

Unioncamere Basilicata

**RAPPORTO ANNUALE 2002
DELL'OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE**



***Il ruolo del turismo nell'economia lucana
Implicazioni sulle politiche di settore***

Marzo 2003

Il rapporto è stato curato dal Centro Studi Unioncamere Basilicata (coordinatore Franco Bitetti) in collaborazione con un'équipe di Gruppo CLAS diretta da Andrea Macchiavelli.

La redazione del rapporto è da attribuirsi a:

Franco Bitetti: capp. 1 e 5

Andrea Macchiavelli: capp. 2,3,4 e 6

Indice

1. IL TURISMO NELL'ECONOMIA REGIONALE	<u>7</u>
1.1 <u>IL RUOLO ECONOMICO DEL TURISMO: ASPETTI METODOLOGICI</u>	<u>7</u>
1.2 <u>UNA PRIMA VALUTAZIONE DELLA DIMENSIONE ECONOMICA DEL TURISMO IN BASILICATA</u>	<u>10</u>
1.3 <u>L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO A LIVELLO REGIONALE</u>	<u>16</u>
<u>La spesa turistica in Basilicata</u>	<u>18</u>
<u>Il turismo di ritorno e la spesa del turista estero</u>	<u>23</u>
<u>Il valore aggiunto attivato dalla spesa turistica</u>	<u>25</u>
<u>L'interscambio regionale e gli effetti di dispersione</u>	<u>29</u>
1.4 <u>IL GRADO DI INTEGRAZIONE DELL'INDUSTRIA ALBERGHIERA NELL'ECONOMIA LOCALE</u>	<u>33</u>
<u>Il rapporto con il mercato dei beni di consumo</u>	<u>34</u>
<u>Il rapporto con il mercato dei servizi</u>	<u>36</u>
<u>Il rapporto con il mercato del lavoro</u>	<u>37</u>
<u>Il ruolo delle forme aggregative tra gli operatori alberghieri</u>	<u>38</u>
<u>2. CONSISTENZA E FISIONOMIA DEL FENOMENO TURISTICO</u>	<u>39</u>
<u>2.1 LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI FLUSSI</u>	<u>39</u>
<u>2.2 I CARATTERI DEL TURISMO NELLE AREE LUCANE</u>	<u>41</u>
<u>2.3 LA DINAMICA TURISTICA NELL'ULTIMO QUINQUENNIO</u>	<u>43</u>
<u>2.4 LA DOMANDA TURISTICA: LA BASILICATA E LE ALTRE REGIONI MERIDIONALI</u>	<u>45</u>
<u>2.5 L'OFFERTA RICETTIVA OGGI</u>	<u>47</u>
<u>2.6 LO SVILUPPO DELL'OFFERTA RICETTIVA</u>	<u>50</u>
<u>2.7 IL GRADO DI UTILIZZO DELLE STRUTTURE</u>	<u>51</u>
<u>2.8 L'OFFERTA RICETTIVA: LA BASILICATA E LE ALTRE REGIONI MERIDIONALI</u>	<u>53</u>
<u>3. LE IMPRESE TURISTICHE</u>	<u>55</u>
<u>3.1 L'IMPRENDITORIALITA' TURISTICA E LA SUA EVOLUZIONE</u>	<u>55</u>
<u>3.2 LA FORMA GIURIDICA, L'ETA' E LA CONSISTENZA PATRIMONIALE</u>	<u>57</u>
<u>3.3 L'IMPRENDITORIALITA' TURISTICA LUCANA A CONFRONTO</u>	<u>59</u>

<u>4. L'OCCUPAZIONE NEL "CORE BUSINESS"</u>	<u>60</u>
<u>4.1 PREMESSA</u>	<u>60</u>
<u>4.2 ADDETTI E DIPENDENTI</u>	<u>61</u>
<u>4.3 LA DINAMICA OCCUPAZIONALE PIÙ RECENTE E LE ASPETTATIVE DELLE IMPRESE</u>	<u>62</u>
<u>5. L'INTERVENTO PUBBLICO NEL TURISMO</u>	<u>67</u>
<u>5.1 LA SPESA REGIONALE PER IL TURISMO</u>	<u>67</u>
<u>5.2 L'IMPATTO ECONOMICO DELLA SPESA REGIONALE</u>	<u>72</u>
<u>6. PER UN INDIRIZZO DI POLITICA TURISTICA</u>	<u>77</u>
<u>6.1 DALL'ATTIVITÀ DELL'OTR AD UN DISEGNO ORGANICO PER LA POLITICA TURISTICA REGIONALE</u>	<u>77</u>
<u>6.2 IL TURISMO: INDUSTRIA GIOVANE DELLA BASILICATA</u>	<u>78</u>
<u>6.3 IL CONSOLIDAMENTO DELLO SVILUPPO</u>	<u>80</u>
<u>6.4 ALLA RICERCA DI UN TURISTA PIÙ EVOLUTO</u>	<u>84</u>
<u>6.5 UN INTERVENTO PUBBLICO PIÙ SELETTIVO</u>	<u>85</u>

Introduzione

Il turismo comincia a rappresentare una componente significativa nell'economia lucana. Esplorarne le diverse implicazioni costituisce la base per conoscerne i diversi aspetti, per capirne le dinamiche, per intuirne le prospettive in termini di potenzialità di attivazione di attività indirette o indotte. Ciò riveste ancora maggior interesse in quanto le dinamiche turistiche risultano in Basilicata particolarmente accentuate: gli anni più recenti evidenziano, infatti, una crescita molto forte di tutti gli indicatori e inducono a ritenere che lo sviluppo turistico nei prossimi anni potrà far registrare ulteriori incrementi significativi.

Un'analisi del ruolo economico svolto dal turismo in una regione non è impresa facile. Come è noto, il turismo è definito da un insieme di attività produttive che sono trasversali rispetto a tutti i settori economici; conseguentemente, quando si tenta di circoscrivere il fenomeno attorno ad alcune di esse e si procede ad una tradizionale analisi di settore (come del resto è stato fatto, in parte, anche in questo studio) si coglie solo una parte del complesso di attività che si sviluppano per effetto del fenomeno turistico. Proprio per questo le analisi economiche sul turismo tendono a procedere per stime macroeconomiche, muovendo dai consumi turistici e cercando di verificare quale volume di attività economiche essi generano. Sul piano regionale, tuttavia, la base informativa per procedere in questa direzione è scarsa e consente di pervenire a risultati altrettanto parziali.

Per tali motivi, in questo Rapporto, l'obiettivo di indagare il ruolo economico del turismo in Basilicata è stato perseguito ricorrendo a metodologie ed a fonti diverse, nella prospettiva di acquisire tutti i possibili elementi utili ad inquadrare il fenomeno turistico all'interno dell'economia lucana. Ciò ha consentito di esplorare aspetti diversi, tra loro strettamente complementari, il cui insieme consente una lettura adeguatamente approfondita di ciò che il turismo rappresenta oggi nella regione e di ciò che esso potrebbe rappresentare nei prossimi anni, alla luce delle dinamiche in corso.

Il primo capitolo ha come obiettivo quello di individuare la consistenza dei più importanti aggregati economici generati dal turismo (consumi, valore aggiunto, investimenti). Facendo riferimento alle analisi disponibili a livello nazionale è stato possibile scorporare e approfondire le componenti regionali di tale fenomeno. Particolare attenzione è stata posta nell'indagare il "livello di sistema", e perciò di integrazione tra le attività economiche presente nella regione; a tal fine, si è ritenuto utile procedere anche ad una analisi diretta presso le maggiori strutture alberghiere allo scopo di verificare in che misura gli operatori di maggiori dimensioni si avvalgono di relazioni dirette con fornitori di servizi presenti nella regione.

L'analisi del fenomeno turistico attraverso l'analisi dei flussi e delle componenti dell'offerta costituisce un passaggio indispensabile per capire la situazione attuale e, soprattutto, le dinamiche più recenti. Ad essa è dedicato il secondo capitolo, che presenta un quadro aggiornato, ma soprattutto articolato su piano territoriale, della consistenza della domanda e dell'offerta. Da qui, oltre che attraverso le variabili economiche, emerge la notevole crescita del turismo lucano negli ultimi anni e la sua evoluzione quantitativa.

I capitoli 3 e 4 sono dedicati alla struttura produttiva, necessariamente limitata alle attività del cosiddetto "core business" (ricettività, ristorazione, intermediazione); il primo analizza la consistenza e le caratteristiche strutturali delle imprese che operano nel turismo, dal quale emerge un panorama assai frammentato; il secondo è dedicato alla manodopera impegnata nelle stesse attività del "core business" che, coerentemente con tutte le altre variabili analizzate, evidenzia dinamiche recenti assai forti.

Alla spesa regionale per il turismo ed alle sue implicazioni è dedicato il quinto capitolo. Viene qui analizzata, attraverso i dati di spesa, la politica regionale a sostegno delle attività turistiche ed il gra-

do della sua efficacia ed efficienza.

Infine, analogamente a tutti i Rapporti annuali dell'OTR, il lavoro si conclude con alcune indicazioni di politica turistica conseguenti al tipo di analisi effettuata, ponendo attenzione soprattutto alla componente di debolezza che uno sviluppo turistico quantitativamente forte potrebbe portare con sé e quindi alla opportunità di rafforzarne la dimensione qualitativa.

Dall'analisi emerge una "fotografia" assai completa e nitida delle componenti economiche del turismo lucano; in un'ottica di Osservatorio dei fenomeni turistici, la messa a fuoco dell'attuale ruolo che il turismo riveste nell'economia regionale può dunque costituire il punto di riferimento-base sul quale innestare, tra alcuni anni, analisi di aggiornamento che consentano di verificare il potenziale effettivamente espresso dal comparto turistico nelle sue varie componenti.

1. IL TURISMO NELL'ECONOMIA REGIONALE

1.1 IL RUOLO ECONOMICO DEL TURISMO: ASPETTI METODOLOGICI

La valutazione del ruolo economico del turismo è una questione di particolare importanza sotto il profilo della definizione delle politiche per il settore, ma la cui definizione e misurazione è di notevole complessità.

Il motivo di tale complessità sta nell'atipicità del settore turistico; atipicità che dipende essenzialmente dal fatto che "da un punto di vista macro-economico, il turismo non è altro che un'attività di consumo finale o intermedio"¹.

Trattandosi fondamentalmente di un consumo, esso si esprime in una pluralità di comportamenti, tra loro assai diversi, che interessano numerose tipologie di attività produttive, non aggregabili in un'unica categoria settoriale o merceologica, per quanto ampia si possa considerare.

Ne consegue che, mentre la produzione di beni o altri servizi rimanda a categorie/merceologie produttive ben identificabili, sulla base di input e processi produttivi omogenei, nel caso del turismo ci si trova di fronte ad una molteplicità di produttori, alcuni dei quali svolgono un'attività esclusivamente o prevalentemente orientata al consumo turistico (gli esercizi alberghieri, le agenzie viaggi, le guide turistiche, alcuni specifici servizi di trasporto), altri invece producono beni e servizi che, pur soddisfacendo – a diversi livelli e diversa intensità – la domanda dei turisti, sono destinati anche ai residenti (le imprese di trasporto e comunicazione, le imprese commerciali, le agenzie di locazione di immobili, le imprese di servizi ricreativi e culturali, ...).

Per dare un'idea della complessità ed eterogeneità delle attività economiche interessate dal fenomeno turistico, nella Tab. 1.1 è riportata la composizione dei consumi turistici in Italia per settori produttivi.

¹ Cfr. Keller P., Les initiatives en faveur de l'emploi dans le tourisme, in Commissione Europea, "L'emploi et le tourisme: orientations pou l'action" – Rapporto Finale, Lussemburgo 1997.

Degli 80,2 milioni di Euro spesi dai turisti in Italia nel 2001, gli acquisti di servizi ricettivi e di ristorazione (comparto "Alberghi e ristoranti") rappresentano il 34,6% del totale; seguono – in ordine di importanza – il comparto commerciale (15,6% 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 rappresentata dalla "locazione di fabbricati" (9,2%), che comprende le attività di affitto di case, appartamenti e camere di vacanza ai turisti stessi.

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

Accanto ai settori produttivi che contribuiscono in modo diretto all'offerta di beni e servizi acquistati (in proporzioni più o meno ampie) 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,).

Se, dunque, è 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 la domanda turistica.

Tale quota raggiunge il 100%, ovviamente, nelle attività finalizzate proprio all'accoglienza e all'intermediazione turistica (alberghi ed esercizi complementari, agenzie di viaggi e tour operator). Per i pubblici esercizi, che nella classificazione settoriale adottata dalla contabilità nazionale sono associati al comparto alberghiero, viene stimato, invece, un coinvolgimento turistico del 37%.

Con riferimento agli altri settori, la quota di produzione legata al fenomeno turistico si attesta intorno al 10-15% in agricoltura, nei trasporti e nei servizi ricreativi; mentre nell'ambito della trasformazione industriale il coinvolgimento turistico varia dal 9% per gli articoli in pelle al 20% per i prodotti dolciari (Graf. 1.1).

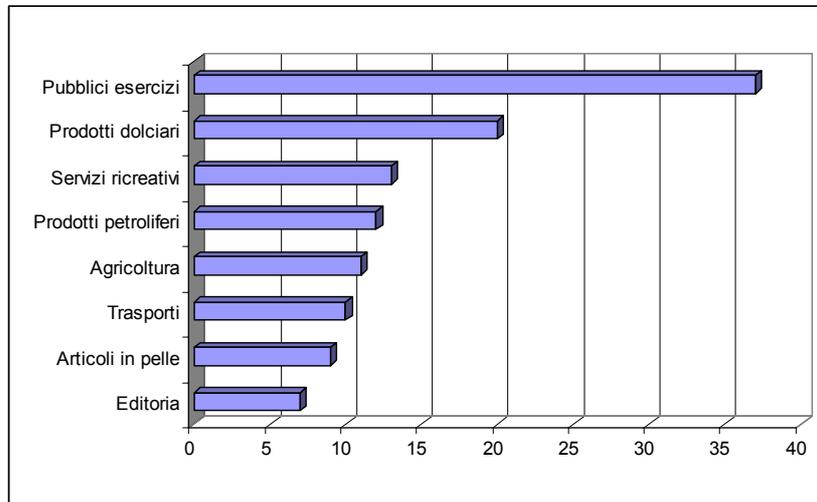
Tab. 1.1 La composizione per settori produttivi dei consumi turistici in Italia nel 2001

- Valori assoluti in milioni di Euro correnti -

	v.a.	%
Alberghi e ristoranti	27.773	34,6
Commercio	12.482	15,6
Altri prodotti della trasf. industriale	8.466	10,6
Locazione di fabbricati	7.364	9,2
Alimentari	6.717	8,4
Attività ricreative	5.666	7,1
Prodotti energetici	3.794	4,7
Tessili e cuoio	3.376	4,2
Trasporti	1.983	2,5
Agricoltura	1.805	2,3
Servizi vari	443	0,6
Costruzioni	182	0,2
Inter. monetaria e finanziaria	144	0,2
TOTALE	80.195	100,0

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

Graf. 1.1 Il coinvolgimento turistico di alcuni settori produttivi
- Quota % di produzione legata al turismo -



Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

In conclusione, il turismo si configura come un consumo *trasversale* rispetto all'insieme dei settori e delle attività produttive, nel senso che, in varia misura, li coinvolge pressoché tutti.

Volendo perciò valutare il ruolo economico del turismo, quantificandone l'impatto che esso genera sulle principali grandezze che misurano le *performance* di un'economia (valore aggiunto, occupazione, base produttiva, interscambio commerciale) e dovendo, a tal fine, trattare il turismo come un settore produttivo, ci si trova immediatamente di fronte alla difficoltà di delimitarne i contorni.

Le stesse informazioni statistiche ufficiali scontano tali difficoltà di definizione e si limitano a descrivere il fenomeno in termini di movimento fisico delle persone (arrivi e presenze), cioè attraverso grandezze che non consentono alcuna valutazione economica nei termini sinteticamente richiamati.

I tentativi di definizione e misurazione dell'impatto economico del turismo fanno riferimento essenzialmente a due criteri:

- il primo metodo consiste nell'identificare "a priori" i settori che si ritiene appartengano all'industria dei viaggi e del turismo, procedendo successivamente all'analisi economica degli stessi attraverso le fonti statistiche tradizionali (relative alle imprese, all'occupazione, al valore aggiunto, agli investimenti). I settori solitamente associati all'attività turistica, in particolare, sono gli "alberghi e la ricettività complementare", i "ristoranti" (che insieme ai "bar" sono compresi nel comparto dei "pubblici esercizi") e le "agenzie di viaggio"²;
- il secondo metodo consiste, invece, nel derivare le attività appartenenti al settore da ciò che i turisti consumano e, quindi, da una stima della spesa effettuata dagli stessi; da tale stima si perviene poi alla quantificazione del valore aggiunto e dell'occupazione che, nelle diverse attività economiche, risultano collegati al turismo.

Questo secondo approccio, che è stato sperimentato in Italia dal Ciset (uno dei più importanti Istituti europei di ricerca sul turismo), 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.

² Questi settori sono classificati con i seguenti codici ATECO91:

- "alberghi e ricettività complementare": 5510 e 5520
- "ristoranti": 5530
- "agenzie di viaggio" 6330

Tuttavia, l'opportunità di sviluppare un'analisi del fenomeno turistico più articolata possibile e la conseguente necessità di disporre di una batteria diversificata di fonti informative, hanno suggerito l'utilizzo di entrambe le metodologie di misurazione e stima.

Del resto, non tutte le informazioni contenute nel modello elaborato dal Ciset sono disponibili anche a livello regionale (è il caso, ad esempio, dei dati sull'occupazione); mentre altri importanti aspetti legati al ruolo del turismo nell'economia locale (come le dimensioni e le caratteristiche della sua base imprenditoriale) sono indagabili soltanto attraverso le fonti statistiche che fanno riferimento alla classificazione tradizionale delle attività economiche.

1.2 UNA PRIMA VALUTAZIONE DELLA DIMENSIONE ECONOMICA DEL TURISMO IN BASILICATA

Una prima valutazione dell'importanza economica che il turismo riveste in ambito regionale può essere effettuata ricorrendo ai dati di contabilità nazionale e regionale di fonte ISTAT relativi al settore "alberghi e pubblici esercizi" che, a livello macroeconomico, rappresenta l'unica branca di attività assimilabile al settore turistico.

Si è già osservato che tale comparto, pur evidenziandosi per la sua importanza nei confronti del consumo turistico, è ben lontano dal comprendere tutta la produzione turistica e che non tutti i servizi da esso erogati sono destinati al consumo suddetto³.

In Basilicata il valore aggiunto realizzato dagli "alberghi e pubblici esercizi" ha raggiunto – nel 2000 – i 225 milioni di Euro, che rappresentano il 2,9% della ricchezza complessiva prodotta dal sistema economico regionale.

Tale quota risulta inferiore sia alla media nazionale che, nel medesimo anno, si è attestata al 3,7%, sia alla media meridionale (3,3%), segnalando una minore specializzazione relativa della regione in queste attività.

Tab. 1.2 Il valore aggiunto del settore "alberghi e pubblici esercizi"
- Valori assoluti in milioni di Euro correnti e % su PIL -

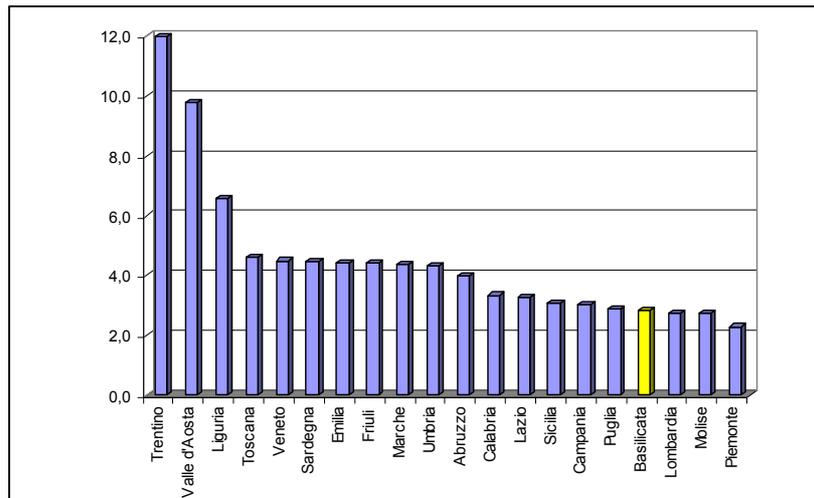
	1995		2000	
	valori assoluti	% su PIL	Valori assoluti	% su PIL
Basilicata	146	2,4	225	2,9
Mezzogiorno	5.803	2,9	8.078	3,2
ITALIA	28.989	3,5	38.855	3,7

Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

³ Soltanto gli "alberghi", infatti, svolgono un'attività esclusivamente orientata alla domanda turistica; mentre nel caso dei pubblici esercizi (che comprendono ristoranti e bar) la quota di produzione imputabile al turismo è inferiore al 40% (cfr. Graf. 1.1).

