, attribuibili al settore "formazione" - spese specificamente destinate alla ricerca, attribuibili al settore "ricerca & sviluppo" - spese per parchi e riserve marine, attribuibili al settore "ambiente" - spese per impianti sportivi e piste da sci, attribuibili al settore "ambiente" - spese connesse all'attività termale, attribuibili al settore "salute" - sovvenzioni per le guide alpine, attribuibili al settore "sicurezza pubblica"
voci in difetto
<ul style="list-style-type: none"> - spese per l'attuazione delle Intese Istituzionali di Programma, dei Contratti d'Area, degli strumenti di programmazione, classificate nel settore "amministrazione generale" - somme erogate dal Fondo Innovazione Tecnologica destinate al settore turismo, classificate nel settore "industria e artigianato" - spese connesse alle attività di agriturismo nonché spese connesse alla promozione di itinerari di turismo rurale, classificate nel settore "agricoltura" - spese per rivitalizzare i centri urbani e promuovere la qualificazione dell'offerta e la migliore accoglienza dell'utenza, classificate nel settore "commercio" - spese per manifestazioni e iniziative di promozione turistica, classificate nel settore "cultura"

Fonte: Conti Pubblici Territoriali, UVAL (DPS)

CULTURA E SERVIZI RICREATIVI
voci di spesa comprese nel settore
tutela e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale; musei, biblioteche, pinacoteche e centri culturali; cinema, teatri e attività musicali; attività ricreative (parchi giochi, spiagge, aree di campeggio e relativi alloggi ammobiliati su base non commerciale, piscine, casinò e sale da gioco) e sportive; interventi per la diffusione della cultura e le manifestazioni culturali, laddove non organizzate primariamente per finalità turistiche; sovvenzioni, propaganda, promozione e finanziamento di enti e strutture a scopi artistici, culturali e ricreativi; sovvenzioni per giardini e musei zoologici; iniziative per il tempo libero; sussidi alle accademie; iniziative a sostegno delle antichità e delle belle arti; interventi per il sostegno alle attività e alle strutture dedicate al culto
criticità del settore
voci in eccesso
<ul style="list-style-type: none"> - spese per la formazione del personale, attribuibili al settore "formazione" - spese per servizi radiotelevisivi e di editoria, attribuibili al settore "telecomunicazioni" - spese specificamente destinate alla ricerca, attribuibili al settore "ricerca & sviluppo" - spese per il rimborso degli oneri sostenuti dalle imprese per l'attuazione di tirocini formativi e di orientamento a favore di giovani del Mezzogiorno, attribuibili al settore "formazione" - spese per manifestazioni e iniziative di promozione turistica, attribuibili al settore "turismo"
voci in difetto
<ul style="list-style-type: none"> - contributi ad enti per il culto, classificate nel settore "amministrazione generale" - spese per le aree archeologiche e per i musei, classificate nel settore "ambiente" - contributi ad enti e associazioni sportive per la realizzazione di iniziative e manifestazioni, classificate nel settore "istruzione" - sovvenzioni per impianti sportivi e piste da sci, classificate nel settore "istruzione"

Fonte: Conti Pubblici Territoriali, UVAL (DPS)

4.1 LA SPESA PUBBLICA PER IL TURISMO: DIMENSIONI E CARATTERISTICHE

Nell'arco dell'intero decennio 1997-2006, la spesa pubblica erogata dal complesso della Pubblica Amministrazione (PA) a favore del settore turistico "allargato"³¹ in Basilicata è quantificabile in 1.245 milioni di Euro (124,5 milioni, in media, per anno); il 17% di questo ammontare (211 milioni) è imputabile alla voce "turismo" della classificazione CPT e il restante 83% alla voce "cultura e servizi ricreativi".

In rapporto al totale della spesa pubblica (calcolata al netto delle spese per la sanità), le risorse destinate al comparto hanno inciso per il 2,48%: una quota solo lievemente inferiore a quella registrata nel resto del Paese (2,56%). Il differenziale negativo riflette, in particolare, la minore incidenza relativa della spesa iscritta alla voce "cultura e servizi ricreativi" in Basilicata; al contrario, l'impegno finanziario della PA per il settore turistico "ristretto", nella regione, è stato decisamente più sostenuto (0,42% la relativa quota sul totale della spesa pubblica, contro una media nazionale dello 0,26%).