Nella graduatoria regionale del contributo degli “alberghi e pubblici esercizi” alla formazione del PIL complessivo (Graf. 1.2), dove risaltano le percentuali decisamente elevate di Trentino e Val d’Aosta, la Basilicata occupa il quartultimo posto insieme alla Puglia, seguita da Lombardia e Piemonte, regioni in cui la presenza di un tessuto economico ampio e diversificato riduce, evidentemente, il “peso” relativo del settore.

Graf. 1.2 L'incidenza % del valore aggiunto del settore “alberghi e pubblici esercizi” sul PIL regionale



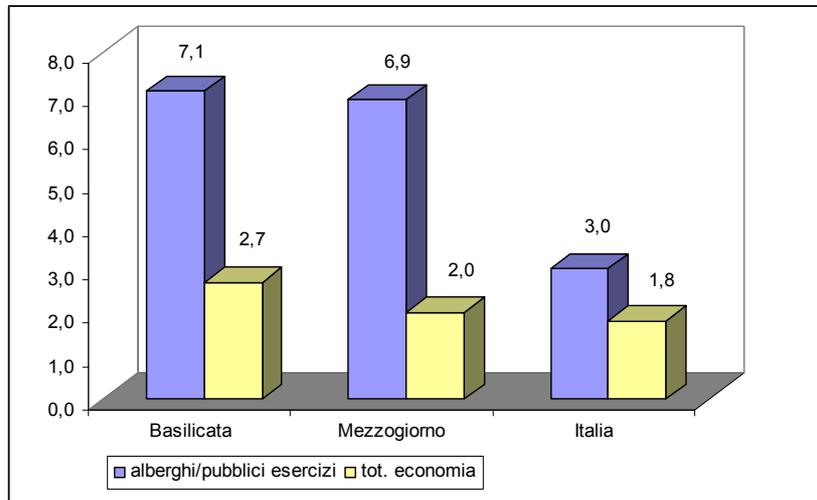
Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Nel quinquennio 1995-2000, il valore aggiunto degli “alberghi e pubblici esercizi” in Basilicata ha evidenziato un elevato dinamismo (Graf. 1.3), registrando un tasso medio annuo di crescita tre volte superiore a quello dell’intera economia (+7,1% contro +2,7%), cosicché è notevolmente aumentata la sua quota sul PIL regionale (dal 2,4 al 2,9%).

Tale dinamismo è risultato, inoltre, molto più accentuato rispetto a quello che ha caratterizzato il settore a livello nazionale, dove la crescita media è stata del +3,0%; in effetti, dopo la Sicilia, la Basilicata è la regione con i maggiori incrementi di valore aggiunto prodotto da questa componente dell’offerta turistica (Graf. 1.4).

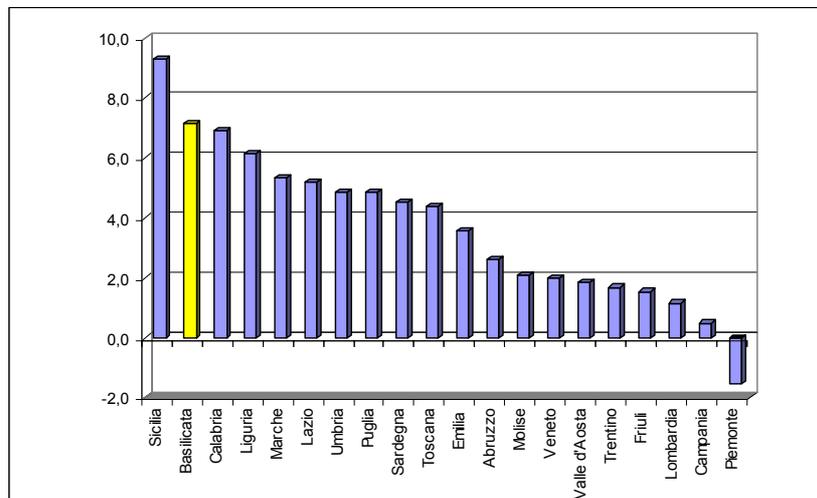
Data la natura del prodotto turistico, l’evoluzione del valore aggiunto in esame tende a corrispondere a quella della relativa domanda: il tasso medio annuo di variazione delle presenze in Basilicata, sempre nel periodo 1995-2000, è stato del +10,5%, il più elevato a livello nazionale (nell’intero Paese, infatti, il movimento turistico complessivo è aumentato soltanto del 3,5%, mentre nel Mezzogiorno l’incremento è stato del 4,9% in media all’anno).

Graf. 1.3 La crescita media annua del valore aggiunto del settore "alberghi e pubblici esercizi" e dell'intera economia nel periodo 1995-2000 (%)



Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Graf. 1.4 La crescita media annua regionale del valore aggiunto del settore "alberghi e pubblici esercizi" nel periodo 1995-2000 (%)



Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Nei conti economici territoriali è disponibile anche il dato relativo all'occupazione che – nel 2000 – ammontava, nell'intero comparto degli "alberghi e pubblici esercizi", a 7,1 mila unità, 3,9 mila delle quali (pari al 54,9% del totale) costituite da lavoratori dipendenti e le restanti 3,2 mila da lavoratori indipendenti.

Il contributo di questo comparto all'occupazione complessiva della Basilicata è pari al 3,7%: una quota pressoché analoga alla media meridionale (3,6%), ma molto inferiore alla media nazionale (4,6%).

Anche in questo caso, i trend del quinquennio segnalano un maggior dinamismo del comparto a livello regionale, dove l'occupazione è aumentata, mediamente, del 4,6% all'anno (per un saldo occupazionale complessivo pari a +1,4 mila unità), contro il 3,1% del Mezzogiorno e il 2,9% dell'Italia (Graf. 1.5).

In tutti e tre gli ambiti territoriali, inoltre, la crescita è risultata ampiamente superiore a quella registrata nelle restanti attività economiche.

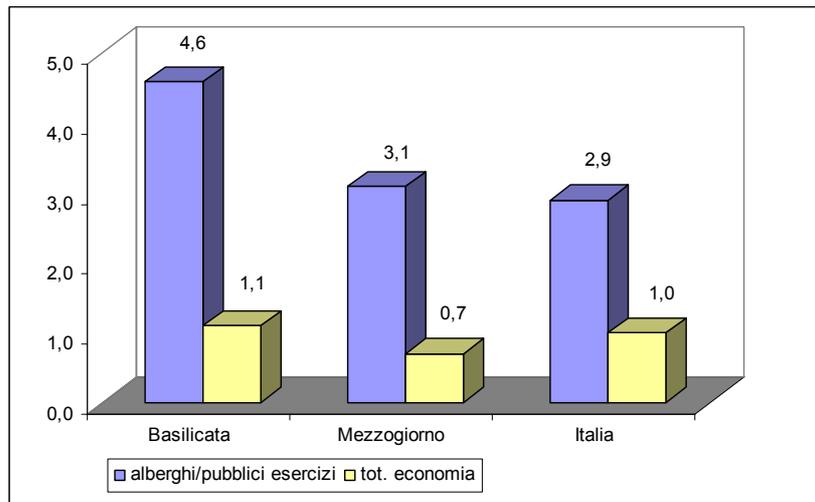
E' interessante poi osservare che, in Basilicata, quasi l'80% dell'occupazione aggiuntiva realizzata dagli "alberghi e pubblici esercizi" è costituita da lavoratori dipendenti, la cui quota sul totale, quindi, è notevolmente aumentata (dal 49,1% del 1995 al 54,9% del 2000), avvicinandosi alla media nazionale (pari al 55,9%); e ciò sembrerebbe indicare una positiva tendenza al rafforzamento delle strutture organizzative aziendali.

Tab. 1.3 L'occupazione nel settore "alberghi e pubblici esercizi"
- Valori assoluti in migliaia di unità -

	1995		2000	
	Occupati nel settore	% su tot. occupati	Occupati nel settore	% su tot. occupati
Basilicata	5,7	3,1	7,1	3,7
Mezzogiorno	200,7	3,2	233,7	3,6
Italia	915,1	4,2	1.055,3	4,6

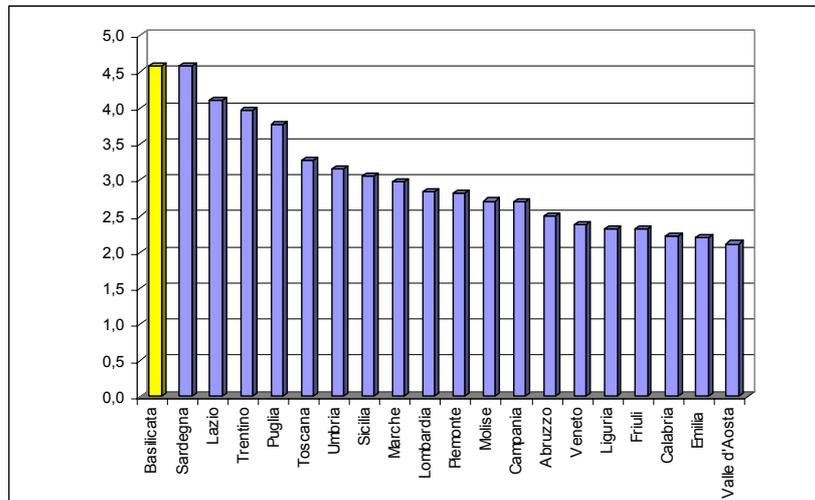
Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Graf. 1.5 La crescita media annua dell'occupazione nel settore "alberghi e pubblici esercizi" e nell'intera economia nel periodo 1995-2000 (%)



Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Graf. 1.6 La crescita media annua regionale dell'occupazione nel settore "alberghi e pubblici esercizi" nel periodo 1995-2000 (%)



Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

Il rapporto tra valore aggiunto e occupazione complessiva fornisce un indicatore della produttività del lavoro nel settore che, in Basilicata, risulta relativamente bassa: nel 2000, il valore aggiunto per occupato si attestava, infatti, a 28,2 mila Euro, contro i 31,8 mila dell'Italia e i 34,6 mila del Mezzogiorno.

Nel corso del quinquennio considerato, tuttavia, i livelli di produttività hanno registrato un sensibile incremento (+10,5%), che ha permesso di ridurre il differenziale negativo nei confronti della media nazionale, rimasta pressoché stabile nel periodo (+0,5% la relativa crescita). Per contro, si è allargato il divario nei confronti del Mezzogiorno, dove la produttività del lavoro nel settore è cresciuta del 19,5%.

Tab. 1.4 Valore aggiunto per occupato nel settore "alberghi e pubblici esercizi" - Valori assoluti in Euro lire 1995 -

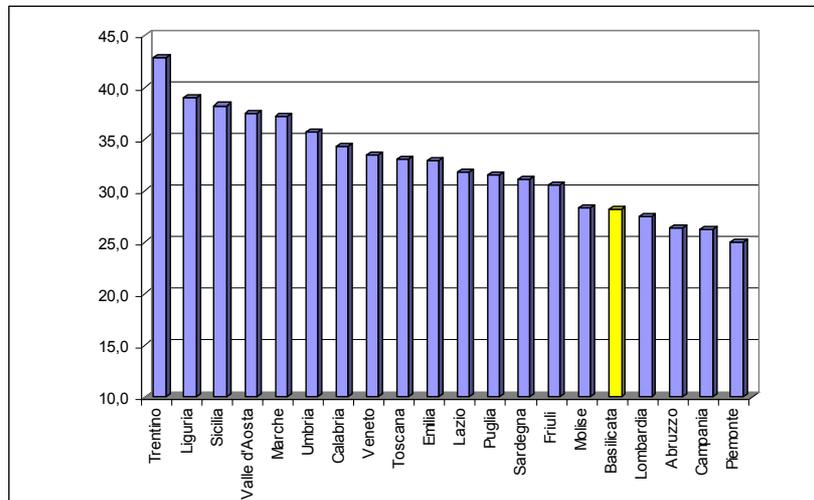
	1995	2000	variaz. % 95-'00
Basilicata	25.533	28.201	10,5
Mezzogiorno	28.915	34.564	19,5
ITALIA	31.678	31.837	0,5

Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici

Nel Graf. 1.7, che riporta la graduatoria regionale del valore aggiunto per occupato al 2000, si può osservare come l'indicatore è più elevato nelle regioni a forte specializzazione turistica (come il Trentino e la Valle d'Aosta) e nelle regioni dove si sono registrate le migliori performance economiche del settore in termini di crescita del valore aggiunto (come la Liguria e, nell'area meridionale, la Sicilia e la Calabria) (Graf. 1.4).

Da questo punto di vista, la Basilicata costituisce un'eccezione dal momento che, nonostante il forte dinamismo del valore aggiunto, i livelli di produttività risultano ancora tra i più bassi. Ciò sembra indicare un'evoluzione del comparto, negli ultimi anni, più "improntata" ad una crescita quantitativa che qualitativa; in altri termini, l'incremento della produzione e del valore aggiunto è stato determinato in misura relativamente maggiore dall'espansione del mercato e in misura minore da un miglioramento dell'efficienza dei processi produttivi.

Graf. 1.7 Il valore aggiunto per occupato nel settore "alberghi e pubblici esercizi" nel 2000
- Migliaia di Euro lire 1995 -



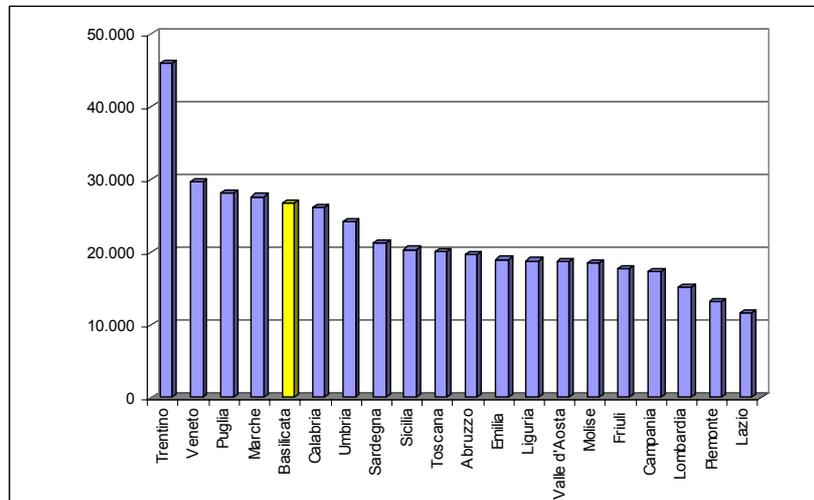
Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

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

Nel periodo 1995-'99 (ultimo anno disponibile), il settore "alberghi e pubblici esercizi" in Basilicata ha realizzato un volume complessivo di investimenti pari a 156 milioni di Euro che, rapportati alla media degli occupati nello stesso periodo, corrispondono a 26,8 mila Euro per addetto: un valore decisamente superiore alla media meridionale (21,5 mila Euro) e nazionale (20,7 mila Euro). Soltanto 4 regioni (e, tra queste, l'unica meridionale è la Puglia) precedono, infatti, la Basilicata nella graduatoria costruita sulla base di questo indicatore (Graf. 1.8).

Si può ritenere che gran parte degli investimenti realizzati in Basilicata (sostenuti da un ampio intervento dell'operatore pubblico regionale, come si documenterà nell'ultimo capitolo del Rapporto) siano stati finalizzati all'ampliamento della base produttiva del comparto; ciò, del resto, appare coerente con la contestuale forte crescita sia del valore aggiunto che dell'occupazione.

Graf. 1.8 Investimenti per occupato nel settore “alberghi e pubblici esercizi” nel periodo 1995-1999
- Euro correnti -



Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT, Conti economici territoriali

In conclusione, il comparto degli “alberghi e pubblici esercizi” (che, in prima approssimazione, identifica il settore turistico) assume, dal punto di vista economico, un ruolo ancora relativamente marginale in Basilicata, con un contributo alla produzione della ricchezza regionale assai inferiore alla media, mentre più elevato è il suo apporto all’occupazione complessiva.

Nel corso degli ultimi anni, tuttavia, il comparto ha fatto registrare un trend di sviluppo particolarmente marcato, che colloca la Basilicata ai primi posti delle graduatorie regionali dei tassi di crescita dei principali indicatori economici (valore aggiunto, occupazione, investimenti).

Tale sviluppo, come era logico attendersi da una regione che ha iniziato solo di recente ad investire nel settore, si è basato soprattutto sulla crescita “quantitativa” dei fattori produttivi che – attualmente – scontano livelli di efficienza ancora distanti dalla media, non solo nazionale ma anche meridionale.

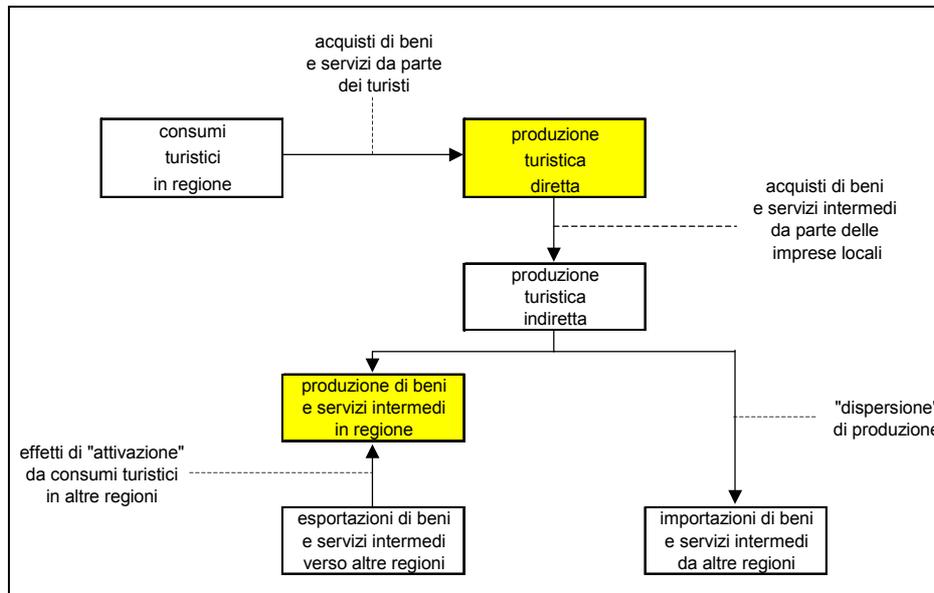
1.3 L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO A LIVELLO REGIONALE

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 regione.

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



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) ⁴.

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.

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 dimensio-

⁴ 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.

ni 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.

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 effetti 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 in Basilicata

Nel 2001 la spesa turistica complessiva effettuata in Basilicata è stimata in 265,1 milioni di Euro, 182,2 dei quali (pari al 68,7%) è riconducibile a turisti provenienti da altre regioni e dall'estero e i restanti 82,3 milioni (31,3%) a turisti lucani.

L'incidenza della spesa legata al turismo interno è più elevata rispetto alla media nazionale (25,6%); per contro, molto più bassa è la quota di consumi turistici effettuati da stranieri (13,5% contro 35,9%). Ciò riflette evidentemente la composizione dei flussi fisici del turismo (arrivi e presenze) che, in Basilicata, mostra un ruolo ancora marginale del turismo internazionale e, per contro, una quota significativa di turismo locale.

Tab. 1.5 La spesa turistica in Basilicata nel 2001
- Valori assoluti in migliaia di Euro -

	Basilicata		Mezzo-giorno	Italia
	v.a.	%		
totale spesa turistica	265.134	100,0	100,0	100,0
- spesa degli stranieri	35.711	13,5	18,0	35,9
- spesa degli altri italiani	146.510	55,3	35,7	38,5
- spesa dei residenti	82.914	31,3	46,3	25,6

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

Nel contesto meridionale, viceversa, la regione si caratterizza per una maggiore importanza relativa della spesa legata al turismo nazionale, mentre minore è la quota di spesa effettuata da residenti.

Interessanti indicazioni si ricavano dall'incrocio tra la dimensione fisica del turismo (presenze) e la dimensione economica (livelli di spesa) (Tab. 1.6).

La Basilicata concentra lo 0,5% delle presenze complessive registrate in Italia, mentre la sua quota sulla spesa turistica nazionale si attesta allo 0,3%: in altri termini, l'incidenza economica del turismo che si rivolge alla regione è relativamente inferiore alla sua dimensione fisica; da ciò si può dedurre che la spesa mediamente effettuata da un turista in Basilicata è più bassa rispetto al resto del Paese.

Al contrario, vi sono diverse regioni in cui la dimensione economica è più significativa della dimensione fisica: è il caso, ad esempio, della Lombardia (che con il 7,0% delle presenze complessive beneficia del 10,1% della spesa turistica effettuata in Italia), del Lazio, della Puglia e della Sicilia.