**Tab. 4.1 - La spesa pubblica consolidata
per il settore turistico nel decennio 1997-2006
- v.a. in milioni di Euro correnti e % su tot. spesa -**

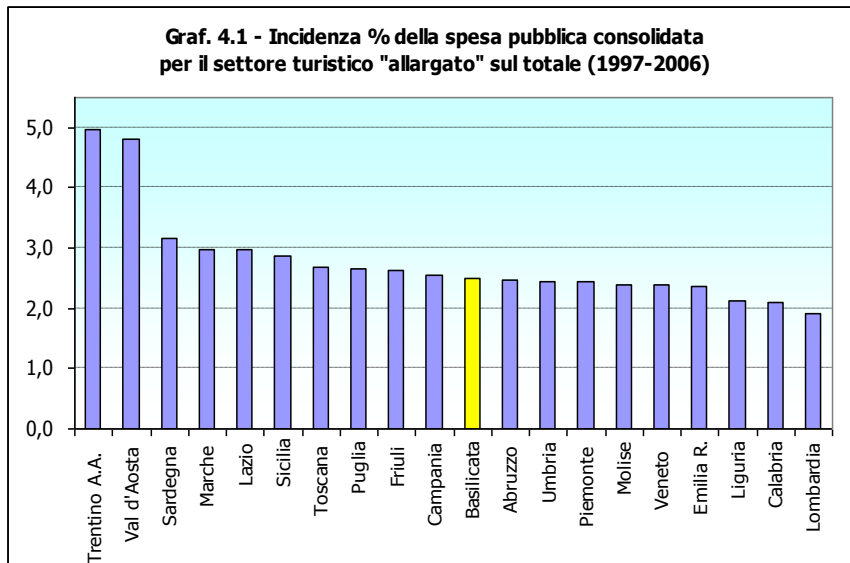
	Basilicata		Sud %	Italia %
	v.a.	%		
settore turistico "allargato"	1.245	2,48	2,65	2,56
- turismo	211	0,42	0,32	0,26
- cultura e servizi ricreativi	1.034	2,06	2,33	2,30

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

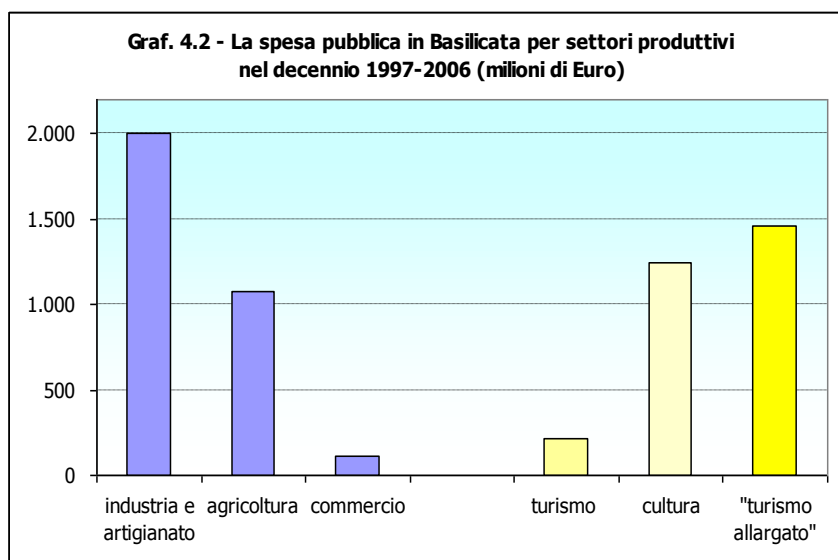
Nella graduatoria regionale di quello che potrebbe essere definito come un indice della "propensione alla spesa" per il turismo da parte della PA – graduatoria che vede ampiamente in testa le due regioni a più forte specializzazione turistica (Trentino Alto Adige e Val d'Aosta) – la Basilicata occupa una posizione mediana, con distacchi tutto sommati contenuti rispetto a regioni come la Puglia e la Campania (cfr. graf. 4.1). Tuttavia, se l'indice viene calcolato per il settore turistico "ristretto", la Basilicata si colloca al 5° posto tra le regioni italiane, preceduta soltanto dal Trentino Alto Adige, dalla Val d'Aosta e dalle due regioni insulari.

L'entità della spesa pubblica per il turismo può essere meglio apprezzata se confrontata con quella effettuata nei principali settori economici della regione (cfr. graf. 4.2). La somma complessivamente erogata al comparto turistico "allargato", ad esempio, è risultata pari al 73% circa dell'intera spesa destinata all'industria e all'artigianato nel decennio 1997-2006, e superiore del 35% a quella riservata al settore agricolo.

³¹ Di seguito, si utilizzerà il termine "settore turistico allargato" per indicare l'insieme dei due settori della classificazione CPT – il "turismo" e la "cultura e servizi ricreativi" – e il termine "settore turistico ristretto" per indicare il solo settore "turismo".



Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT



Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

Di particolare interesse è l'analisi della spesa per categoria economica.