Tab. 1.6 Confronto tra dimensione fisica ed economica del turismo nelle regioni
 - % su Italia delle presenze e della spesa -

	totale turisti		italiani		stranieri	
	presenze	spesa	presenze	spesa	presenze	spesa
Piemonte	2,5	3,3	2,4	3,3	2,4	3,4
Valle d'Aosta	0,9	0,7	1,2	0,9	0,6	0,3
Lombardia	7,0	10,1	6,2	7,3	7,5	15,1
Trentino	10,9	5,4	8,7	6,2	14,0	4,0
Veneto	16,5	13,5	11,6	11,8	22,6	16,6
Friuli	2,7	3,6	2,6	2,8	2,9	5,0
Liguria	4,4	4,9	5,7	4,5	2,9	5,7
Emilia Romagna	10,7	10,1	13,9	12,8	6,3	5,3
Toscana	10,9	10,7	10,0	9,6	12,4	12,7
Umbria	1,7	1,3	1,8	1,4	1,3	1,2
Marche	3,8	2,8	5,3	3,6	1,4	1,2
Lazio	8,3	11,4	6,9	7,6	11,5	18,2
Abruzzo	1,9	2,2	2,7	2,9	0,6	0,8
Molise	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1
Campania	6,0	4,9	5,9	5,3	6,5	4,0
Puglia	2,7	4,6	3,6	6,3	1,0	1,6
Basilicata	0,5	0,3	0,7	0,4	0,1	0,1
Calabria	1,7	2,1	2,7	2,8	0,6	0,8
Sicilia	3,9	5,1	4,1	6,7	3,7	2,2
Sardegna	2,9	2,8	3,7	3,5	1,6	1,5
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

Il diverso “peso” che la dimensione fisica e quella economica del turismo assumono in un’area riflette, essenzialmente:

- le tipologie di turismo presenti nell’area;
- i mercati di provenienza della domanda;
- le opportunità di spesa che l’area offre ai suoi visitatori.

In generale, si può affermare che il turismo che si rivolge ai centri urbani – sia quello con motivazioni d’affari che quello con motivazioni culturali – ha una capacità di attivazione di spesa più elevata rispetto al turismo che si svolge nelle località balneari e montane; in altri termini, il turista d’affari e il turista culturale spendono mediamente di più rispetto alle altre tipologie di turisti⁵.

⁵ Cfr. M. Manente, Gli impatti economici del turismo, in P. Costa, M. Manente, M. Furlan, Politica economica del turismo, Touring University Press, 2001.

Ciò spiega, ad esempio, la forte concentrazione di spesa, a fronte di una relativamente minore concentrazione di turisti, in Lombardia e Lazio; mentre la Basilicata, al contrario, sconta la sua accentuata specializzazione nel turismo balneare.

La propensione alla spesa risulta poi differenziata a seconda delle aree di provenienza dei turisti; sempre generalizzando, si può affermare che il turismo interno e di "prossimità" genera un volume di consumi turistici, in rapporto alla dimensione dei flussi, mediamente inferiore rispetto al turismo che si svolge su distanze maggiori. Da questo punto di vista, la Basilicata appare penalizzata dall'elevata incidenza di turismo locale nonché dalla modesta presenza della componente straniera della domanda.

Con riferimento, infine, alle opportunità di spesa che un'area è in grado di assicurare ai suoi visitatori, alcuni indicatori indiretti, presentati nel successivo paragrafo, fanno ritenere che in Basilicata tali opportunità siano decisamente inferiori alla media.

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 0,7% di presenze di italiani sul totale nazionale, infatti, corrisponde lo 0,4% della spesa, mentre allo 0,1% di presenze straniere corrisponde un'analogica incidenza della spesa (in altri termini, la propensione alla spesa dei turisti stranieri in regione non sembra discostarsi dalla media, mentre quella dei turisti italiani è decisamente inferiore).

I dati del modello Ciset consentono di valutare anche la bilancia turistica regionale attraverso il confronto tra i consumi turistici effettuati dai lucani fuori regione (in Italia o 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 esportazioni⁶.

La bilancia turistica regionale evidenzia – nel 2001 – un saldo negativo pari a 139,8 milioni di Euro; in altri termini, i lucani spendono per le loro vacanze/viaggi fuori regione 139,8 milioni di Euro in più rispetto a quello che i turisti italiani e stranieri spendono in Basilicata (Tab. 1.7). In particolare, il *deficit* nei confronti dell'estero è pari a 32,3 milioni, mentre quello nei confronti delle altre regioni è di 107,4 milioni.

Tab. 1.7 La bilancia turistica della Basilicata nel 2001
- Migliaia di Euro correnti -

	Entrate (a)	Uscite (b)	Saldo (a)-(b)
Eestero	35.711	68.034	-32.324
Italia	146.510	253.937	-107.427
TOTALE	182.220	321.971	-139.751

(a) spesa turistica in Basilicata dei non residenti

(b) spesa turistica dei lucani fuori regione

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

⁶ La differenza rispetto all'import/export di beni e servizi è nel fatto che, nel caso del turismo, sono gli "acquirenti", anziché le merci, a viaggiare.

Soltanto altre 4 regioni presentano un saldo negativo (Tab. 1.8): la Lombardia, il Piemonte, la Campania e il Molise. Nei primi due casi il *deficit* della bilancia turistica è riconducibile essenzialmente ad una più elevata propensione alla spesa turistica fuori regione dei residenti, che riflette sia l'elevato livello di reddito della popolazione sia l'assenza di alcune risorse/attrattive (come, ad esempio, il mare) che può spingere a preferire destinazioni extra-regionali.

Per la Basilicata e il Molise, invece, la spiegazione va ricercata soprattutto nella minore attrazione turistica che queste aree esercitano sui mercati extra-regionali e internazionali (legata anche alla loro ridotta dimensione territoriale), piuttosto che per una significativa propensione alla spesa turistica dei residenti fuori regione.

Tale propensione può essere misurata rapportando l'ammontare complessivo della spesa turistica alla popolazione residente: nelle due regioni meridionali, l'indice risulta compreso tra i 500 ed i 600 Euro; mentre in Lombardia e Piemonte supera ampiamente i 1.000 Euro (Graf. 1.9).

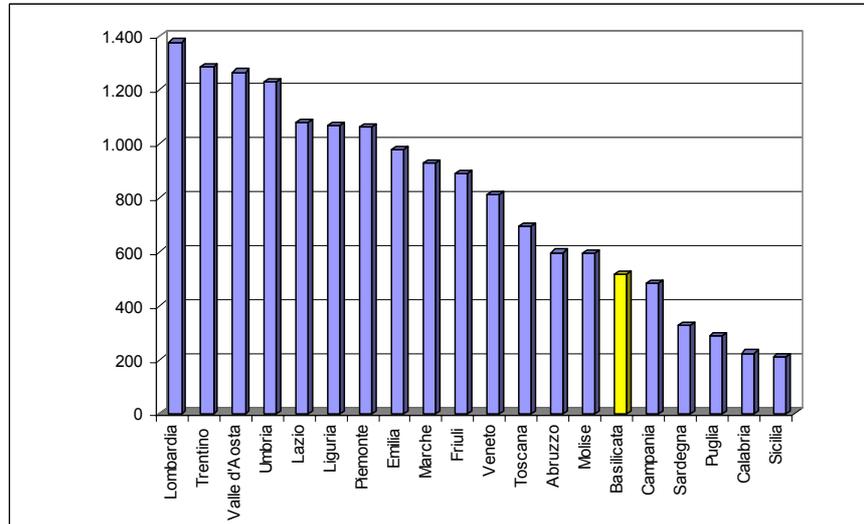
La circostanza che, sia in Basilicata che in Molise, la spesa media per abitante per consumi turistici fuori regione sia superiore a quelle delle altre regioni meridionali è legata essenzialmente al fattore dimensionale; in altri termini, più piccole sono le dimensioni di un'area, più elevata è la propensione a fare turismo altrove.

Tab. 1.8 La bilancia turistica nelle regioni italiane nel 2001
- Milioni di Euro correnti -

	spesa in regione dei non residenti	spesa residenti fuori regione	Saldo
Piemonte	2.024	4.729	-2.704
Valle d'Aosta	563	158	404
Lombardia	6.574	12.432	-5.858
Trentino	4.033	1.115	2.917
Veneto	8.228	3.787	4.441
Friuli	2.279	1.084	1.195
Liguria	3.633	1.812	1.821
Emilia Romagna	6.172	3.935	2.238
Toscana	6.822	2.448	4.374
Umbria	1.041	1.003	39
Marche	1.661	1.371	290
Lazio	7.123	5.465	1.657
Abruzzo	1.103	717	386
Molise	105	182	-78
Campania	2.723	2.813	-89
Puglia	1.617	1.178	438
Basilicata	182	322	-140
Calabria	816	464	352
Sicilia	1.590	1.055	534
Sardegna	1.398	519	880

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

Graf. 1.9 La propensione al turismo fuori regione - spesa turistica media per abitante
-Euro correnti -



Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

Tra le regioni con saldo positivo si distinguono l'Emilia Romagna, il Veneto e il Trentino Alto Adige, che compensano una comunque elevata propensione dei residenti alla vacanza fuori regione, con una forte capacità di attrazione sul mercato sia internazionale che domestico.

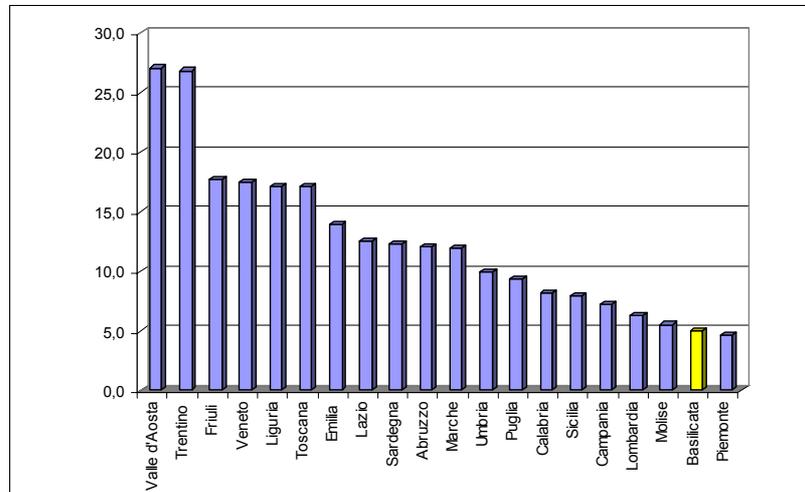
La bilancia turistica è in attivo anche nelle restanti regioni meridionali; in questo caso, il risultato si spiega essenzialmente con la limitata propensione dei residenti al turismo fuori regione, anche in conseguenza delle diverse condizioni di sviluppo economico e, quindi, del diverso potere d'acquisto rispetto alle aree del centro-nord Italia.

Una prima valutazione dell'importanza economica del turismo può essere effettuata attraverso il confronto tra la spesa turistica ed i consumi complessivi che avvengono in regione.

I consumi turistici in Basilicata, compresi quelli locali, rappresentano il 5,0% dei consumi complessivi, contro una media meridionale dell'8,6% e nazionale dell'11,1%.

Le quote più elevate si registrano, ovviamente, nelle regioni fortemente specializzate nel turismo, come il Trentino e la Val d'Aosta, ma anche in regioni in cui il turismo è certamente un fenomeno importante, pur inserendosi in un contesto economico molto solido e variegato (Veneto, Toscana, Emilia Romagna).

Agli ultimi posti della graduatoria – insieme alla Basilicata – si trovano, invece, regioni poco turistiche ma economicamente forti come la Lombardia e il Piemonte.

Graf. 1.10 Incidenza % dei consumi turistici sul totale dei consumi interni

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

1.3.2 Il turismo di ritorno e la spesa del turista estero

Sebbene rappresentino una componente decisamente minoritaria della domanda turistica che si rivolge alla Basilicata, i turisti internazionali costituiscono un segmento interessante per l'apporto economico che forniscono alla regione.

I dati dell'Indagine sul turismo internazionale dell'Ufficio Italiano Cambi consentono di quantificare la spesa turistica effettuata dagli stranieri nella regione, ivi compresi coloro che non pernottano in strutture ricettive "ufficiali"⁷. Tale informazione non è di poco conto per la Basilicata, dal momento che tra le "presenze estere" vanno annoverate anche quote significative di emigrati che, risiedendo ormai stabilmente all'estero, si configurano come "turisti di ritorno" e non alloggiano in strutture ricettive ufficiali, ma in case di parenti o amici.

Un confronto, pur sommario, tra le statistiche ufficiali di fonte APT sugli arrivi e le presenze e le risultanze dell'indagine dell'Ufficio Italiano Cambi evidenzia differenze significative ma, tuttavia, pienamente spiegabili:

- in base ai dati UIC gli arrivi stranieri, nel 2001, ammontano a circa 61 mila unità, quasi il 32% in più rispetto a quelli registrati nelle strutture ricettive; in altri termini, vi sarebbero circa 15 mila stranieri che non alloggiano in strutture ufficiali o che, comunque, non vengono registrati. Ciò, tuttavia, appare plausibile considerata la quota dei turisti "di ritorno", oltreché una fisiologica quota di sommerso nelle strutture ufficiali;
- la differenza nel numero di pernottamenti (presenze) è di gran lunga superiore: a fronte dei circa 215 mila pernottamenti registrati nella regione, l'indagine UIC ne segnala ben 858 mila. Anche in questo caso lo scostamento tra le due fonti è del tutto ragionevole dal momento che la permanenza del turista "di ritorno" è certamente molto superiore a quella del turista "reale";
- una conferma di quest'ultimo aspetto è fornita dal dato relativo al soggiorno medio nella regione che, se nelle strutture ufficiali si attesta sui 4,6 giorni, per l'insieme degli "stranieri" (anche se solo di residenza) entrati nella regione ammonta a circa 14 giorni: ipotizzare una permanenza estiva nel paese d'origine di circa un mese per un emigrato è evidentemente

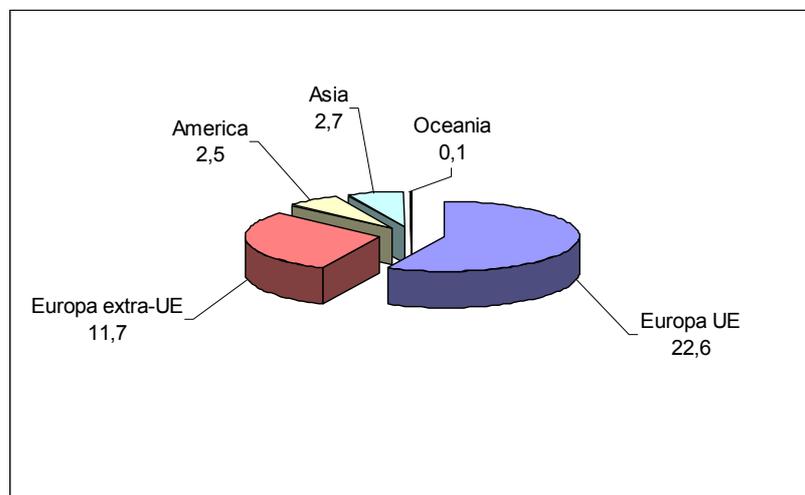
⁷ L'indagine UIC, infatti, viene effettuata attraverso interviste dirette ai passaggi di frontiera.

plausibile, considerata anche la quota di sommerso nella dichiarazione delle presenze.

Su fronte della spesa turistica degli stranieri, l'indagine UIC rileva, per il 2001, un ammontare complessivo di quasi 40 milioni di Euro, cui corrisponde una media pro-capite giornaliera di circa 46 Euro; la cifra è sensibilmente inferiore a quella media nazionale (77 Euro), ma pienamente giustificabile date le caratteristiche del turismo della regione e la forte incidenza del turismo "di ritorno" che non induce livelli elevati di spesa. Ogni turista straniero, quindi, lascerebbe in Basilicata circa 650 Euro durante la sua permanenza.

E' interessante rilevare, infine, le differenze tra le aree di provenienza dei turisti internazionali (Graf. 1.11).

Graf. 1.11 La spesa dei turisti esteri in Basilicata per aree mondiali di provenienza. 2001
- milioni di Euro -

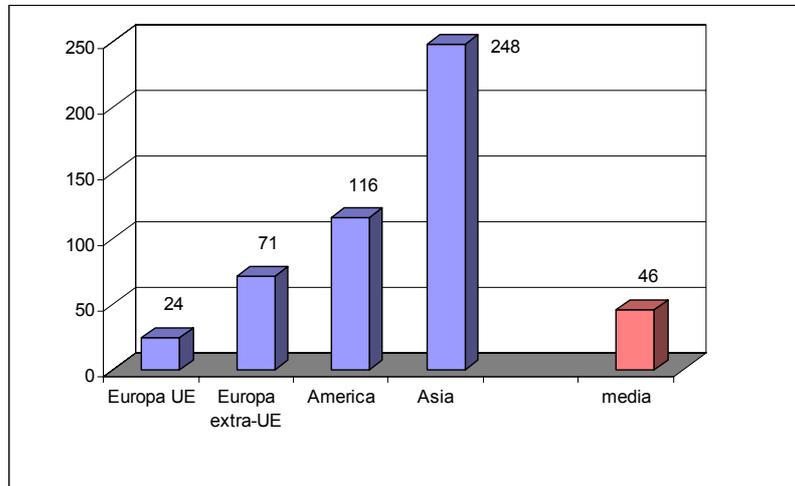


Fonte: Ufficio Italiano Cambi – Indagine sul Turismo Internazionale

La maggior quota della spesa complessiva, pari al 57%, proviene dall'Europa comunitaria; l'Europa non comunitaria, rappresentata in larga parte dalla Svizzera e dai Paesi dell'Est europeo, apporta un ulteriore 30% circa, mentre la restante quota è equamente divisa tra gli Stati Uniti e l'area asiatica.

Differenze molto sensibili si registrano nel livello della spesa pro-capite giornaliera (Graf. 1.12). Il turista europeo spende relativamente poco (circa 34 Euro al giorno): la forte presenza dei turisti di ritorno spiega in larga parte questo basso livello. La spesa maggiore è rappresentata dai turisti asiatici (prevalentemente giapponesi), con 248 Euro al giorno: l'alta propensione alla spesa di questo tipo di turisti è nota e riflette le tendenze a livello nazionale, determinate non solo dalla facilità di acquisto, ma anche dalla tendenza alla mobilità sul territorio, comportamento che induce la spesa. Ad un livello intermedio si collocano gli americani, tra i quali è ragionevole annoverare anche una quota, seppur modesta, di emigrati.

Graf. 1.12 Spesa media giornaliera pro-capite per regione mondiale di provenienza. 2001
- Euro -



Fonte: Ufficio Italiano Cambi – Indagine sul Turismo Internazionale

1.3.3 Il valore aggiunto attivato dalla spesa turistica

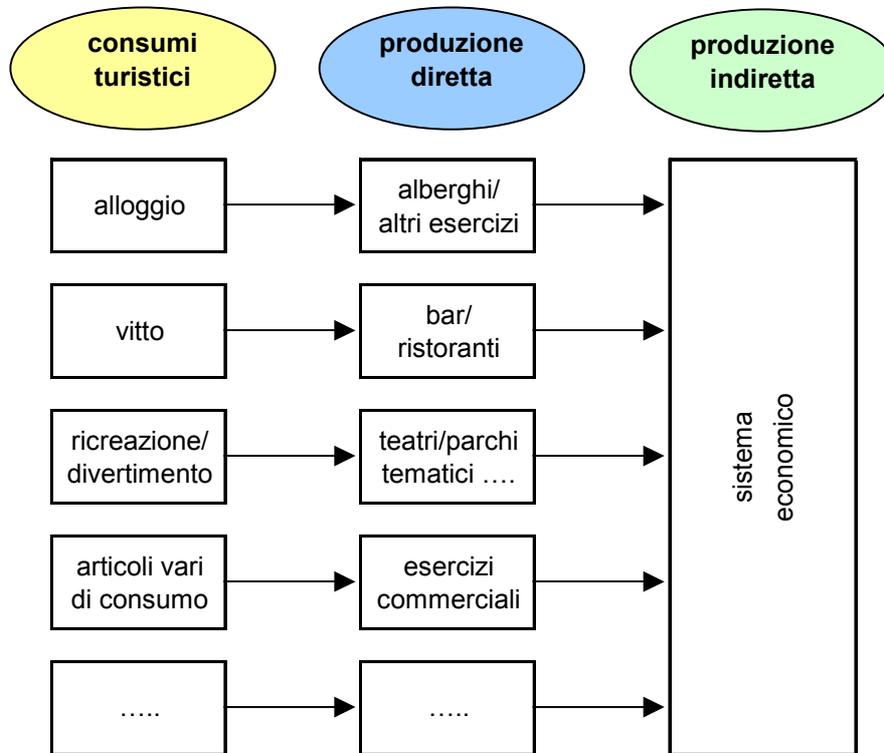
Come accennato in precedenza, la stima dei consumi turistici consente di giungere ad una stima della produzione turistica e, quindi, del valore aggiunto attivato direttamente e indirettamente dalla spesa. Ciò avviene traducendo, innanzitutto, le diverse voci che compongono il paniere di spesa dei turisti (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-output⁸, 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.