Le spese in conto capitale hanno assorbito – nel decennio considerato – il 34,6% delle risorse finanziarie complessivamente erogate al settore turistico "allargato" in Basilicata, a fronte di una media nazionale pari al 22,0% e di una media meridionale del 20,5%; nel caso del settore turistico "ristretto" la quota ha raggiunto il 76,0%, circa 30 punti in più rispetto al resto d'Italia (cfr. tab. 4.2).

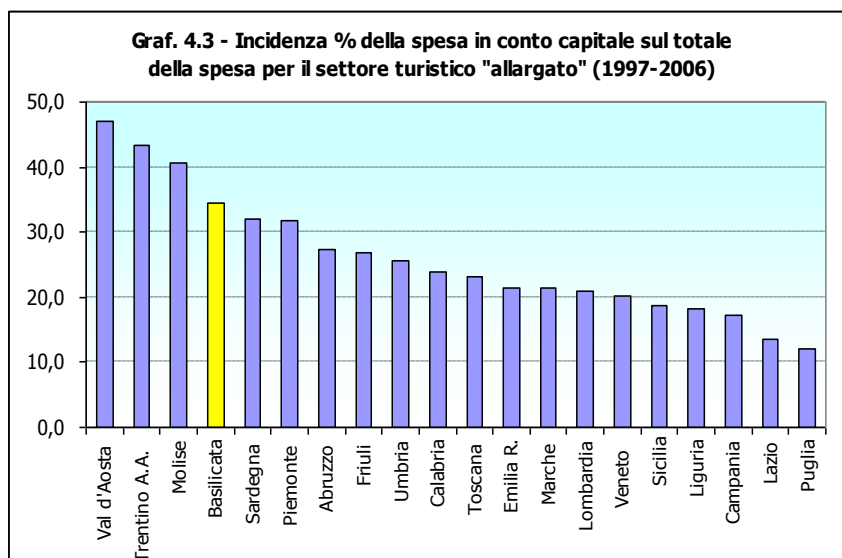
Va osservato inoltre che, nell'ambito delle spese in conto capitale, il 67% delle risorse erogate è riconducibile a investimenti pubblici in infrastrutture materiali e immateriali e soltanto il 28% a trasferimenti (in conto capitale) alle imprese.

Si può affermare, quindi, che l'intervento pubblico nel settore, in Basilicata, sia stato indirizzato – in misura molto maggiore che altrove – alla creazione delle condizioni strutturali di base per lo sviluppo del turismo (interventi di recupero e salvaguardia del patrimonio artistico e culturale, ampliamento e ristrutturazione del sistema ricettivo, ...) ³².

Tab. 4.2 - La spesa pubblica in conto capitale per il settore turistico nel decennio 1997-2006
- v.a. in milioni di Euro e % su tot. spesa per il settore -

	Basilicata		Sud	Italia
	v.a.	%	%	%
settore turistico "allargato"	431	34,6	20,5	22,0
- turismo	160	76,0	44,9	46,0
- cultura e servizi ricreativi	270	26,1	17,1	19,3

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT



Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

Con riferimento ai livelli di governo della spesa pubblica (cfr. tab. 4.3), il ruolo dello Stato nella gestione della spesa destinata al settore turistico "allargato" è ancora rilevante e pari, nell'intero periodo considerato, al 60,8%, mentre la restante quota è stata gestita direttamente dalle autonomie territoriali (amministrazioni regionali e amministrazioni locali ³³).

³² Non è un caso, del resto, che la regione abbia registrato i più elevati tassi di crescita del patrimonio ricettivo alberghiero nel corso degli ultimi 10 anni (cfr. cap. 2).

³³ Tra le amministrazioni locali sono comprese le Province, i Comuni, le Comunità Montane, le Camere di Commercio e le Università.

Nel caso del settore turistico "ristretto", tuttavia, la responsabilità della spesa è ormai interamente attestata alle autonomie locali, per effetto del processo di trasferimento delle competenze in materia, dallo Stato alle Regioni, avviato dalla L. 59/1997 (Bassanini). Sono le amministrazioni locali, in particolare, a gestire la quota più elevata di spesa (55,5%): ciò non significa che l'amministrazione regionale abbia un ruolo meno importante, ma che si rifà al principio di sussidiarietà in base al quale essa opera soprattutto attraverso trasferimenti a Comuni e Province³⁴.