Lo schema seguente sintetizza il percorso logico appena descritto:

⁸ Tali modelli consentono, in particolare, di misurare i legami produttivi esistenti tra le diverse attività di un sistema economico.

Prospetto 2 Dai consumi turistici al valore aggiunto diretto e indiretto



Il valore aggiunto attivato, in via diretta e indiretta, dai consumi turistici ha raggiunto in Basilicata la cifra di 320 milioni di Euro nel 2001.

Si può subito osservare (Tab. 1.9) come il valore aggiunto turistico così stimato superi ampiamente il reddito prodotto dal comparto "alberghi e pubblici esercizi", pari – come visto – a 225 milioni. Anche assumendo che tutto il reddito prodotto da questo settore sia imputabile al turismo (ciò evidentemente non è vero per le attività di ristorazione), resterebbero comunque circa 95 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, tuttavia, la regione evidenzia una quota molto più elevata di valore aggiunto turistico riconducibile ai soli servizi di ricettività e ristorazione (70% contro una media meridionale del 48% e nazionale del 46%); in altri termini, i consumi turistici in Basilicata tendono a concentrarsi in misura maggiore in questi servizi.

Ciò, oltre a significare un minor coinvolgimento relativo delle altre attività economiche nel fenomeno turistico, sembra indicare la presenza di minori opportunità di spesa per i turisti.

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

Il valore aggiunto turistico è pari, ad esempio, al 66% di quello prodotto dall'intero settore agricolo ed al 69% di quello realizzato dall'industria delle costruzioni; mentre è superiore del 73% al reddito prodotto dall'industria alimentare.

In rapporto al valore aggiunto complessivo, la sua incidenza raggiunge invece il 3,6%, contro una media meridionale del 5,2% e nazionale del 5,7%.

Nella graduatoria regionale costruita sulla base di quest'ultimo indicatore, la Basilicata occupa il terzo ultimo posto, seguita da Piemonte e Lombardia (Graf. 1.13). Rispetto alla graduatoria costruita sulla base della quota di valore aggiunto del solo comparto "alberghi e pubblici esercizi" (Graf. 1.2), la regione evidenzia un significativo arretramento, che riflette proprio la circostanza che in Basilicata i consumi turistici attivano relativamente meno valore aggiunto nelle attività diverse dalla ricettività e ristorazione.

Tab. 1.9 Valore aggiunto dell'industria "viaggi e turismo" e del settore "alberghi e pubblici esercizi"

- Milioni di Euro correnti -

	Industria "viaggi e turismo"(a)	alberghi / pubblici esercizi(b)	(b)/(a)
Basilicata	320	225	70,1
Mezzogiorno	14.901	7.203	48,3
Italia	67.107	31.297	46,6

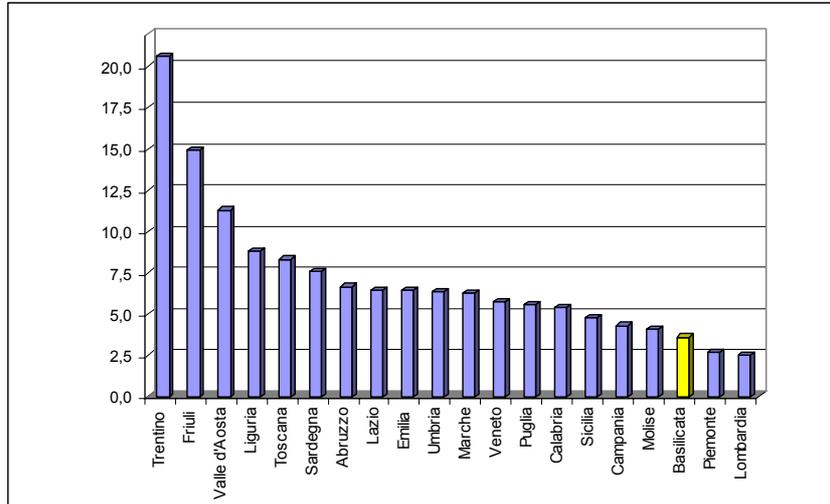
Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset e ISTAT

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

	milioni di Euro	%
Industria "viaggi e turismo"	320	
Agricoltura	486	65,9
Industria delle costruzioni	465	68,9
Industria alimentare	185	173,1
Industria meccanica	612	52,3
Commercio	852	37,6
Alberghi e pubblici esercizi	225	142,6

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset e ISTAT

Graf. 1.13 Valore aggiunto turistico attivato dalla spesa turistica
 - Incidenza % sul valore aggiunto regionale -

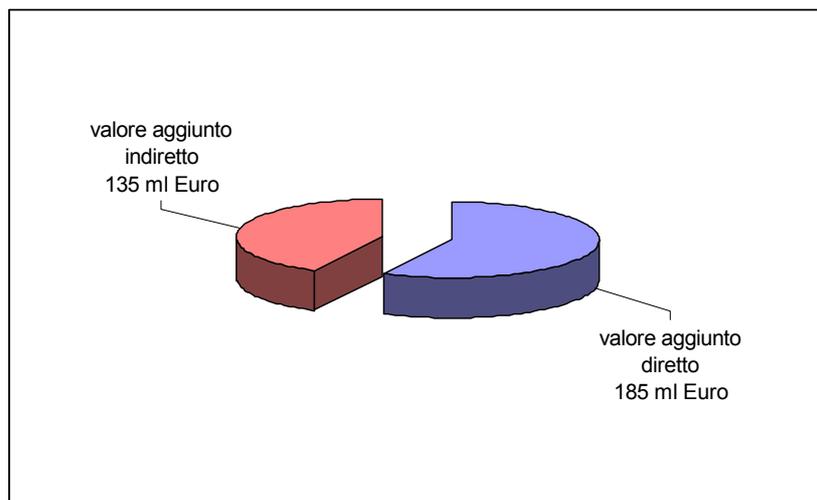


Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

Approfondendo l'analisi del valore aggiunto, è possibile distinguere la componente attivata direttamente dalla spesa turistica, che riguarda i settori produttivi che producono beni e servizi che il turista acquista direttamente, e quella indiretta, stimolata da questi settori attraverso l'acquisto di beni e servizi intermedi.

Dei 320 milioni di Euro di valore aggiunto turistico, 185 (pari al 57,8%) sono imputabili alle attività che sono a contatto con il turista, ed i restanti 135 milioni (42,2%) alle attività che producono per le prime.

Graf. 1.14 Valore aggiunto turistico diretto e indiretto
 attivato dalla spesa turistica in Basilicata



Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

A livello nazionale l'incidenza del valore aggiunto attivato direttamente è superiore (65%); considerato che questa componente del valore aggiunto è fortemente legata all'intensità e alla varietà dei consumi effettuati dai turisti in una determinata area, il fatto che essa incida di meno in Basilicata costituisce un'ulteriore conferma delle minori opportunità di spesa che il turista incontra in regione.

1.3.4 L'interscambio regionale e gli effetti di dispersione

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 2, 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 2001, una produzione diretta di beni e servizi a livello locale pari a 185 milioni di Euro (effetti diretti interni); degli effetti indiretti generati da questa produzione, 71 milioni di Euro sono rimasti in regione (effetti indiretti interni), mentre 108 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.

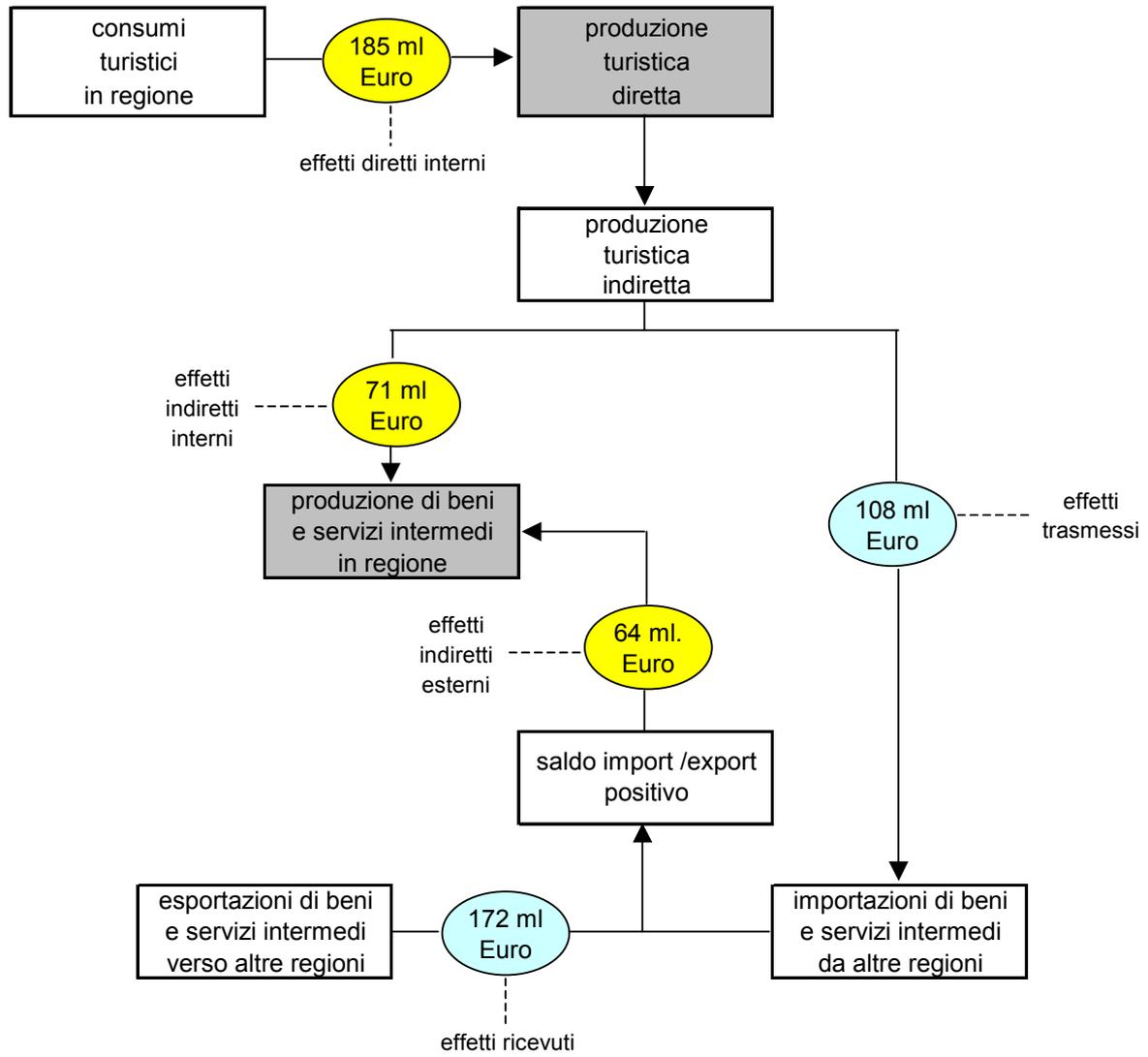
Nel contempo, i consumi turistici effettuati in altre regioni, sulla base dello stesso meccanismo, hanno generato una domanda di beni e servizi intermedi verso il sistema produttivo lucano pari a 172 milioni di Euro (effetti ricevuti): tale flusso è assimilabile alle esportazioni.

Il saldo tra gli effetti ricevuti e quelli trasmessi è risultato, quindi, positivo e pari a 64 milioni di Euro che, sommati ai 71 milioni di Euro di produzione indiretta determinata dai consumi turistici in Basilicata, danno l'ammontare complessivo della produzione turistica indiretta a livello regionale (135 milioni di Euro).

In conclusione, dei 320 milioni di Euro di valore aggiunto turistico complessivo della Basilicata, 256 sono generati dalla spesa turistica effettuata nella regione stessa (185 milioni per effetti diretti e 71 milioni per effetti indiretti) ed i restanti 64 dalla spesa turistica effettuata in altre regioni.

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).

Prospetto 3
L'attivazione di valore aggiunto turistico in Basilicata - 2001 -



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

	tot. v.a. turistico (a)+(b)-(c)	effetti interni (a)	effetti ricevuti (b)	effetti tra- smessi (c)	saldo (b)-(c)
Piemonte	2.746	2.140	1.098	492	606
Valle d'Aosta	384	502	69	188	-118
Lombardia	6.120	5.012	2.160	1.053	1.108
Trentino	5.302	5.957	769	1.424	-655
Veneto	6.285	6.487	1.244	1.447	-202
Friuli	4.177	4.507	814	1.145	-330
Liguria	3.187	3.508	504	824	-321
Emilia Romagna	6.734	6.506	1.912	1.685	227
Toscana	6.662	7.084	1.179	1.601	-422
Umbria	1.035	946	401	311	89
Marche	1.866	1.776	578	488	90
Lazio	7.709	7.983	1.203	1.477	-274
Abruzzo	1.483	1.477	409	403	6
Molise	219	172	135	88	47
Campania	3.246	3.356	565	674	-110
Puglia	3.023	3.191	487	654	-167
Basilicata	320	256	172	108	65
Calabria	1.387	1.557	266	436	-170
Sicilia	3.288	3.408	592	712	-121
Sardegna	1.935	2.013	304	383	-79

(a) effetto interno: valore aggiunto generato nella regione dalla spesa turistica effettuata nella regione stessa

(b) effetto ricevuto: valore aggiunto generato nella regione dalla spesa turistica effettuata in tutte le altre regioni

(c) effetto trasmesso: valore aggiunto generato altrove dalla spesa turistica effettuata nella regione stessa

Fonte: nostra elaborazione 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 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 diffon-

dono 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 35 e il 40%) (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: nel primo caso, la prevalenza degli effetti di dispersione è legata, fondamentalemente, all'elevato ammontare di consumi turistici che tende ad attivare un sistema produttivo molto più ampio di quello locale (che appare anche dimensionalmente limitato); nel caso del Mezzogiorno, viceversa, assume 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
- quote % -

dispersione di valore aggiunto verso altre regioni (a)		quota di valore aggiunto attivato da altre regioni (b)	
Molise	51,0	Molise	61,5
Basilicata	42,4	Basilicata	54,1
Valle d'Aosta	37,4	Piemonte	40,0
Umbria	32,9	Umbria	38,7
Calabria	28,0	Lombardia	35,3
Marche	27,5	Marche	31,0
Abruzzo	27,3	Emilia Romagna	28,4
Emilia Romagna	25,9	Abruzzo	27,6
Friuli	25,4	Veneto	19,8
Trentino	23,9	Friuli	19,5
Liguria	23,5	Calabria	19,2
Piemonte	23,0	Valle d'Aosta	18,1
Toscana	22,6	Sicilia	18,0
Veneto	22,3	Toscana	17,7
Lombardia	21,0	Campania	17,4
Sicilia	20,9	Puglia	16,1
Puglia	20,5	Liguria	15,8
Campania	20,1	Sardegna	15,7
Sardegna	19,0	Lazio	15,6
Lazio	18,5	Trentino	14,5

(a) % effetti trasmessi su totale effetti interni

(b) % effetti ricevuti su totale valore aggiunto turistico

Fonte: nostra elaborazione su dati Ciset

E' possibile, a questo punto, interpretare il dato della Basilicata che, insieme al Molise, fa registrare i più elevati tassi di dispersione e, nel contempo, i più elevati tassi di attivazione dall'esterno che, prevalendo sui primi, determinano un saldo attivo tra effetti ricevuti e trasmessi.

Se si osservano le graduatorie regionali dei due indicatori (Tab. 1.12), nella prima, relativa alla dispersione di valore aggiunto, la Basilicata (insieme al Molise) precede altre due regioni di piccole dimensioni, ma molto turistiche, come la Valle d'Aosta e l'Umbria. Gli effetti di dispersione, quindi, sono fortemente influenzati dalla componente dimensionale, come è facilmente intuibile; ad accentuare tali effetti concorre poi, nel caso della Basilicata (e del Molise) una sostanziale debolezza del sistema produttivo locale, nel caso della Valle d'Aosta e dell'Umbria, l'elevata concentrazione di consumi turistici.

Nella graduatoria della quota di valore aggiunto attivato dall'esterno, invece, la Basilicata (insieme al Molise) precede regioni economicamente forti 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.

Per la Basilicata (e il Molise) la spiegazione di questo dato va ricercata, invece, nell'esiguità del reddito prodotto dalla domanda turistica nella regione, per cui gli effetti ricevuti – pur di entità assoluta modesta – hanno un impatto significativo sul valore aggiunto complessivo. Da questo punto di vista, la valenza di per sé positiva di questo indicatore viene, di fatto, annullata; mentre rimane la "criticità" legata agli elevati effetti di dispersione di valore aggiunto.

In conclusione, 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 (presenze turistiche);
- tale situazione riflette sia la bassa incidenza, nella regione, di tipologie di turismo caratterizzate da una maggiore propensione alla spesa (turismo d'affari e culturale, turismo straniero), sia le minori opportunità di spesa che il sistema locale di offerta è in grado di assicurare;
- la bassa concentrazione di consumi turistici nella regione spiega il contributo ancora modesto del turismo alla produzione di ricchezza regionale (solo il 3,6% dell'intero valore aggiunto della Basilicata è imputabile alle attività turistiche, contro una media nazionale del 5,7%);
- una quota significativa dei benefici economici derivanti dal turismo, inoltre, si "disperde" in altre regioni, per effetto delle ridotte dimensioni dell'apparato produttivo regionale nonché per il suo basso "coinvolgimento" nelle attività turistiche;
- la bassa capacità di attrazione della Basilicata sui mercati nazionali e internazionali è alla base del *deficit* elevato della bilancia turistica regionale (i residenti spendono, per il turismo fuori regione, molto di più di quanto spendono i turisti italiani e stranieri in Basilicata).

1.4 IL GRADO DI INTEGRAZIONE DELL'INDUSTRIA ALBERGHIERA NELL'ECONOMIA LOCALE

L'analisi precedente ha evidenziato un'elevata dispersione, verso altre regioni, degli effetti di valore aggiunto generati dalla spesa turistica effettuata in Basilicata, cosicché una quota significativa della produzione di beni e servizi necessari per soddisfare i consumi turistici in regione viene realizzata in altri sistemi produttivi.

Al fine di approfondire tale fenomeno, individuandone i fattori determinanti e le produzioni coinvolte, è stata realizzata un'indagine diretta su un campione 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 (con diversa intensità) 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 primo interessante "spaccato".

Dal punto di vista metodologico, l'indagine si è avvalsa di un questionario semi-strutturato che è stato somministrato alle principali strutture ricettive della regione (alberghi con oltre 100 posti letto e villaggi turistici).

La scelta di un criterio dimensionale per la selezione degli esercizi da intervistare ha risposto all'esigenza di individuare le realtà aziendali con volumi elevati di acquisti sul mercato; ciò ha determinato una composizione territoriale del campione fortemente "incentrata" sulle aree di turismo balneare (Metapontino e Maratea) e sui due comuni capoluogo.

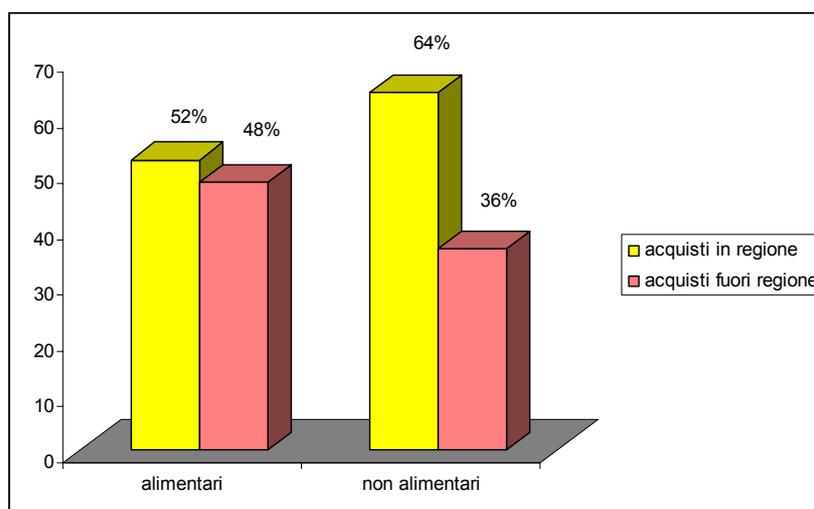
1.4.1 Il rapporto con il mercato dei beni di consumo

Con riferimento ai beni di consumo che le imprese alberghiere utilizzano nel corso dell'anno, il Graf. 1.15 sintetizza le quote di acquisti in regione e fuori regione.

Per i beni di consumo alimentare il ricorso a fornitori extra-locali interessa quasi la metà degli acquisti complessivi; mentre per i beni di consumo non alimentare la dipendenza dall'esterno è relativamente più contenuta, con una quota di acquisti fuori regione che, nella media delle imprese intervistate, si attesta intorno al 36%.