Tab. 4.3 - La spesa pubblica per il settore turistico per livelli di governo nel decennio 1997-2006 in Basilicata

	totale (milioni €)	di cui (%):		
		Stato	Regioni	Enti locali
settore turistico "allargato"	1.245	60,8	8,9	30,3
- turismo	211	1,4	43,1	55,5
- cultura e servizi ricreativi	1.034	72,9	1,9	25,2

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

E' possibile, a questo punto, valutare la "propensione alla spesa" per il turismo da parte dell'insieme delle autonomie locali. In Basilicata, Regione ed Enti locali hanno destinato al settore turistico "allargato" il 4,1% della spesa complessiva effettuata nel decennio 1997-2006 (sempre calcolata al netto della voce "sanità"): si tratta di una quota inferiore sia alla media meridionale (4,6%) che nazionale (5,5%). Anche in questo caso, tuttavia, è il settore "cultura e servizi ricreativi" a far registrare un minor volume relativo di spesa rispetto al resto del Paese; al contrario, nel settore turistico "ristretto" le amministrazioni lucane hanno investito una quota più elevata del loro bilancio (1,8%, contro l'1,4% del Mezzogiorno e l'1,3% dell'Italia).

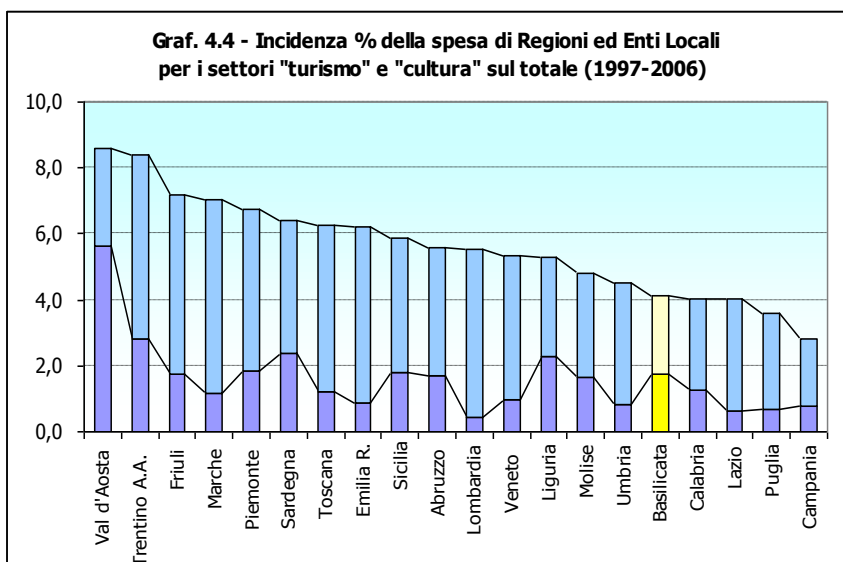
Tab. 4.4 - La spesa pubblica per il settore turistico delle Regioni e degli Enti locali nel decennio 1997-2006 - v.a. in milioni di Euro % su totale spesa -

	Basilicata		Sud	Italia
	v.a.	%	%	%
settore turistico "allargato"	489	4,1	4,6	5,5
- turismo	208	1,8	1,4	1,3
- cultura e servizi ricreativi	281	2,4	3,2	4,2

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

³⁴ La predominanza dei trasferimenti rappresenta, in effetti, una caratteristica generale della spesa delle Regioni, qualunque sia il settore considerato, con l'ovvia esclusione di quello relativo alle spese di amministrazione dell'apparato regionale (cfr. ISSIRFA - Osservatorio Finanziario Regionale, *La finanza regionale*, anni vari, ed. F. Angeli).

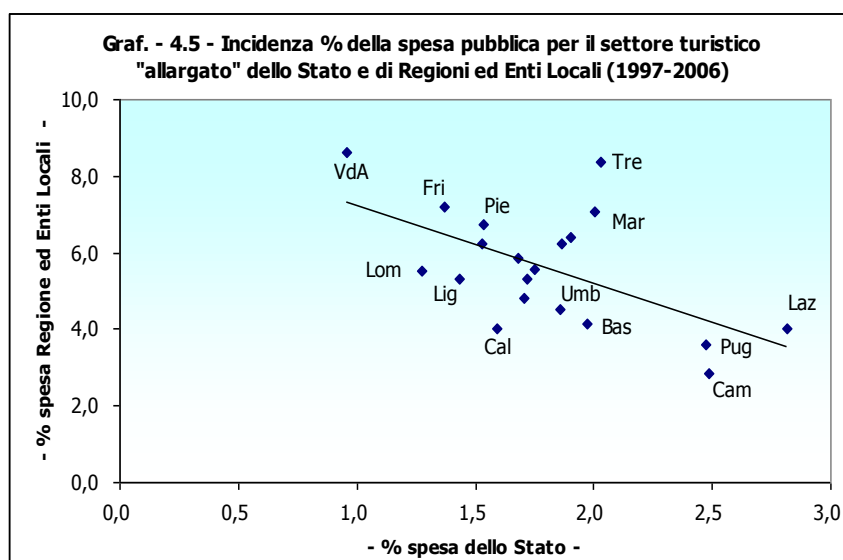
Nel confronto con le altre regioni (cfr. graf. 4.4), emerge chiaramente come il basso indice di spesa per il settore turistico "allargato" – in Basilicata – è determinato dalla relativamente modesta entità di risorse erogate al settore "cultura e servizi ricreativi". Se si considera, invece, il settore turistico "ristretto", l'indice di spesa lucano risulta tra i più elevati a livello nazionale, posizionandosi al 6° posto nella graduatoria delle 20 regioni.



n.b. : la sezione inferiore degli istogrammi si riferisce alla quota di spesa per il "turismo", quella superiore alla quota di spesa per "cultura e servizi ricreativi"

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

E' evidente, peraltro, che esiste una forte correlazione inversa tra l'"intensità" della spesa pubblica statale e quella di Regione ed Enti locali in ciascun territorio, nel senso che quanto più elevata è la prima, tanto più bassa è la seconda; il che è documentato efficacemente nel grafico seguente:



Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

Come si può osservare, la bassa propensione alla spesa per il settore turistico "allargato" da parte delle autonomie locali in Basilicata, oltrechè in regioni come la Puglia, la Campania e il Lazio, si associa ad un'elevata propensione alla spesa da parte dello Stato.

4.2 IL TREND DELLA SPESA PUBBLICA PER IL TURISMO NELL'ULTIMO DECENNIO

Nel decennio 1997-2006, la spesa pubblica per il settore turistico "allargato" ha registrato, in Basilicata, una crescita media annua, in termini nominali, del +10,8%: un valore significativamente elevato se si considera che, nello stesso periodo, l'incremento della spesa complessiva si è fermato al +1,8%. Il trend ha evidenziato, inoltre, una forte accelerazione tra il quinquennio 1997-2001 e il quinquennio successivo, passando dal +4,0 al +17,6%, in media per anno.

Anche il confronto con il resto del Paese segnala una dinamica più espansiva della spesa per il settore nella regione, nonostante l'andamento più rallentato che – in essa – ha registrato la spesa complessiva della PA. Ciò sembra confermare la crescente attenzione riservata dall'operatore pubblico al turismo lucano che, in questi anni, ha iniziato a porre le basi per il suo definitivo decollo.

Tab. 4.5 - L'evoluzione della spesa pubblica per il settore turistico
- tassi di variazione % media annua -

	Basilicata			Sud	Italia
	'97-'01	'02-'06	'97-'06	'97-'06	'97-'06
settore turistico "allargato"	4,0	17,6	10,8	8,9	8,1
- turismo	1,2	-2,5	-0,6	2,2	5,0
- cultura e servizi ricreativi	5,0	26,5	15,8	10,9	8,7
tot. spesa pubblica (a)	3,1	0,5	1,8	3,1	2,5

(a) al netto della spesa sanitaria

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

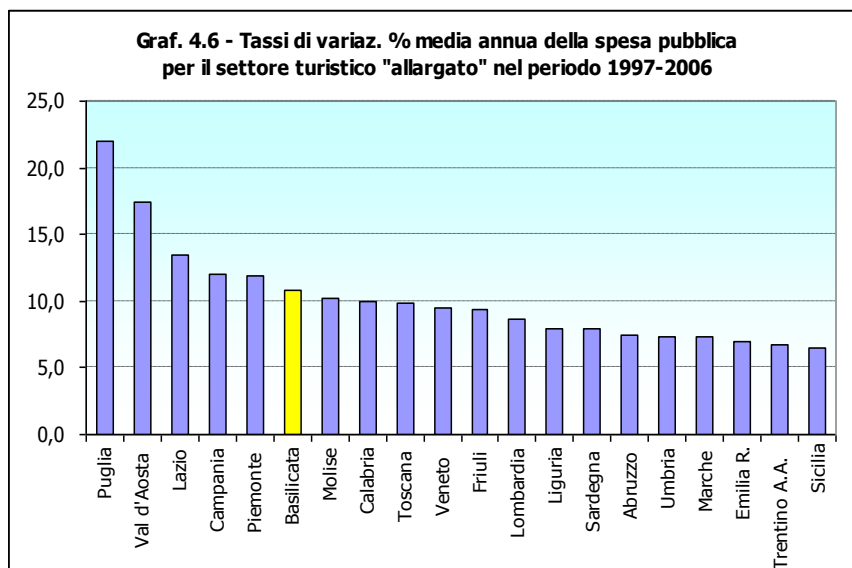
Di segno opposto, tuttavia, è risultato l'andamento della spesa all'interno delle due principali "voci" del settore: alla forte espansione delle risorse finanziarie destinate alla "cultura e servizi ricreativi" (+15,8%) è corrisposta, infatti, una flessione di quelle erogate al "turismo" (-0,6%), la cui competenza, come detto, è ormai interamente attribuita agli enti territoriali.