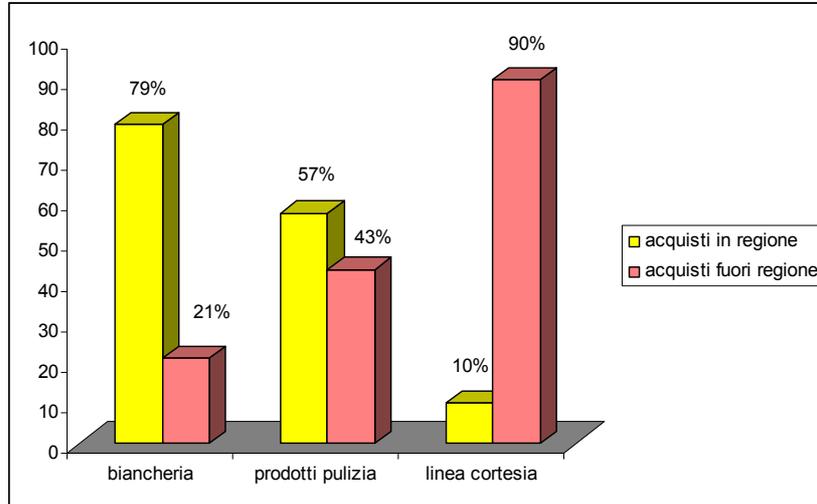
Tra i beni di consumo non alimentare, le voci di spesa più importanti nei bilanci aziendali riguardano, in particolare, la biancheria⁹, i prodotti vari per le pulizie e i prodotti della "linea cortesia".

Graf. 1.15 I beni di consumo alimentare e non alimentare
- % di acquisti in regione e fuori regione -



⁹ In questo caso, si tratta non di acquisti veri e propri ma di noleggio della biancheria dalle imprese che assicurano il servizio di lavanderia.

Graf. 1.16 I beni di consumo non alimentare
 - % di acquisti in regione e fuori regione -



Fonte: Indagine diretta

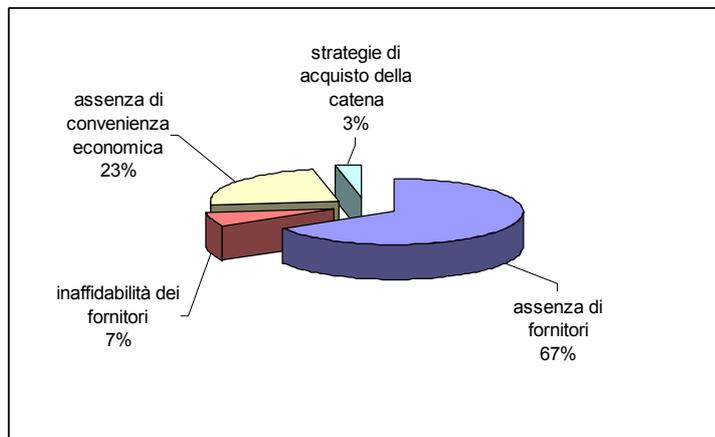
Come si può osservare dal Graf. 1.16, gli acquisti sui mercati extra-locali assumono un "peso" diverso a seconda delle tipologie di prodotti, raggiungendo un valore massimo del 90% per la "linea cortesia" ed un valore minimo del 21% per la biancheria.

Di estremo interesse sono le valutazioni degli operatori in ordine ai fattori che impediscono – attualmente – un maggior ricorso al mercato locale (Graf. 1.17).

Al primo posto, in ordine di importanza, troviamo l'assenza e/o carenza di imprese locali che producono/distribuiscono i prodotti richiesti, con il 67% delle segnalazioni. Nel 23% dei casi, invece, il problema è riconducibile ad una minore efficienza delle imprese fornitrici locali, che si traduce in condizioni di acquisto meno convenienti rispetto a quelle offerte dai concorrenti extra-locali.

Altri fattori indicati, ma di rilievo assai modesto, sono l'inaffidabilità dei fornitori locali (7%) e le strategie di acquisto della catena/gruppo alberghiero di appartenenza (3%).

Graf. 1.17 I motivi che frenano il ricorso al mercato locale dei beni di consumo alimentare e non alimentare



Fonte: Indagine diretta

E' importante sottolineare il fatto che, soprattutto per quanto riguarda gli acquisti di beni di consumo alimentare, il problema principale è rappresentato dall'assenza, in Basilicata, di operatori commerciali in grado di trattare ampie e diversificate tipologie di prodotto, garantendo anche la distribuzione diretta presso le strutture ricettive. Ciò spiega il diffuso ricorso, da parte di quest'ultime, a distributori all'ingrosso localizzati in Puglia e Campania.

1.4.2 Il rapporto con 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 (Tab. 1.13).

Tab. 1.13 Le modalità di gestione dei servizi nelle aziende alberghiere intervistate (%)

	gestione diretta	gestione a terzi
lavanderia	-	100,0
pulizia	85,0	15,0
stabilimento balneare	40,0	60,0
impianti sportivi	100,0	-
servizi di transfer	33,0	67,0
animazione	15,0	75,0
escursioni/tour	15,0	75,0
convegnistica	85,0	15,0

Fonte: Indagine diretta

Tab. 1.14 Gli acquisti di servizi da fornitori locali ed extra-locali (%)

	da fornitori locali	da fornitori extra-locali
servizi per l'impresa		
- lavanderia	80,0	20,0
- pulizia	90,0	10,0
- manutenzioni	90,0	10,0
- promozione/mkt	40,0	60,0
- vigilanza	100,0	-
servizi per la clientela		
- transfer	100,0	-
- animazione	35,0	65,0
- escursioni/tour	80,0	20,0
- convegnistica	75,0	25,0
- attività ricreative	80,0	20,0

Fonte: Indagine diretta

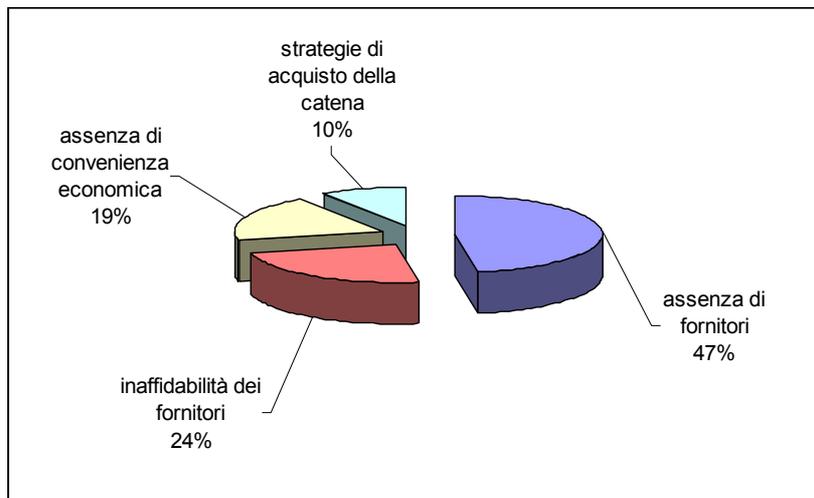
Soltanto i servizi di lavanderia sono interamente affidati ad imprese esterne; ampio, tuttavia, è il ricorso al mercato anche per una serie di servizi destinati alla clientela, come le attività di animazione, le escursioni/tour e, in misura relativamente minore, i transfer e gli stabilimenti balneari. Per contro, fortemente "internalizzati" sono i servizi di pulizia, la manutenzione e gestione delle attrezzature sportive, la convegnistica.

In generale, nel caso dei servizi, il ricorso a fornitori locali è molto maggiore rispetto a quello rilevato per i beni di consumo (Tab. 1.14).

Tra i servizi per l'impresa, in particolare, il ricorso al mercato extra-regionale è significativo soltanto per il marketing e la promozione (60% delle segnalazioni); mentre tra i servizi destinati alla clientela, sono le attività di animazione ad essere acquistate prevalentemente da fornitori extra-locali (65%) (in entrambi i casi, si può parlare di servizi specialistici).

Circa i motivi che frenano gli acquisti sul mercato locale dei servizi (Graf. 1.18), se la carenza di fornitori rimane il problema principale (47% delle segnalazioni), "pesa" anche la scarsa affidabilità di quelli esistenti (24%); al contrario, minore importanza relativa assume il fattore "prezzo", a differenza di quanto rilevato per i fornitori di beni di consumo.

Graf. 1.18 I motivi che frenano il ricorso al mercato locale dei servizi



Fonte: Indagine diretta

1.4.3 Il rapporto con il mercato del lavoro

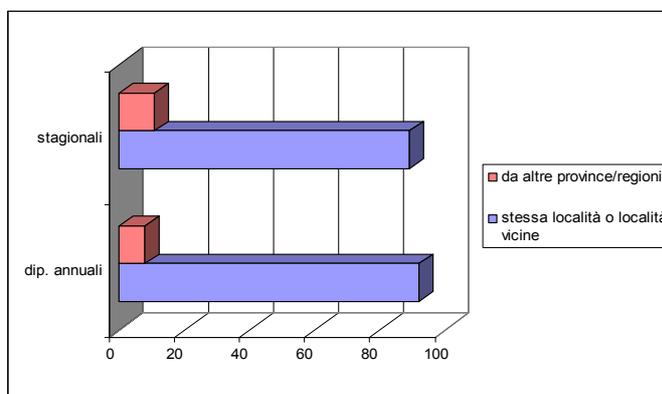
Oltre al rapporto tra imprese alberghiere e mercato locale dei beni e servizi, l'indagine ha voluto verificare anche quello con il mercato locale del lavoro.

A questo proposito, è emerso che la gran maggioranza del personale impiegato nelle aziende risiede nella stessa località nella quale presta la propria attività o, comunque, in località vicine: un dato che segnala 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 92% del personale dipendente annuale; mentre incidono per l'89% nell'ambito del personale stagionale che pure presenta, generalmente, un'elevata mobilità territoriale.

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

Graf. 1.19 La provenienza del personale occupato nelle aziende alberghiere (%)



Fonte: Indagine diretta

1.4.4 Il ruolo delle forme aggregative tra gli operatori alberghieri

Come richiamato in precedenti Rapporti dell'Osservatorio¹⁰, le forme di aggregazione tra gli operatori della ricettività (catene, consorzi, ...) 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).

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 determinati beni e 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 molto da quelli emersi da precedenti rilevazioni¹¹, confermando come la collaborazione tra le imprese si fermi, nella stragrande maggioranza dei casi, agli aspetti promozionali (partecipazione a fiere, catalogo unitario) e coinvolga assai poco la gestione aziendale (Graf. 1.20).

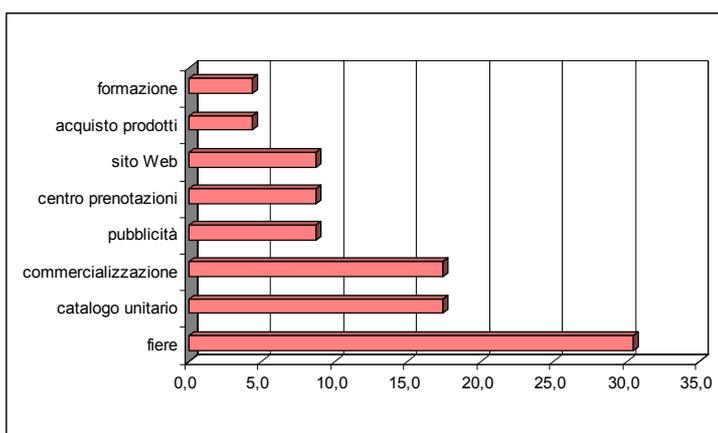
In particolare, le forme di acquisto collettivo di prodotti sono quasi del tutto assenti, al pari dei servizi legati alla gestione del personale (formazione, scambio di personale tra le aziende).

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 un'operatività effettiva, a questo livello, nelle aggregazioni esistenti.

In conclusione, l'impressione generale che si ricava dall'indagine è che ancora ampie siano le opportunità di valorizzazione dell'economia locale "attivabile" dall'attività turistica in Basilicata. In molti casi (come, ad esempio, per il mercato dei prodotti alimentari), i problemi riguardano, essenzialmente, l'organizzazione della funzione distributiva; mentre per il mercato dei servizi si tratta, soprattutto, di qualificare e potenziare le imprese fornitrici locali.

In tale prospettiva, i consorzi e le forme di aggregazione tra gli operatori della ricettività possono svolgere un ruolo importante, nella misura in cui si trasformino da mere strutture di rappresentanza di interessi a strumenti funzionali alla qualificazione del prodotto e all'economicità aziendale.

Graf. 1.20 I servizi assicurati da consorzi e catene alberghiere (%)



Fonte: Indagine diretta

¹⁰ Cfr. Unioncamere Basilicata (a cura di), *La competitività del sistema turistico lucano: condizioni e vincoli*, Rapporto annuale dell'Osservatorio Turistico Regionale, 2000.

¹¹ Cfr. Unioncamere Basilicata (a cura di), op. cit. .

2. LA CONSISTENZA DEL FENOMENO TURISTICO

2.1 LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI FLUSSI

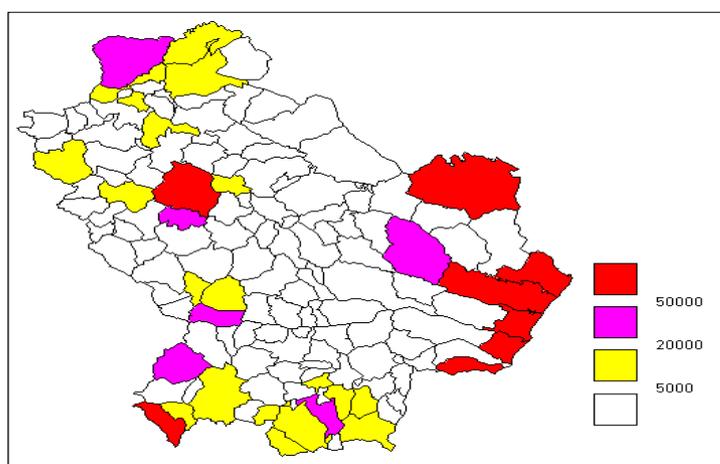
Diversamente da quanto a volte si sostiene, la Basilicata non può essere interpretata come una regione interamente turistica, dove cioè il turismo si diffonde abbastanza omogeneamente su tutti i comuni determinando un interesse generalizzato da parte di tutte le aree verso il fenomeno. E' pur vero che le dimensioni limitate della regione consentono connessioni abbastanza facili tra le diverse aree determinando fenomeni di integrazione e di diffusione, ma un semplice sguardo al Graf. 2.1, relativo presenze turistiche nei comuni della regione, consente immediatamente di constatare come esse vadano concentrandosi in alcuni ben identificati "poli".

La distribuzione delle presenze in valore assoluto consente infatti di identificare sei aree, peraltro ben note, alcune delle quali composte pochissimi comuni o da uno solo, in cui si concentra complessivamente quasi il 90% del turismo regionale, secondo la distribuzione rappresentata dal Graf. 2.2.

Il turismo regionale organizzato, ovvero quello registrato nelle strutture ricettive, interessa quindi 63 comuni 130 della regione (pari al 48,5%); tuttavia la distribuzione delle presenze risulta ulteriormente concentrata comuni a maggiore attrazione, secondo la seguente articolazione:

- 8 comuni ¹² (6,2%) con presenze unitarie annue superiori alle 50.000, assorbono il 73,9% delle presenze regionali;

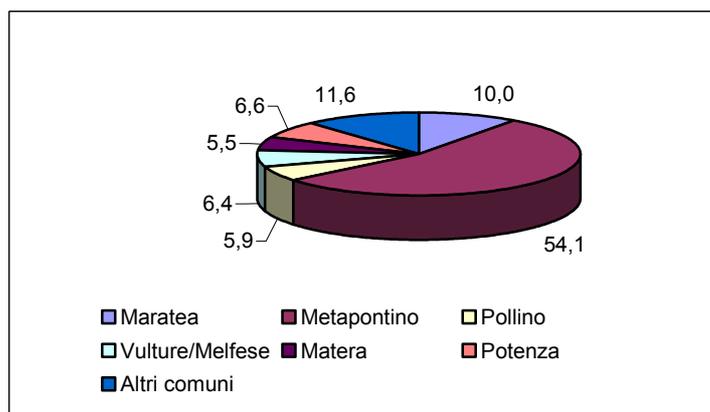
Graf. 2.1 La distribuzione delle presenze turistiche nei comuni della regione
- Valori assoluti 2001 -



alle
care
da

Fonte: Apt Basilicata

Graf. 2.2 La distribuzione del turismo regionale per aree
- Distribuzione % delle presenze.2001 -



sui
nei
te

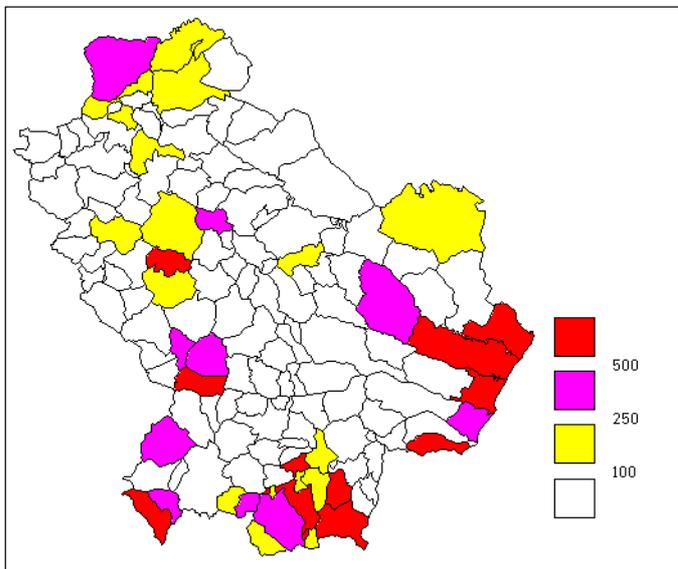
¹² Potenza, Matera, Maratea, Bernalda, Policoro, Scanzano Jonico, Pisticci e Nova Siri

- altri 12 comuni ¹³, con presenze unitarie comprese tra 10.000 e 50.000, assorbono un ulteriore 17,4% delle presenze totali;
- 43 comuni, con presenze annue unitarie inferiori a 10.000, assorbono il restante 8,7%.

Il rapporto tra presenze turistiche e popolazione (densità turistica) offre un'indicazione della vocazione turistica del comune e quindi, indirettamente, del ruolo che il turismo svolge nell'economia comunale. Da questo rapporto emergono i comuni in cui la funzione turistica è più evidente e concentrata, dove presumibilmente assorbe la maggiore attività della popolazione. In Basilicata, sono solo 9 i comuni in cui si riscontrano più di 1.000 presenze per 100 abitanti, così distribuiti:

- oltre 3.000 presenze per 100 abitanti: Maratea e Nova Siri;
- da 2.000 a 3.000 presenze per 100 abitanti: Grumento Nova, Bernalda e Scanzano Jonico;
- da 1.000 a 2.000 presenze per 100 abitanti: Fardella, San Costantino Albanese, San Severino Lucano, Pisticci.

Graf. 2.3 La densità turistica nei comuni lucani
- Presenze ogni 100 abitanti. 2001-



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata e ISTAT

presenta un maggior carattere d'area, con un coinvolgimento di più comuni nella funzione turistica.

La densità turistica presenta il quadro territoriale rappresentato dal Graf. 2.3.

Le maggiori concentrazioni si riscontrano nell'area del Pollino (dove la scarsa popolazione residente fa innalzare il rapporto) e nell'area del Meta-pontino, dove 3 comuni contigui (Bernalda, Nova Siri e Scanzano J.) superano le 2.000 presenze per 100 abitanti.

Complessivamente, quindi, il quadro territoriale evidenzia una ben delineata fisionomia del turismo lucano, caratterizzato da aree territorialmente ben definite, tra cui emerge sul piano quantitativo quella del Meta-pontino, forte di una incidenza di presenze di gran lunga superiore alle altre, di una sostanziale omogeneità di almeno tre comuni e di un ruolo rilevante delle attività turistiche. Maratea presenta valori altrettanto significativi, ma essenzialmente concentrati nel comune stesso; diversamente il Pollino, pur con valori assoluti meno consistenti,

2.2 I CARATTERI DEL TURISMO NELLE AREE LUCANE

Sebbene la Basilicata abbia un sbocco sul mare alquanto limitato territorialmente, il 64% delle presenze turistiche ha come destinazione due aree costiere, il Meta-pontino che, come abbiamo visto, con i suoi nove comuni assorbe il 54% dell'intera regione e l'area di Maratea, che con due soli comuni assorbe un ulteriore 10%. L'offerta balneare, pertanto, resta la maggiore componente dell'offerta turistica complessiva.

Se si esclude il Meta-pontino, tuttavia, vi è un certo equilibrio tra le altre aree, sebbene si tratti di un

¹³ Grumento Nova, Lagonegro, Lavello, Marsicotevere, Melfi, Pignola, Rionero in Vulture, San Severino Lucano, Venosa, Viggianello, Viaggiano, Ferrandina.

turismo significativamente diverso (Tab. 2.1). La permanenza media decisamente più elevata del Metapontino (6,7 gg.) e, seppure in misura minore, quella di Maratea (4,4 gg.), evidenziano chiaramente che si tratta di un turismo di vacanza, largamente indotto da strutture ricettive organizzate che inducono a periodi anche lunghi di soggiorno. In tutte le altre aree la permanenza media si colloca tra i due e i tre giorni, il che indica una propensione al turismo itinerante, sia che esso abbia caratteristiche culturali (Matera) o d'affari (Potenza); anche l'area montana del Pollino esprime comunque una tendenza al soggiorno breve.