Nell'interpretazione di quest'ultimo dato, va tenuto presente che:

- l'incidenza della spesa per il settore turistico "ristretto" sul totale della spesa pubblica si è mantenuta più elevata in Basilicata nell'intero decennio considerato (cfr. tab. 4.1);
- nel trasferimento delle competenze di spesa in materia di turismo dallo Stato alle Regioni, il volume di risorse finanziarie messo a disposizione degli enti territoriali si

è presumibilmente ridotto rispetto a quello erogato dall'amministrazione centrale prima del conferimento ³⁵.

Il graf. 4.6 riporta la graduatoria regionale dei tassi di crescita della spesa per il settore turistico "allargato": la Basilicata, con il +10,8%, si colloca nella parte superiore della classifica, con distacchi rilevanti soltanto nei confronti della Puglia (+22,0%) e della Val d'Aosta (+17,4%).



Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT

4.3 L'IMPATTO ECONOMICO DELLA SPESA PUBBLICA PER IL TURISMO

Una prima valutazione della rilevanza economica della spesa pubblica per il turismo può essere effettuata rapportando l'ammontare delle risorse finanziarie investite al valore aggiunto e all'occupazione complessiva del comparto "alberghi e ristoranti".

A tal fine, si è considerata la sola spesa destinata al settore turistico "ristretto", più omogeneo rispetto all'aggregato degli "alberghi e ristoranti"; si tratta, pertanto, di una spesa interamente gestita dalle autonomie territoriali (Regione ed Enti locali).

Nel quinquennio 2000-2005 (periodo per il quale sono disponibili i dati di entrambe le fonti utilizzate, i Conti economici territoriali dell'ISTAT e i Conti pubblici territoriali), la spesa pubblica per il turismo in Basilicata è risultata pari all'8,0% del valore aggiunto del comparto ed a 3,2 mila Euro per occupato: in entrambi i casi, si tratta di valori più elevati della media meridionale (rispettivamente, 5,5% e 2,3 mila Euro) e nazionale (3,3% e 1,4 mila Euro).

Nella graduatoria regionale dei due indici (cfr. tab. 4.6), la Basilicata è preceduta soltanto dalla Val d'Aosta e dalle due regioni insulari, mentre notevolmente distanziate sono tutte le altre regioni meridionali.

³⁵ Cfr. Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *L'economia lucana e la finanza locale*, Potenza 2007.

Osservando la parte superiore della classifica, si può notare la presenza sia di aree a forte specializzazione turistica (Val d'Aosta, Trentino Alto Adige, Sardegna), dove l'elevato ammontare di spesa pubblica sembra riflettere proprio l'importanza del settore nell'economia locale, sia di aree – come la Basilicata e il Molise – dove la dimensione economica del turismo è ancora modesta e dove, quindi, il forte intervento pubblico sembra trovare spiegazione nella necessità di creare le condizioni per il suo sviluppo.

Tab. 4.6 - La rilevanza economica della spesa pubblica per il settore turistico "ristretto" (media periodo 2000-2005)

	spesa pubblica media annua (ml di Euro)	spesa in % su valore aggiunto turistico	spesa media per occupato (Euro)
Valle d'Aosta	47	19,2	8.522
Sicilia	202	10,2	4.258
Sardegna	114	9,5	3.832
Basilicata	21	8,0	3.151
Trentino Alto Adige	161	6,9	3.463
Molise	11	6,8	2.607
Piemonte	173	6,0	2.318
Calabria	45	5,3	2.398
Friuli Venezia Giulia	55	4,6	1.859
Liguria	83	4,5	1.885
Abruzzo	36	4,5	1.820
Marche	31	2,8	1.121
Umbria	18	2,7	1.033
Campania	68	2,5	1.023
Toscana	83	2,1	872
Lazio	94	2,0	890
Puglia	32	1,9	794
Emilia Romagna	63	1,5	620
Veneto	72	1,4	633
Lombardia	69	1,0	397
Mezzogiorno	528	5,5	2.268
Italia	1.477	3,3	1.384

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT e ISTAT

L'aspetto più interessante, tuttavia, non è costituito tanto dall'entità di risorse finanziarie pubbliche erogate a favore del turismo, quanto piuttosto dalla capacità di tale spesa di indurre lo sviluppo del settore. A tal fine è stata calcolata la crescita media annua del valore aggiunto del comparto "alberghi e ristoranti" per ogni Euro di spesa pubblica (cfr. tab. 4.7) ³⁶.

In Basilicata un Euro di spesa pubblica ha determinato una crescita di 63 centesimi del valore aggiunto del settore, in media all'anno, contro i 73 centesimi del Mezzogiorno ed i 93 dell'Italia. Nella graduatoria regionale dell'indice si può notare come le aree dove la spesa ha attivato una crescita maggiore del settore (Lombardia, Campania, Veneto, Lazio) sono anche quelle dove l'intervento pubblico "pesa" di meno (cfr. tab. 4.6); analogamente, l'impatto della spesa sulla crescita del valore aggiunto è risultato molto basso nelle aree dove la stessa ha un rilievo maggiore (Val d'Aosta, Trentino Alto Adige, Sardegna e la stessa Basilicata).

³⁶ Si tratta, evidentemente, di un esercizio puramente teorico, dal momento che una valutazione di impatto della spesa pubblica è operazione molto più complessa.

Nell'interpretazione del dato lucano, va tenuto presente che la Basilicata (insieme a Campania e Piemonte) è la regione che ha fatto registrare i più elevati tassi di incremento del valore aggiunto turistico nel periodo considerato, a differenza delle altre regioni che presentano un basso indice di impatto della spesa, dove la crescita del valore aggiunto è stata assai modesta. Ciò porterebbe a concludere che, mentre per quest'ultime regioni l'indice potrebbe riflettere un andamento relativamente meno favorevole del settore sul piano congiunturale, per la Basilicata il problema potrebbe riguardare, in misura maggiore, l'efficienza della spesa pubblica.

Analogamente sfavorevole, alla nostra regione, è anche il confronto (con il resto del Paese) rispetto ad un altro indice utilizzato per misurare l'impatto economico della spesa pubblica, vale a dire, l'ammontare medio degli investimenti realizzati nel settore per ogni Euro di spesa (cfr. colonna di destra della tab. 4.7): 2,96 Euro il valore della Basilicata, contro i 3,74 del Mezzogiorno e i 4,87 dell'Italia.

Tab. 4.7 - L'impatto economico della spesa pubblica per il settore turistico "ristretto" nel periodo 2000-2005
- valori in Euro correnti -

crescita media del valore aggiunto per ogni Euro di spesa pubblica		investimenti medi realizzati per ogni Euro di spesa pubblica (a)	
Lombardia	2,67	Lombardia	15,21
Campania	2,40	Puglia	12,81
Veneto	2,11	Veneto	11,44
Lazio	1,85	Emilia Romagna	9,03
Toscana	1,64	Campania	7,77
Puglia	1,64	Umbria	7,68
Marche	1,04	Toscana	7,62
Piemonte	0,94	Lazio	6,97
Umbria	0,81	Marche	5,44
Liguria	0,74	Abruzzo	4,75
Calabria	0,69	Calabria	4,65
Basilicata	0,63	Trentino A. A.	3,14
Abruzzo	0,58	Basilicata	2,96
Molise	0,40	Molise	2,96
Sicilia	0,36	Friuli	2,91
Emilia Romagna	0,26	Piemonte	2,18
Friuli	0,24	Sardegna	2,03
Sardegna	0,23	Liguria	1,91
Trentino A. A.	0,22	Sicilia	1,73
Valle d'Aosta	0,04	Valle d'Aosta	0,93
Mezzogiorno	0,73	Mezzogiorno	3,74
Italia	0,93	Italia	4,87