Tab. 2.1 La consistenza turistica delle aree lucane. 2001

Aree	Arrivi			Presenze			Permanenza media		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Maratea	30.698	7.917	38.615	138.984	32.532	171.516	4,53	4,11	4,44
Metapontino	115.494	21.544	137.038	790.088	135.840	925.928	6,84	6,31	6,76
Pollino	40.634	1.783	42.417	97.186	3.918	101.104	2,39	2,20	2,38
Vulture/Melfese	31.263	2.875	34.138	100.121	8.706	108.827	3,20	3,03	3,19
Matera	33.923	6.357	40.280	78.925	14.967	93.892	2,33	2,35	2,33
Potenza	43.549	2.252	45.801	108.749	5.064	113.813	2,50	2,25	2,48
Altri comuni	56.292	3.451	59.743	184.428	13.457	197.885	3,28	3,90	3,31
Basilicata	351.853	46.179	398.032	1.498.481	214.484	1.712.965	4,26	4,64	4,30

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

La vocazione delle due aree costiere al turismo di vacanza è confermata anche dalla distribuzione dei flussi per tipo di ricettività (Tab. 2.2). Solo qui, infatti, si concentra un quota significativa di turismo extralberghiero, essenzialmente campeggistico e di villaggio turistico; nel Metapontino questa componente è addirittura maggioritaria, assorbendo circa il 60% delle presenze.

Tab. 2.2 Distribuzione delle presenze per aree turistiche e per tipologia di ricettività. 2001

Aree	Alberghieri		Extralberghieri		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Maratea	104.725	61,1	66.791	38,9	171.516	100,0
Metapontino	375.359	40,5	550.569	59,5	925.928	100,0
Pollino	96.184	95,1	4.920	4,9	101.104	100,0
Vulture/Melfese	108.539	99,7	288	0,3	108.827	100,0
Matera	93.892	100,0	0	0,0	93.892	100,0
Potenza	108.209	95,1	5.604	4,9	113.813	100,0
Altri comuni	192.501	97,3	5.384	2,7	197.885	100,0
Basilicata	1.079.409	63,0	633.556	37,0	1.712.965	100,0

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

Il turismo lucano è ancora largamente dominato dalla domanda interna, che pesa complessivamente per l'87,5% in termini di presenze e ancor più in termini di arrivi. Il turismo internazionale ha un qualche ruolo soltanto in tre aree: Maratea dove raggiunge circa il 20%, il Metapontino e Matera, dove si aggira attorno al 15% (Tab. 2.3).

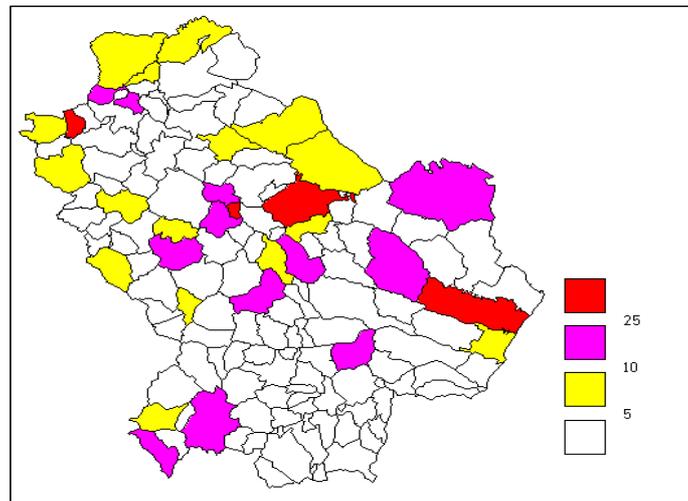
Tab. 2.3 Il peso del turismo estero.
- Valori %. 2001 -

Aree	Arrivi			Presenze		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Maratea	79,5	20,5	100,0	81,0	19,0	100,0
Metapontino	84,3	15,7	100,0	85,3	14,7	100,0
Pollino	95,8	4,2	100,0	96,1	3,9	100,0
Vulture/Melfese	91,6	8,4	100,0	92,0	8,0	100,0
Matera	84,2	15,8	100,0	84,1	15,9	100,0
Potenza	95,1	4,9	100,0	95,6	4,4	100,0
Altri comuni	94,2	5,8	100,0	93,2	6,8	100,0
Basilicata	88,4	11,6	100,0	87,5	12,5	100,0

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

Un'incidenza significativa del turismo estero è riscontrabile solo in pochi comuni, forse più per effetto del turismo indotto dalle attività produttive che da quello di vacanza (Graf. 2.4).

Graf. 2.4 Incidenza del turismo estero nei comuni lucani
- Valori % -

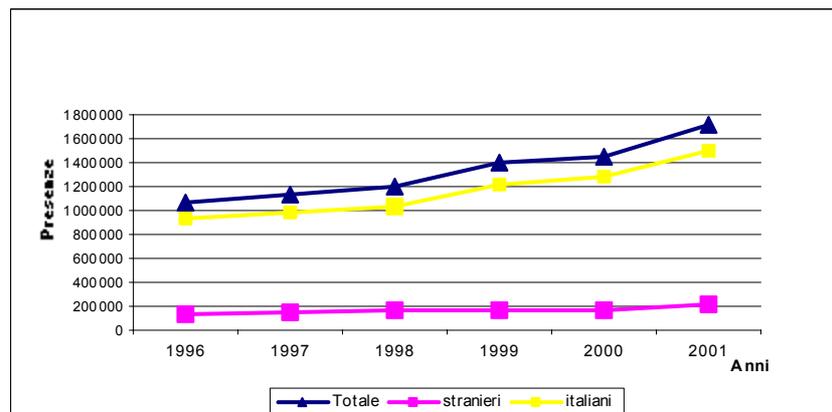


Fonte: Apt Basilicata

2.3 LA DINAMICA TURISTICA DELL'ULTIMO QUINQUENNIO

La crescita del turismo è fenomeno largamente visibile in Basilicata, come mostra il Graf. 2.5. Nel quinquennio 1996-2001 le presenze complessive sono aumentate di oltre il 60% con un tasso medio annuo del 12,1%. Se l'incremento delle presenze è molto simile per gli italiani e per gli stranieri, sensibilmente diverso è invece l'incremento degli arrivi, che fanno registrare per gli stranieri un tasso più che doppio rispetto a quello degli italiani. Ciò sta ad indicare una propensione degli stranieri ad una minore durata del soggiorno, per il quale incide probabilmente il tipo di turismo, maggiormente orientato a forme itineranti a carattere culturale.

Graf. 2.5 Le presenze nel quinquennio 1996-2001



Fonte: Apt Basilicata e ISTAT

Come evidenzia la Tab. 2.4, tuttavia, il maggiore incremento dei flussi turistici si è verificato nel corso del triennio 1998-2001, quando il tasso medio annuo è stato del 14,5% in termini di presenze e altrettanto in termini di arrivi, contro l'11,9 del biennio precedente. Particolarmente favorevole per il turismo lucano è stato il 2001, che ha visto un incremento complessivo di presenze di quasi il 18%, con un buon apporto anche da parte degli stranieri.

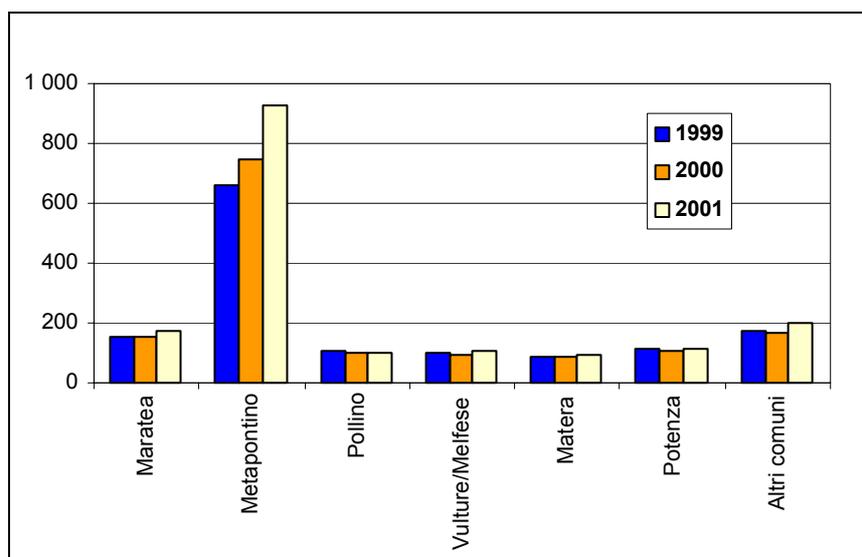
Tab. 2.4 Tassi di crescita nel periodo 1996-2001 (valori %)

	Arrivi		Presenze		
	Totale	Di cui	Totale	Di cui	Di cui
		stranieri		stranieri	italiani
1996-01	52,4	126,6	60,6	56,9	61,1
1998-01	43,9	79,0	43,6	35,1	44,9
medio annuo 96-01	10,5	25,3	12,1	11,4	12,2
medio annuo 98-01	14,6	26,3	14,5	11,7	15,0
medio annuo 96-98	5,9	26,6	11,9	16,1	11,2

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata e ISTAT

L'analisi dell'evoluzione delle presenze negli ultimi 3 anni (la non congruità dei dati sconsiglia confronti temporali più lunghi) mette in evidenza una crescita che interessa pressoché tutte le aree, con eccezione dell'area del Pollino, che registra un modesto decremento (Graf. 2.6). Particolarmente significativa la crescita nel Metapontino, che nell'arco di due anni registra un incremento del 41%, attribuibile soprattutto all'apertura di nuovi *resort* balneari, che hanno fortemente aumentato l'attrazione dell'area (Tab. 2.5).

Graf. 2.6 Evoluzione delle presenze nelle aree turistiche 1999-2001 ('000).



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

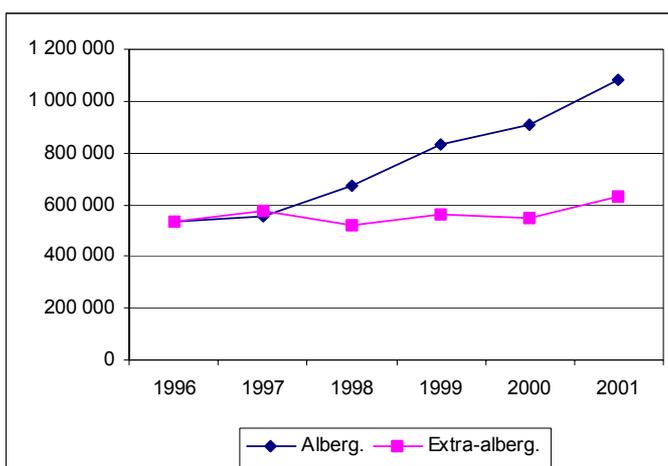
Tab. 2.5 Evoluzione del turismo per aree turistiche. Numeri indice Anni 1999 – 2001

	Presenze ('000)	Presenze ('000)	Presenze ('000)
Aree	1999	2000	2001
Maratea	100,0	98,2	110,6
Metapontino	100,0	113,9	140,8
Pollino	100,0	94,4	97,1
Vulture/Melfese	100,0	93,4	107,2
Matera	100,0	100,2	107,9
Potenza	100,0	91,4	100,5
Altri comuni	100,0	97,1	114,1
Basilicata	100,0	104,4	123,1

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

Ancor più significativo è il constatare che la crescita degli ultimi cinque anni è quasi esclusivamente attribuibile al turismo alberghiero (Graf. 2.7), il che denota un rafforzamento della funzione turistica della regione. Mentre infatti il turismo extralberghiero segna nel periodo un incremento complessivo del 16,4%, evidenziando anche momenti di calo (nel 1998 e nel 2000), il turismo alberghiero esprime una crescita sempre molto elevata con un incremento complessivo nel quinquennio del 32,4%.

Graf. 2.7 Evoluzione delle presenze nel settore alberghiero ed extralberghiero. 1996-2001



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata e ISTAT

2.4 LA DOMANDA TURISTICA: LA BASILICATA E LE ALTRE REGIONI MERIDIONALI

I dati sin qui esposti mettono in evidenza una dinamica turistica molto positiva per la regione ed un rafforzamento della sua capacità di attrazione, una tendenza che comunque si inquadra in un generale processo di sviluppo del turismo nelle aree meridionali. Può essere quindi utile un confronto sulle tendenze e le caratteristiche della domanda con alcune regioni meridionali e con l'intero Mezzogiorno, al fine di mettere in luce le *performance* della Basilicata. Il confronto è consentito dalla disponibilità dei dati offerti dal Rapporto sul Turismo Italiano ¹⁴, che tuttavia sono disponibili per il 1999 e per il 2000 (Tab.2.6).

¹⁴ Cfr. Mercury (a cura di). *Rapporto sul Turismo Italiano. Undicesima edizione. 2002. I mercati regionali*. Firenze 2002

Tab. 2.6 La domanda turistica: Basilicata a confronto.

	BAS	ABR	MOL	CAM	PUG	CAL	Sud+ Isole	Italia
Pres. totali ('000) 2000	1.461	6.280	639	20.698	8.653	6.282	66.899	338.124
Share (ITA=100) 2000	0,4	1,9	0,2	6,1	2,6	1,9	19,8	100
Pres.alberg. 2000 (% su tot)	71,9	71,8	66,2	71,9	55,2	72,9	72,2	68,9
Pres.stranieri 2000 (% su tot)	11,1	14,4	11,6	43,7	16,7	14,0	29,7	41,4
Perm.media tot.(gg) 2000	4,1	5,0	3,5	4,5	4,7	5,8	4,5	4,2
Perm.media alb(gg) 2000	3,5	4,1	2,6	3,7	3,4	4,9	3,7	3,5
Pres tot./ residenti. 2000	2,41	4,90	1,95	3,58	2,12	3,07	3,21	5,84
Pres.alberg./1000 residenti. 2000	1,73	3,52	1,29	2,57	1,17	2,24	2,31	4,03
Var.pres totali 2000/1999 (%)	22,4	6,9	15,3	7,8	11,6	0,5	8,1	9,7
Var.pres alberg. 2000/1999	55,7	6,2	16,5	9,3	9,7	5,7	9,1	6,7
Incidenza pres. luglio+agosto su totale (%).2000	45,7	53,7	48,2	33,9	56,9	59,4	n.d.	n.d.

Fonte: Mercury, Rapporto sul Turismo Italiano. Undicesima edizione

n.b.: alcuni dati possono differire lievemente da quelli presentati nelle pagine precedenti stante la diversa fonte di riferimento

Uno sguardo di sintesi all'intero quadro dei dati pone in evidenza tre caratteristiche fondamentali:

- la regione è senza dubbio tra le più piccole del Mezzogiorno e, conseguentemente, l'incidenza del turismo è molto bassa (0,4% delle presenze del Paese); tuttavia *il ruolo che il turismo esercita nelle attività economiche non è insignificante*, dal momento che il rapporto tra presenze complessive e popolazione residente (che costituisce una buona *proxy* dell'incidenza del turismo sulle attività economiche della regione) è superiore non solo a quello del Molise, ma anche a quello della Puglia che, in termini di immagine, passa per una regione più turistica della Basilicata;
- la domanda turistica lucana è essenzialmente una *domanda interna*; l'incidenza del turismo estero è infatti il più basso tra le regioni meridionali (11,1%), notevolmente distante dalla media delle regioni meridionali (29,7%);
- la Basilicata è la regione che, nel 2000 rispetto al 1999, mostra le *dinamiche di crescita di gran lunga più marcate*, con un incremento di presenze del 22,4%, quasi triplo rispetto alla media del Mezzogiorno; la crescita si è verificata essenzialmente nel turismo alberghiero, il che indica un consolidamento dell'offerta ricettiva.

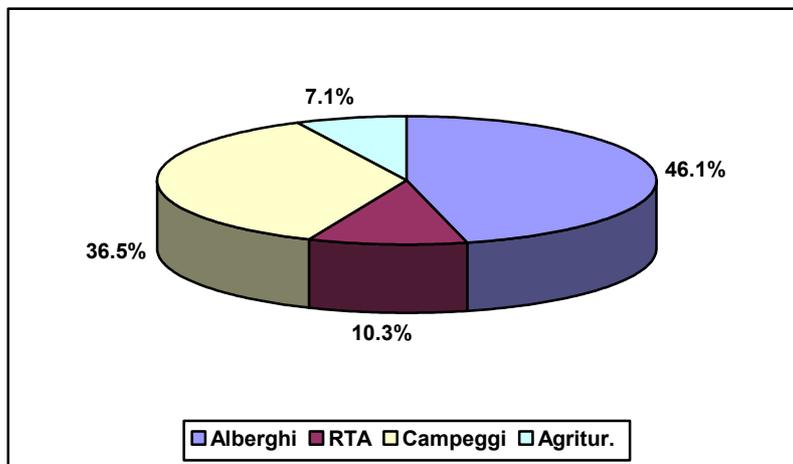
Un'analisi più approfondita dei dati consente di cogliere altri aspetti di interesse, alcuni con connotazione positiva, altri con connotazione negativa:

- l'incidenza delle presenze alberghiere (71,9%) è vicina alla media del Mezzogiorno (72,2%) e analoga a quella di regioni decisamente più turistiche, quale – ad esempio – la Campania: ciò conferma che il sistema di offerta ricettiva va consolidandosi;
- la permanenza media è più bassa di quella del Mezzogiorno, sia quella complessiva (4,1 gg.), sia quella alberghiera (3,5 gg.); se, da un lato, ciò è attribuibile alla presenza di diverse tipologie di offerta (montagna, cultura, oltre al mare), dall'altro, sembra evidenziare una minore propensione del turista alla permanenza della regione e perciò una non piena valorizzazione di tutte le sue potenzialità;
- l'incidenza delle presenze in luglio e agosto (45,7%) è tra le più basse tra quelle delle regioni considerate, preceduta solo dalla Campania che, come è noto, offre un turismo paesaggistico molto noto e sviluppato: è questo un dato molto positivo che, confermando la dotazione di tipologie di offerta extra-balneari, pone le premesse per un maggiore sfruttamento della dotazione ricettiva.

2.5 L'OFFERTA RICETTIVA OGGI

L'offerta ricettiva è complessivamente variegata: ai circa 13 mila posti letto alberghieri si aggiungono infatti quasi 3.000 posti letto in Residenze Turistico Alberghiere (per lo più villaggi turistici o simili), circa 10.500 posti letto in campeggi e oltre 2.000 posti letto in agriturismi.

Graf. 2.8 La distribuzione dei posti letto per tipologie di offerta. 2001



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

La distribuzione dei posti letto nelle aree turistiche riflette, come è ovvio, in larga massima la distribuzione dei flussi: nel Metapontino si concentra, infatti, oltre il 40% dei posti letto in alberghi e RTA della regione (Tab. 2.7).

Tab. 2.7 L'offerta ricettiva oggi. Alberghi e RTA. 2001

Alberghi	RTA
----------	-----

	Posti letto	Camere	Posti letto
Maratea	1.505	725	100
Metapontino	3.948	1.856	2.867
Pollino	1.698	867	0
Vulture/Melfese	1.326	722	0
Matera	983	433	0
Potenza	810	434	0
Altri comuni	3.037	1.526	0
Totale complessivo	13.307	6.563	2.967

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

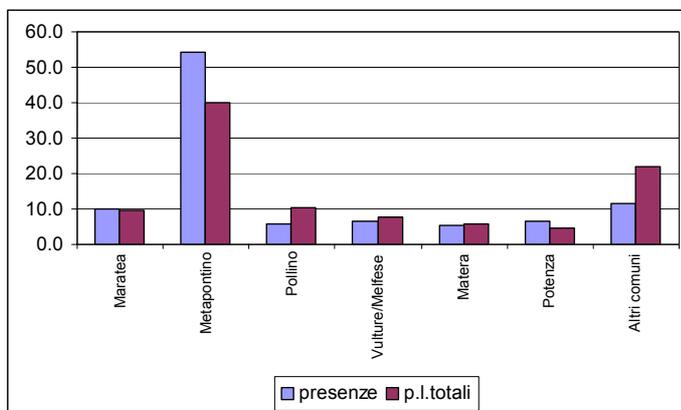
Tuttavia, se confrontiamo la distribuzione dei flussi e quella dei posti letto si notano alcune differenze, che mettono in evidenza la maggiore propensione delle aree all'utilizzo delle strutture.

Il Metapontino, ad esempio, assorbe una quota di presenze significativamente più elevata (54,1%) di quella dei posti letto complessivi (39,9%), il che è indice di migliori condizioni o di maggiore capacità di valorizzazione delle strutture, anche rispetto a Maratea dove le due quote sono pressoché simili. Analoga tendenza viene registrata a Matera, facilmente spiegabile con l'offerta di un turismo diverso, meno sensibile alle variazioni stagionali. Appare invece significativa la minor quota di presenze (5,9%) rispetto a quella dei posti letto (10,5%) dell'area del Pollino, dove appare evidente una difficoltà ad un utilizzo efficiente delle strutture, peraltro già evidenziato dal basso livello della permanenza media. In misura minore la stessa tendenza è riscontrabile a Potenza e nel Vulture (Graf. 2.9).

La dimensione media delle strutture alberghiere evidenzia chiaramente il modello di offerta presente in ogni area e costituisce un importante indicatore per valutare le potenzialità di efficienza economico-gestionale delle aziende.

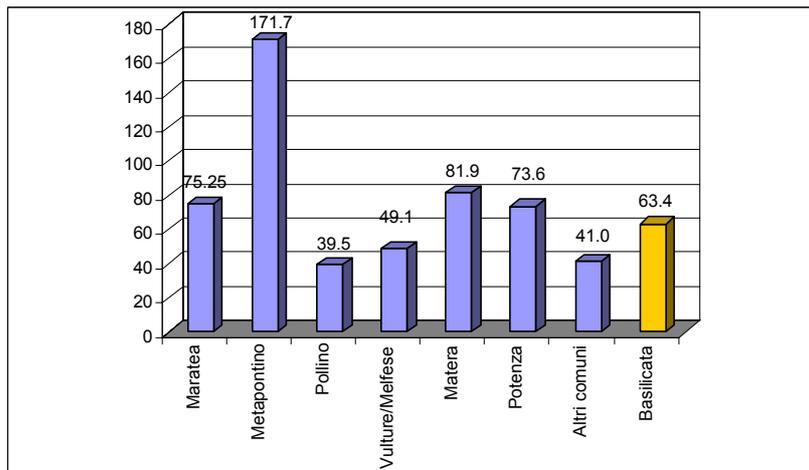
Complessivamente la Basilicata presenta una dimensione media alberghiera più alta di quella nazionale (63 posti letto contro 56); tuttavia a spostare verso l'alto la dimensione media regionale è soprattutto l'area del Metapontino, con 172 letti medi per struttura, mentre l'area di Maratea presenta una dimensione media molto più bassa (75 p.l.) Queste due cifre interpretano efficacemente i modelli di offerta delle due aree balneari; la prima, area giovanissima, si caratterizza per strutture ricettive di grande dimensione, la seconda, più consolidata, esprime una dimensione unitaria ancora contenuta. Analogamente, appare evidente il modello di offerta ricettiva del Pollino che presenta una dimensione media molto bassa, essendo caratterizzato da piccole strutture a carattere familiare (Graf. 2.10)

Graf. 2.9 Confronto quote presenze e quote posti letto nelle aree lucane 2001 - Valori % -



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

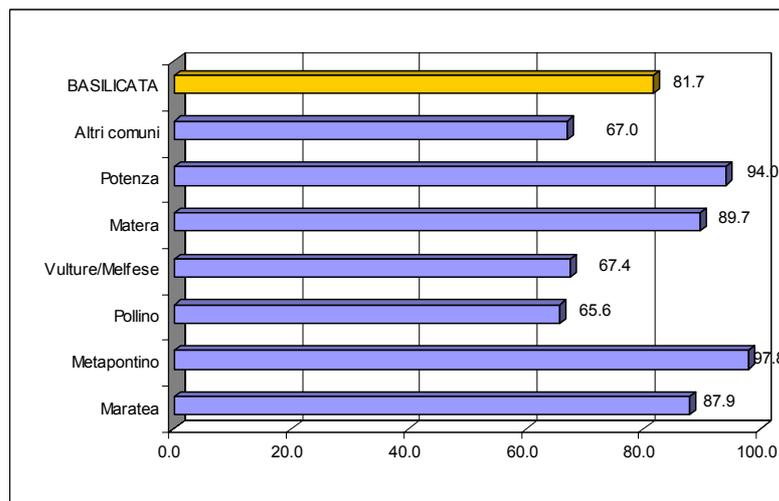
Graf. 2.10 Dimensione media delle strutture alberghiere nelle aree lucane. 2001 Posti letto



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

Complessivamente, la qualità alberghiera, misurata attraverso il numero di stelle, si presenta buona (Graf. 2.11), riflettendo la caratteristica di offerta ricettiva relativamente giovane. Mediamente, nella regione l'incidenza dei posti letto alberghieri appartenenti alla categoria medio-alta (da 3 stelle in su) raggiunge l'82%. Alcune aree superano decisamente questa quota: il Metapontino sfiora la totalità delle strutture (98%) che, come è noto, sono per lo più di recente apertura; Maratea, unica area che dispone di una struttura a 5 stelle, si avvicina al 90%, mentre l'area di Potenza raggiunge il 94,4%. Il più basso livello è invece quello dell'area del Pollino, in cui solo il 65,6% dei posti letto sono in strutture medio-superiori, a cui si associano gli altri comuni della regione.

Graf. 2.11 Incidenza posti letto in alberghi a 3-4-5 stelle sul totale. 2001
- Valori % -



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

2.6 LO SVILUPPO DELL'OFFERTA RICETTIVA

La crescita della capacità ricettiva spiega più di ogni altro dato lo sviluppo del turismo in Basilicata (Tab. 2.8). Nell'ultimo quinquennio (1996-2001), la capacità ricettiva alberghiera della regione è aumentata enormemente (+58,8%). Solo due aree non ne hanno beneficiato: quella di Potenza, che ha visto un decremento dei posti letto e la perdita di un esercizio, e quella di Maratea che, a fronte di una sostanziale stabilità dei posti letto, ha però visto un decremento di 3 unità alberghiere. Si tratta di un'area che ha vissuto il suo maggior sviluppo in anni precedenti all'ultimo quinquennio e che ora tende ad una razionalizzazione delle strutture. Il vero boom dell'offerta alberghiera si è verificato nell'area del Metapontino, che si è praticamente sviluppata in questi ultimi anni con la creazione di ben 10 nuove strutture di grande dimensione, le quali hanno determinato un incremento di circa 3000 posti letto, ridisegnando la mappa delle aree turistiche regionali. Anche le altre aree tuttavia hanno incrementato l'offerta, con una crescita nel quinquennio variabile tra il 30 e il 65% dell'area di Matera, che raccoglie i frutti sia dello sviluppo del turismo culturale, sia di quello del turismo business.

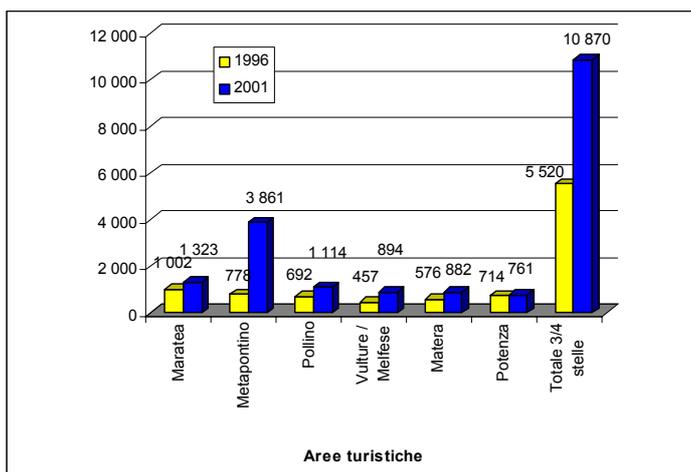
Ma lo sviluppo dell'offerta ricettiva non è riscontrabile solo sul piano quantitativo. Parallelamente si è infatti verificato un sensibile innalzamento qualitativo dell'offerta, la cui componente di livello superiore (3-4 stelle) è diventata largamente maggioritaria, sia per una evoluzione qualitativa delle strutture esistenti, sia per l'apertura di nuove strutture di livello superiore (Graf. 2.12). Dal 1996 al 2001, infatti, i posti letto in strutture a 3-4 stelle sono quasi raddoppiati nell'insieme della regione con incrementi diffusi in tutte le aree, seppure in misura diversa.

Tab. 2.8 L'evoluzione dell'offerta alberghiera. 1996-2001

	1996		2001		Variaz. N.	Variaz.p.l.
	N.	p.l.	N	p.l.	%	%
Maratea	23	1.490	20	1.505	-13,0	1,0
Metapontino	13	839	23	3.948	76,9	370,6
Pollino	41	1.298	43	1.698	4,9	30,8
Vulture/Melfese	25	999	27	1.326	8,0	32,7
Matera	8	594	12	983	50,0	65,5
Potenza	12	874	11	810	-8,3	-7,3
Altri comuni	65	2.286	74	3037	13,8	32,9
BASILICATA	187	8.380	210	13.307	12,3	58,8

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata e ISTAT

Graf. 2.12 Posti letto a 3-4 stelle nelle aree lucane. 1996 e 2001



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata e ISTAT

Ovvio che sia l'area del Metapontino a registrare l'incremento maggiore, per effetto della creazione di nuove strutture, tutte di livello superiore, ma anche le altre aree, ivi comprese quella del Pollino, registrano incrementi sensibili dell'offerta ricettiva di fascia alta; solo Potenza e Maratea registrano incrementi modesti, confermando un sostanziale consolidamento avvenuto precedentemente.

2.7 IL GRADO DI UTILIZZO DELLE STRUTTURE

Il grado di utilizzo delle strutture costituisce un indicatore particolarmente importante. Esso potrebbe spiegare almeno parzialmente la capacità dell'offerta di ampliare la stagionalità, un dato che già è risultato non negativo nel confronto con le altre regioni meridionali (cfr. Tab. 2.6). Va detto, però, che i dati che presentiamo nelle righe che seguono sono condizionati dallo sviluppo recente di diverse nuove strutture. Esse, infatti, essendo di recente apertura (nel 2001 si registrano 13 nuove unità rispetto all'anno precedente), non hanno probabilmente avuto il tempo di sviluppare pienamente la loro potenzialità; conseguentemente, il livello di utilizzo lordo risulta più basso di quanto ci si sarebbe aspettato e di quanto risulta dai dati del 2000 (cfr. Tab. 2.9). E' comunque utile analizzare i dati delle singole aree, perché consentono valutazioni comparative tra le stesse.

Tab. 2.9 Indice di utilizzo lordo alberghiero nelle aree lucane¹⁵. 2001

Aree	Indice di utilizzo
Maratea	19,1
Metapontino	26,0
Pollino	15,5
Vulture/Melfese	22,4
Matera	26,2
Potenza	36,6
Altri comuni	17,4
Media regionale	22,2

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

Prescindendo dal valore in quanto tale che, come detto, deve considerarsi basso in una condizione "a regime", è comunque significativo registrare il diverso livello tra le aree. Le punte più alte si registrano comprensibilmente nei due capoluoghi, meno sensibili alle variazioni stagionali; Matera è comunque ad un livello inferiore di Potenza e ciò è spiegabile con l'incremento recente delle strutture che ancora non operano a regime. Va sottolineato, invece, il basso livello di Maratea che, evidentemente, risente di una certa maturità. Bassissimo poi il grado di utilizzo delle strutture del Pollino, che raggiungono solo un modestissimo 15,5%.

La capacità di utilizzo delle strutture ricettive può avere una relazione diretta con il livello qualitativo della struttura e con la sua dimensione. Allo scopo di verificare tale grado di relazione proponiamo i grafici 2.13 e 2.14.

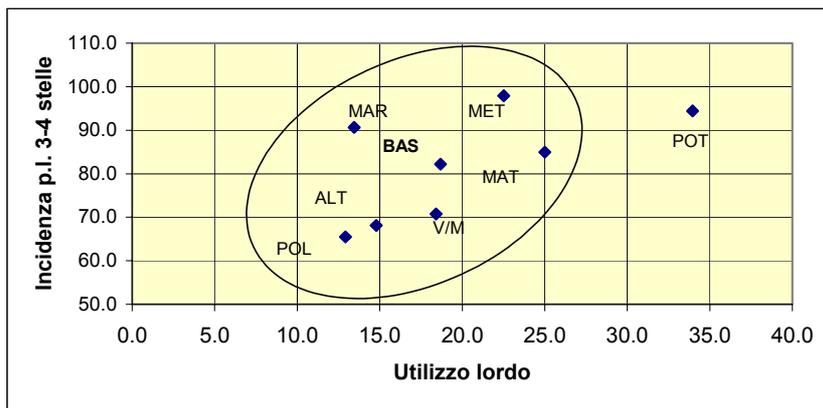
Dal Graf. 2.13 emerge una certa correlazione tra i due fenomeni, sebbene la tipologia qualitativa non spieghi interamente il fenomeno che è evidentemente determinato anche da altre condizioni,

¹⁵ L'indice di utilizzo lordo misura il grado di utilizzo della capacità produttiva, rapportando le presenze effettive alla disponibilità dei posti letto nell'arco dell'anno (al lordo quindi delle chiusure stagionali). Si ottiene dalla formula:

$$\text{presenze} / (\text{posti letto} \times 365) \times 100.$$

quale ad esempio l'ubicazione, il tipo di turismo al quale la struttura serve e l'effettivo grado di competitività degli alberghi. Come si vede, Maratea, ad esempio, presenta un utilizzo piuttosto basso pur a fronte di una elevata dotazione di alberghi di fascia alta, così come a Potenza, meta di un turismo prevalentemente d'affari, la domanda è sostanzialmente rigida e quindi l'utilizzo risulta decisamente più alto. La correlazione è comunque netta nelle aree più deboli (Pollino, Vulture/Melfese, altri comuni) dove ad una dotazione alberghiera di qualità non elevata corrisponde chiaramente un basso livello di utilizzo.

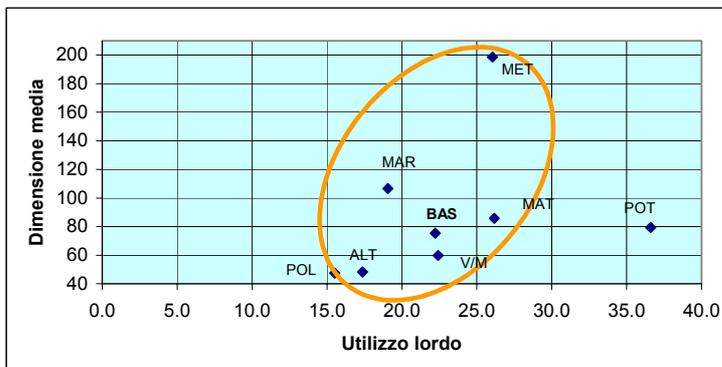
Graf. 2.13 Tipologia di offerta e utilizzo delle strutture



Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

Anche la dimensione media indica un certo grado di correlazione con l'utilizzo delle strutture, sebbene altri fenomeni possano condizionarlo (Graf. 2.14). Con la sola eccezione di Potenza, i motivi anzidetti, nelle altre aree ad una dimensione contenuta corrisponde una più difficile potenzialità di sviluppo delle strutture.

Graf. 2.14 Dimensione media e utilizzo delle strutture



per

Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata

2.8 L'OFFERTA RICETTIVA: LA BASILICATA E LE ALTRE REGIONI MERIDIONALI

Sebbene alcuni dati differiscano, talvolta sensibilmente, da quelli forniti nelle pagine precedenti, per effetto soprattutto di un riferimento temporale diverso e della dinamica che ha caratterizzato la Basilicata negli ultimi anni, è certamente utile dare uno sguardo comparativo ai principali indici dell'offerta ricettiva, con riferimento alle altre regioni meridionali, così come vengono forniti dall'Undicesimo Rapporto sul Turismo Italiano ¹⁶ (Tab. 2.10).

Tab. 2.10 L'offerta ricettiva lucana a confronto

	BAS	ABR	MOL	CAM	PUG	CAL	Sud+ Isole	Italia
Posti letto alberghieri	12.082	46.355	5.501	88.332	57.175	66.280	429.030	185.4101
Incidenza posti letto alb.su totale	47,8	49,4	46,4	54	31,6	35,3	45,8	47,4
Variatz. P.I. tot. dal '95 al 2000 (%)	51,8	-2,2	-3,7	6	8,3	16,4	15,5	18
Posti letto x 1000 residenti	20,0	36,2	16,8	15,3	14	32,4	20,6	31,3
Dimensione media alberghiera (p.l.)	61,3	60,3	53,9	63	80,1	96,1	79,1	55,6
Rapporto bagni/camere (%)	95,5	97,2	93,7	97,8	98,7	86,4	95,6	97,1
Utilizzo lordo alberghiero	23,8	36,7	21,1	46,2	22,9	18,9	30	32,3
Utilizzo netto alberghiero	29,7	31,6	22,8	50,8	27,9	28,3	36,8	42,7
Fatturato per addetto alberghiero (ml lire 1998)	104,9	99	139,5	125,8	117,6	117,3	123,6	103,1
Fatturato per addetto nelle strutture complem. (ml lire 1998)	79,7	79,4	89,3	95,1	153,6	129,9	128,3	109,6

n.b.: alcuni dati possono differire da quelli presentati nelle pagine precedenti stante la diversa fonte di riferimento e il diverso riferimento temporale

Fonte: Mercury, Rapporto sul turismo italiano, Undicesima Edizione

In sintesi si può sottolineare che:

- l'offerta ricettiva è tipologicamente nella media delle altre regioni meridionali, con un'incidenza dell'offerta alberghiera di poco inferiore al 50% dei posti letto; essa è tuttavia sensibilmente più elevata di quella delle regioni confinanti (Puglia e Calabria), evidenziando quindi una maggiore solidità strutturale;
- la Basilicata è la regione che mostra di gran lunga il maggiore sviluppo dell'offerta ricettiva a livello nazionale nell'ultimo quinquennio (+51,8%); è pertanto la regione italiana che più si è fatta carico di uno sviluppo turistico inusitato e impegnativo sul piano dell'organizzazione e della gestione. Non vi è dubbio che ciò sia un segnale oltremodo positivo, ma parimenti chiama in causa una forte corresponsabilizzazione di tutti i soggetti per la piena valorizzazione di questo incremento di potenzialità;

¹⁶ Cfr. Mercury (a cura di). *Rapporto sul Turismo Italiano. Undicesima edizione. 2002. I mercati regionali.* Firenze 2002

- in questo contesto permangono, tuttavia, ancora alcuni elementi di debolezza, generati essenzialmente da una differenziazione sensibile tra le aree, che sembra essere crescente; il rapporto bagni/camere è tra i più bassi delle regioni meridionali, il che fa pensare alla debolezza di alcune aree di più lontano sviluppo (es. Pollino, Vulture); il fatturato per addetto è inferiore a quello della maggior parte delle altre regioni, il che indica una minore capacità di valorizzazione economica delle strutture. Complessivamente, tuttavia, nei confronti delle altre due regioni confinanti (Puglia e Calabria) la Basilicata mostra parametri assolutamente competitivi.

3. LE IMPRESE TURISTICHE

3.1 L'IMPRENDITORIALITÀ TURISTICA E LA SUA EVOLUZIONE

Come è noto, le attività turistiche sono prevalentemente rappresentate da aziende di piccola e piccolissima dimensione, la cui gestione è per lo più a carattere familiare. Non stupisce dunque il constatare che il numero di unità locali (assimilabile alle effettive strutture) sia solo del 40% superiore a quello delle imprese; di fatto ciò indica che nella maggior parte dei casi le imprese dispongono di una sola unità locale, una condizione molto diffusa su tutto il territorio nazionale¹⁷.

Oggi esistono in Basilicata 799 imprese afferenti alle quattro principali attività turistiche, con una dimensione media di unità locali di 1,4 (Tab. 3.1). La grande maggioranza di tali imprese (67,6%) è costituita da ristoranti, comprensibilmente più diffusi sul territorio, che tuttavia presentano una dimensione media di 1,3 unità locali, il che sta a indicare che mediamente la metà delle imprese dispone di 2 strutture. Più significativo il rapporto nel caso dei campeggi, dove la dimensione delle imprese si presenta più consistente; mediamente infatti ogni impresa dispone di 2 strutture, il che fa pensare che, essendoci probabilmente un buon numero di imprese "single unit", ve ne siano diverse con più strutture. Le agenzie di viaggio presentano una dimensione media di 1,7; considerato il tipo di attività si può ritenere che si tratti di una dimensione bassa, espressione di un'attività ancora poco consolidata e con tutta probabilità in fase di crescita.