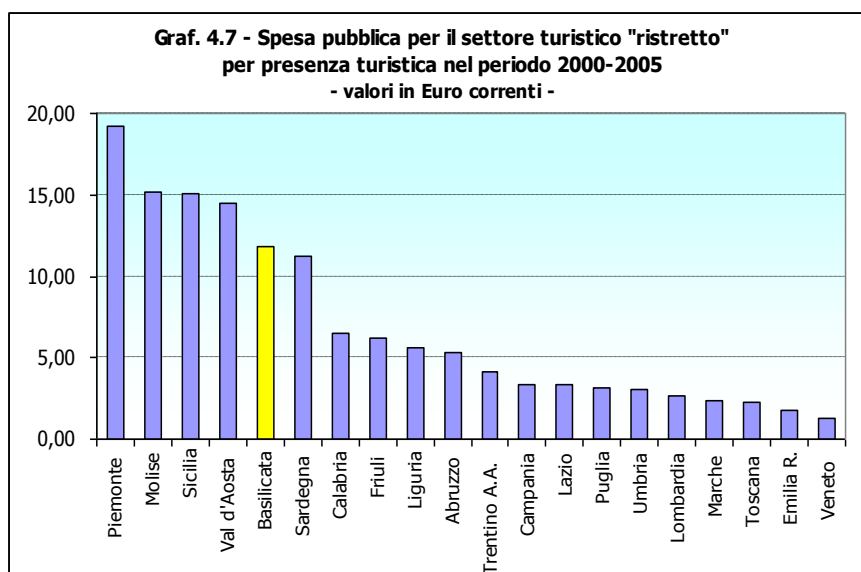
(a) periodo 2000-2004

Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT e ISTAT

Si è cercato, infine, di misurare la rilevanza della spesa pubblica in rapporto alla dimensione fisica del fenomeno turistico, quantificando l'ammontare medio di spesa per presenza registrata nelle strutture ricettive nell'intero quinquennio 2000-2005 (cfr. graf. 4.7).

In Basilicata, Regione ed Enti locali hanno speso, mediamente, 11,84 Euro per presenza turistica: un valore quasi doppio rispetto alla media meridionale (6,91 Euro) e ancor più elevato rispetto a quella nazionale (4,26 Euro).

Soltanto in 4 regioni si è speso di più, tra queste il Piemonte (quasi 20 Euro per presenza) dove, probabilmente, hanno inciso in misura significativa le spese legate all'organizzazione delle Olimpiadi invernali del 2006.



Fonte: ns. elaborazioni su dati CPT e ISTAT

In conclusione, la spesa pubblica ha offerto un contributo importante allo sviluppo del settore turistico in Basilicata nell'ultimo decennio, orientandosi soprattutto sugli investimenti in infrastrutture materiali e immateriali e, quindi, su interventi in grado di creare le condizioni di base per un'offerta turistica adeguata.

Le risorse destinate al settore (incluso in esso anche la "cultura e i servizi ricreativi") hanno registrato inoltre tassi di crescita, nella regione, decisamente più elevati rispetto al resto del Paese, sebbene – nell'intero decennio – la loro incidenza sulla spesa pubblica complessiva sia rimasta inferiore alla media.

La spesa pubblica erogata a favore del settore turistico "ristretto" nel quinquennio 2000-2005, infine, ha contribuito in misura significativa all'"attivazione economica" del comparto, evidenziando tuttavia qualche problema di efficienza, nel senso che – a fronte delle risorse investite – la crescita del valore aggiunto turistico (comunque, una delle più elevate tra le regioni italiane) è risultata proporzionalmente meno intensa.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AA.VV, *Rapporto sul turismo italiano*, 2006/2007, XV Edizione, Mercury, Firenze, 2006
- AA.VV, *Misurare i risultati dell'intervento pubblico: i numeri per valutare gli effetti territoriali delle politiche*, Materiali UVAL n. 6-2005
- Banca d'Italia, *Turismo internazionale dell'Italia*, in d.a.t.i. – dati analitici turismo internazionale, <http://uif.bancaditalia.it>
- Cooper C. e altri, *Economia del Turismo: teoria e pratica*, Zanichelli, Bologna 2002
- Costa P., Manente M., *Economia del turismo – Modelli di analisi e misura delle dimensioni economiche del turismo*, Touring University Press, Milano 2000
- Costa P., Manente M., Furlan M. C. (a cura di), *Politica economica del turismo*, Touring University Press, Milano 2001
- Centro Studi Confindustria, *L'industria turistica in Italia*, Note Economiche n. 3, luglio 2007
- Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *Il turismo culturale in Basilicata: realtà e prospettive di un fenomeno in crescita*, Potenza 2008
- Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *L'economia lucana e la finanza locale*, Potenza 2007;
- Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *La spesa per il turismo in Basilicata: soggetti, risorse, finalità, effetti*, Rapporto dell'Osservatorio Turistico Regionale, ed. Regione Basilicata, Potenza 2004;
- Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *Il ruolo del turismo nell'economia lucana*, Rapporto annuale dell'Osservatorio Turistico Regionale, ed. Regione Basilicata, Potenza 2003
- Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *L'offerta turistica lucana e l'intermediazione organizzata*, Rapporto annuale dell'Osservatorio Turistico Regionale, ed. Regione Basilicata, Potenza 2002
- Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *La competitività del sistema turistico lucano: condizioni e vincoli*, Rapporto annuale dell'Osservatorio Turistico Regionale, ed. Regione Basilicata, Potenza 2001
- M. Manente, *Le condizioni territoriali per la creazione di valore aggiunto locale: l'indotto attivabile*, paper presentato al convegno su "Risorse naturali e culturali come attrattori", Roma, 2005
- Touring Club Italiano, *L'Annuario del Turismo e della Cultura*, anno 2008
- Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema informativo Excelsior 2008, *I fabbisogni occupazionali delle imprese del turismo per il 2008*, Roma 2008