Tab. 3.1 Imprese e unità locali nel "core business" del turismo. 1999-2002

	Imprese		var. %	Unità locali		var. %	Dimensione media ul/im	
	1999	2002	2002/1999	1999	2002	2002/1999	1999	2002
Alberghi	127	147	15,7	192	225	17,2	1,5	1,5
Campeggi	51	54	5,9	92	111	20,7	1,8	2,1
Ristoranti	449	540	20,3	592	721	21,8	1,3	1,3
Agenzie viaggio	46	58	26,1	73	96	31,5	1,6	1,7
Totale	673	799	18,7	949	1153	21,5	1,4	1,4

Fonte: Stock View - Infocamere

La crescita delle imprese conferma lo sviluppo delle attività turistiche già analizzato nel capitolo precedente. Complessivamente il numero di imprese è aumentato di quasi il 20% in tre anni, corrispondentemente alla crescita delle unità locali, il che equivale a lasciare inalterato il rapporto. Sebbene

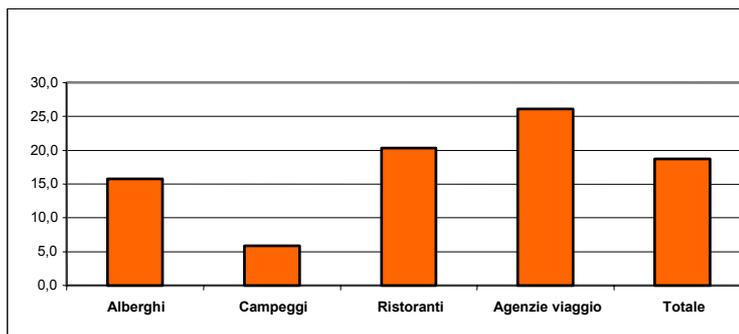
¹⁷ La non perfetta coincidenza del numero di unità locali con i dati relativi al numero di strutture presentati nel Cap. 2 è spiegabile con la diversa fonte di reperimento dei dati e con la natura stessa di questa fonte che è di carattere amministrativo. Nella sostanza, tuttavia, vi è piena coerenza sull'entità e sulle tendenze.

l'arco temporale sia modesto, ciò non rivela quindi una crescita dimensionale.

Constatiamo come la crescita maggiore riguardi le agenzie di viaggio, il che tuttavia è sintomo non solo di uno sviluppo del sistema di accoglienza lucano, ma anche e soprattutto della crescita della propensione della popolazione locale al viaggiare, dal momento che, come sappiamo, le agenzie di viaggio interpretano più facilmente una funzione outgoing. Consistente la crescita delle imprese alberghiere (oltre il 15%) e molto consistente quella dei ristoranti (oltre il 20%), espressione di uno sviluppo del turismo, ma anche di una maggiore propensione alla spesa per la ristorazione della popolazione locale. Consolidata sembra invece l'offerta campeggistica, probabilmente più dinamica in anni passati.

Poco da segnalare circa la distribuzione delle unità locali che riflette la presenza dell'offerta turistica nel territorio regionale. Unica constatazione interessante è la distribuzione delle agenzie di viaggio, che conferma la loro prevalente funzione outgoing, dal momento che sono prevalentemente ubicate nelle aree a maggiore densità demografica; nel Metapontino e a Maratea, infatti, aree di prevalente accoglienza turistica, il loro numero è decisamente più scarso.

Graf. 3.1 Variazione % delle imprese per tipologia. 1999-2002



Fonte: Stock View – Infocamere

Tab. 3.2 Le unità locali delle imprese turistiche del "core business" per aree. 2002

	Alberghi	Campeggi	Ristoranti	Agenzie Viaggio	Totale
Maratea	24	2	48	8	82
Metapontino	26	26	91	6	149
Pollino	40	15	66	5	126
Vulture/Melfese	21	13	69	11	114
Matera	15	2	81	28	126
Potenza	33	8	89	24	154
Altre aree	66	45	277	14	402
Totale complessivo	225	111	721	96	1153

Fonte: Stock View - Infocamere

3.2 LA FORMA GIURIDICA, L'ETÀ E LA CONSISTENZA PATRIMONIALE

La dimensione contenuta riflette una forma giuridica prevalentemente orientata alle ditte individuali o alle società di persone. Le società di capitali rappresentano mediamente solo l'11,6%, ma tale incidenza scende comprensibilmente al 5,5% nel caso dei ristoranti. Rispetto a tre anni fa, l'incidenza delle società di capitali è aumentata di meno dell'1%, il che indica che mediamente non vi è stata una evoluzione nella solidità economica; il modello rimane quello della piccola impresa a carattere familiare e comunque non è cambiato nel corso dell'ultimo triennio, anche nel caso degli alberghi, dove l'incidenza delle società di capitali sale dal 29,9% al 31,3%. Nel caso delle agenzie di viaggio, l'incidenza addirittura scende, passando dal 23,9% del 1999 al 20,1% del 2002, e rivelando quindi una crescita di piccole nuove unità, piuttosto che un consolidamento dell'apparato già esistente. Sostanzialmente consolidato è il modello imprenditoriale dei campeggi, con grande prevalenza di ditte individuali, che resta pressoché immutato nel triennio.

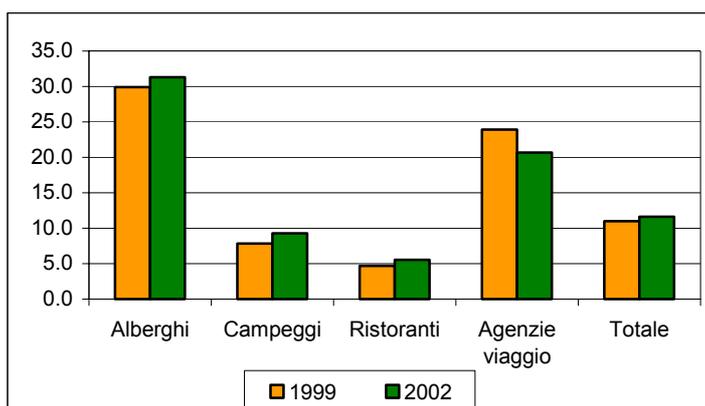
Tab. 3.3 La forma giuridica delle imprese. 1999 e 2002

	Società capitale		Società di persone		Ditte individuali		Altre forme		Totale	
	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002
Alberghi	38	46	26	34	58	58	5	9	127	147
Campeggi	4	5	6	5	34	36	7	8	51	54
Ristoranti	21	30	77	119	342	380	9	11	449	540
Agenzie viaggio	11	12	10	15	18	20	7	11	46	58
TOTALE	74	93	119	173	452	494	28	39	673	799

Fonte: Stock View - Infocamere

Graf.3.2 Incidenza delle società di capitali nelle attività del "core business"

L'età media, calcolata su un arco temporale di 42 anni (1940-2002), non è elevata ed esprime complessivamente uno sviluppo del turismo recente. Se la media complessiva è di poco meno di 11 anni, solo le imprese alberghiere, che ovunque rappresentano lo "zoccolo duro" delle attività turistiche, raggiungono i 15 anni di vita media.



Fonte: Stock View - Infocamere

Tav. 3.4 Età media delle imprese attive (sett.02)

Alberghi	15,1
Campeggi	9,0
Ristoranti	9,9
Agenzie viaggio	9,0
TOTALE	10,7

E' ben evidente come la dimensione patrimoniale rifletta la frammentarietà delle imprese. Oltre il 71%

Fonte: Stock View - Infocamere

fletta la frammentarietà delle imprese. Oltre il 71% delle imprese ha infatti un capitale sociale inferiore a 10 mila Euro e sono solo 13 le imprese che dispongono di un capitale sociale superiore a 500 mila euro, di cui 9 aziende alberghiere, una di campeggi e ben 3 nell'area della ristorazione.

Tab. 3.5 Capitale sociale delle imprese nel "core business". Valori assoluti 1999 e 2002

	fino a 10 mila Euro		10-25 mila Euro		25-100 mila Euro		100-500 mila Euro		oltre 500 mila Euro		Totale	
	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002
Alberghi	68	74	22	29	15	18	16	17	6	9	127	147
Campeggi	41	43	5	6	3	3	1	1	1	1	51	54
Ristoranti	376	417	47	80	19	32	5	8	2	3	449	540
Agenzie viaggio	19	37	18	11	8	10	1	0	0	0	46	58
TOTALE	504	571	92	126	45	63	23	26	9	13	673	799

Fonte: Stock View – Infocamere

Si nota tuttavia una certa evoluzione verso una maggiore consistenza del capitale sociale; l'incidenza delle aziende a più bassa capitalizzazione è complessivamente diminuita, passando dal 75% al 71,5%, così come è aumentata la consistenza delle aziende a media e a più alta capitalizzazione.

Tab. 3.6 Capitale sociale delle imprese nel "core business". Valori percentuali 1999 e 2002

	fino a 10 mila Euro		10-25 mila Euro		25-100 mila Euro		100-500 mila Euro		oltre 500 mila Euro		Totale	
	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002
Alberghi	53,5	50,3	17,3	19,7	11,8	12,2	12,6	11,6	4,7	6,1	100,0	100,0
Campeggi	80,4	79,6	9,8	11,1	5,9	5,6	2,0	1,9	2,0	1,9	100,0	100,0
Ristoranti	83,7	77,2	10,5	14,8	4,2	5,9	1,1	1,5	0,4	0,6	100,0	100,0
Agenzie viaggio	41,3	63,8	39,1	19,0	17,4	17,2	2,2	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
TOTALE	74,9	71,5	13,7	15,8	6,7	7,9	3,4	3,3	1,3	1,6	100,0	100,0

Fonte: Stock View – Infocamere

Le aziende a maggiore capitalizzazione sono naturalmente quelle alberghiere, anche se va soprattutto evidenziato che ancora oggi circa il 50% delle aziende alberghiere dispone di un capitale sociale inferiore a 10 mila Euro, un valore decisamente basso in relazione al tipo di attività. Analoga considerazione si può fare in relazione alle imprese di campeggio che pure, come si è visto, dispongono mediamente di due strutture per impresa.

3.3 L'IMPREDITORIA TURISTICA LUCANA A CONFRONTO

La tabella 3.7 propone un confronto dei principali indicatori relativi al sistema delle imprese turistiche lucane con le altre regioni meridionali. Dal confronto emergono alcuni dati anche sorprendenti, di fronte ai quali è opportuno cautelarsi, mettendo in evidenza come, trattandosi di dati di natura amministrativa, possono essere oggetto di dichiarazioni non sempre corrispondenti alla realtà e di quote di sommerso anche consistenti che ne alterano la veridicità. Tuttavia è opportuno proporli, lasciando al lettore la loro definitiva interpretazione.

Tab. 3.7 La Basilicata nel contesto delle regioni meridionali

	BAS	Regioni meridionali							MEZ-ZOG.	ITALIA
		ABR	MOL	CAM	PUG	CAL	SIC	SAR		
U.L. tur. / Tot. U.L. servizi (%)	3,6	4,9	4,5	3,5	3,4	3,8	2,7	4,2	3,5	4,0
U.L. tur. (N°)	1.152	4.141	847	12.700	7.719	4.356	7.726	4.554	43.195	159.853
Tot. U.L. servizi	31.661	85.371	18.704	358.322	228.791	115.562	286.111	107.153	1.231.675	4.015.825
Impr.tur. con cap. soc. <10.000 €	71,5	70,3	62,6	62,0	67,7	63,0	67,2	73,0	66,1	62,7
Impr.tur. con cap. soc. > 500.000 €	1,6	0,7	0,5	1,2	1,0	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0
Soc. capitali su totale	11,6	8,5	9,5	15,2	12,6	6,6	12,8	16,3	12,6	14,0
Società di capitali turismo	93	264	59	1.450	727	231	728	494	4.046	16.316
Tot. Imprese turismo	799	3.111	623	9.511	5.751	3.474	5.705	3.023	31.997	116.185
U.L. AdV	93	258	48	1.232	573	304	1.058	394	3.960	14.964
AdV/pop res.	1,5	2,0	1,5	2,1	1,4	1,5	2,1	2,4	1,9	2,6
pop res. 2001 ('000)	605	1.281	327	5.782	4.086	2.043	5.077	1.648	20.850	57.844

Fonte: Stock View - Infocamere

Sintetizziamo in forma schematica i risultati più rilevanti del confronto:

- la consistenza delle unità locali nelle attività del “core business” del turismo rispetto alla totalità delle imprese di servizi è corrispondente alla media del Mezzogiorno; non vi è quindi una dotazione insufficiente in Basilicata, così come non vi è una sorta di “specializzazione”, come potrebbe sembrare in Abruzzo, Molise o Sardegna;
- in relazione al capitale sociale, notiamo che le due classi estreme (inferiore a 10.000 € e superiore a 500.000 €) sono in Basilicata più incidenti che in altre regioni; questa maggior “polarizzazione” su imprese patrimonialmente più deboli e più forti è l’espressione di un turismo relativamente giovane, che vede l’affiancarsi di strutture economicamente consistenti ad un tessuto frammentato e fragile, peraltro quantitativamente non molto ampio. Lo prova il fatto che le società di capitali sono relativamente minori che nella maggior parte delle altre regioni;
- le unità locali di Agenzie di Viaggio hanno un rapporto con la popolazione residente più basso di tutte le altre regioni; la funzione di intermediazione per l’outgoing (certamente prevalente) non è ancora sviluppata consistentemente.

4. L'OCCUPAZIONE NEL "CORE BUSINESS" DEL TURISMO

4.1 PREMESSA

Come è noto, la quantificazione dell'occupazione non è facile per alcun settore produttivo, specie laddove vi è una componente consistente di lavoro indipendente che si affianca a quello dipendente. Nel caso del turismo, poi, le difficoltà sono di gran lunga superiori rispetto ad altri settori per almeno questi motivi:

- la componente di lavoro indipendente è particolarmente elevata e su di essa si innesta un quota non irrilevante di lavoro precario (es. coadiuvanti familiari) che non sempre viene esplicitamente dichiarata dalle aziende;
- nella misura in cui la quantificazione fa riferimento a specifiche aree di attività (es. ristorazione, trasporti, attività ricreative), sappiamo che esse sono solo in parte destinate al mercato turistico e conseguentemente diventa particolarmente difficile la stima della quota parte di occupazione ad esso attribuibile;
- il lavoro stagionale è particolarmente alto ed è molto sensibile alle variazioni congiunturali, così da far mutare la struttura dell'occupazione in modo sensibile anche in un arco temporale breve.

Questo spiega perché, partendo da fonti diverse, si ottengono quantificazioni del mercato del lavoro turistico spesso divergenti, talvolta con differenziazioni anche rilevanti. Quanto più, poi, l'area di riferimento è limitata, tanto più i margini di errore sono probabili, dal momento che le fonti fanno appello spesso ad indagini di natura campionaria.

Nella prospettiva di delineare il quadro occupazionale nelle attività turistiche in Basilicata si è ritenuto utile quindi procedere nel seguente modo:

- a. limitare il campo di analisi al "core business" del turismo (ricettività, ristorazione e intermediazione) dal momento che si tratta di attività a larga prevalenza destinate al mercato turistico (con eccezione della ristorazione). Ciò comporta che la quantificazione non sia relativa a coloro che lavorano per effetto della domanda turistica, ma soltanto alle principali attività di produzione; restano pertanto esclusi tutti coloro che lavorano, ad esempio, nelle attività culturali o ricreative, sebbene molte di esse esistano proprio in funzione del movimento turistico;
- b. stimare lo stock di occupazione (indipendente e dipendente) incrociando fonti diverse e verificandone la congruità;
- c. stimare le tendenze di crescita sulla base dell'indagine Excelsior-Unioncamere relativa agli ultimi anni, che fornisce le previsioni di assunzione di lavoratori dipendenti sino al livello regionale.

4.2 ADDETTI E DIPENDENTI

Il quadro occupazionale degli addetti al "core business" del turismo viene ricostruito sulla base di tre fonti principali:

- i dati forniti dall'Indagine Excelsior-Unioncamere, relativi allo stock di occupati, dipendenti e indipendenti, rilevati nel 1999;
- i dati provenienti da Stock View-Infocamere, già utilizzati nel capitolo precedente, particolarmente per la valutazione del numero di imprese al 2002;
- i dati forniti dall'XI Rapporto sul Turismo, relativi ai soli addetti degli alberghi e delle strutture complementari, con riferimento al 1998;
- i dati di contabilità regionale, già richiamati in questo rapporto e relativi all'insieme degli addetti agli alberghi e a tutti i pubblici esercizi al 2000.

La stima alla quale si perviene (vedi Tab. 4.1) è frutto di una valutazione di massima che tiene conto dell'evoluzione delle strutture in questi ultimi anni ma, parallelamente, anche della tendenza al recupero di produttività che tende ad essere perseguita dalle imprese e che comporta un contenimento della manodopera, in quanto costo preponderante delle imprese ricettive.

Tab. 4.1 Il quadro occupazionale del "core business" Stima al 2002

	Dipend.	Indip.	Totale addetti	Imprese N. (*)	Dipend. per impresa	Addetti per impresa	Stagionali
Alberghi	750	200	950	147	5,01	6,46	
Campeggi	75	65	140	54	1,38	2,60	
Ristoranti	640	810	1450	540	1,18	2,68	
A.d.V.	50	70	120	58	1,16	2,07	
TOTALE	1.515	1.145	2.640	799	1,89	3,30	850

Fonte: nostre stime su fonti diverse

(*) Fonte Stock View-Infocamere

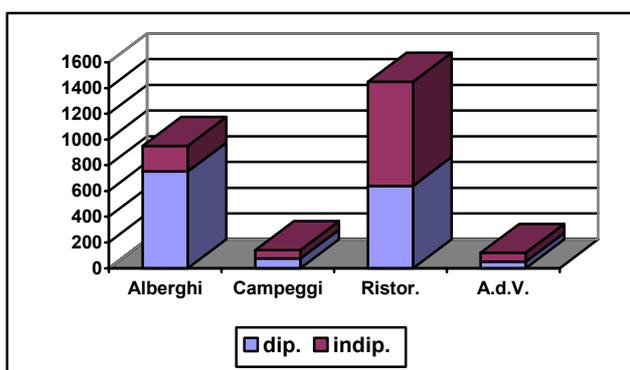
Sulla base delle informazioni raccolte ed elaborate, si rileva che nelle attività del "core business" lavorano oggi 2.640 addetti dei quali più del 40% sono indipendenti; la media di addetti per impresa raggiunge le 3,3 unità. Ai 2.640 addetti stabili vanno quindi aggiunti i dipendenti stagionali, che per il 2002 sono stati stimati dall'Indagine Excelsior in circa 850 unità.

La maggior quota di addetti (55%) viene assorbita dai ristoranti, un'attività che tuttavia è solo parzialmente a totale destinazione turistica; gli alberghi assorbono un altro 36% dell'occupazione, lasciando il restante 9% alle altre due attività.

Facendo riferimento ai dati di contabilità regionale, proposti nel 1° capitolo, nel quale venivano indicati circa 7.100 addetti a tutte le attività di alberghi e pubblici esercizi, si riscontra una sostanziale coerenza; se infatti circa 2.500 addetti sono assorbiti da alberghi, campeggi e ristoranti, significa che altrettanti 4.600 sono gli addetti di tutte le altre tipologie di pubblici esercizi (bar, stabilimenti balneari, altre attività ricettive, locali notturni, ecc.), il che sembra pienamente plausibile.

E' realistico ritenere che l'occupazione stagionale sia prevalentemente destinata alle strutture ricettive ed in parte ai ristoranti, mentre per le agenzie di viaggio l'occupazione ha una natura più stabile.

Graf. 4.1 Addetti nei settori del "core business"



Fonte: nostre stime su fonti diverse

tratta di un tipo di attività ancora in fase espansiva e destinato probabilmente in futuro ad un processo di consolidamento anche dimensionale.

Come si vede, la dimensione media delle aziende lucane è alquanto bassa; soltanto gli alberghi raggiungono una dimensione significativa, grazie soprattutto alla presenza di alcune unità di una certa dimensione che richiedono un buon apporto di manodopera; da sottolineare tuttavia come il comparto della ristorazione, sebbene presenti una dimensione media aziendale comprensibilmente bassa, faccia ampio ricorso al lavoro dipendente. Anche le Agenzie di Viaggio presentano un carattere estremamente frammentato, trattandosi di piccolissime unità, per lo più a gestione familiare, del resto la maggior crescita di imprese riscontrato in questo comparto (si veda cap.3) testimonia che si

4.3 LA DINAMICA OCCUPAZIONALE PIÙ RECENTE E LE ASPETTATIVE DELLE IMPRESE

Per valutare la dinamica occupazionale disponiamo delle informazioni provenienti dall'indagine Excelsior, che fanno riferimento alle sole imprese con dipendenti. Sulla base delle indagini annuali, fondate sulle dichiarazioni delle imprese, vengono stimate le entrate e le uscite dei dipendenti. Per l'intero "core business" del turismo, le indagini degli ultimi anni hanno fornito le seguenti variazioni dell'occupazione dipendente nelle regioni meridionali (Tab. 4.2).

Tab. 4.2 Variazione dell'occupazione dipendente stabile nelle attività del "core business"

	Incrementi occupazionali			Tassi di crescita		
	1999-2000	2001	2002	1999-2000	2001	2002
	(v.a.)	(v.a.)	(v.a.)	(%)	(%)	(%)
ITALIA	12.165	14.856	20.608	4,7	5,8	5,7
Sud e Isole	2.339	3.384	5.502	5,0	6,9	7,5
Abruzzo	237	329	575	5,8	7,4	9,0
Molise	56	46	68	10,4	7,2	7,7
Campania	450	918	1.445	3,5	6,7	6,7
Puglia	161	646	1.081	2,4	8,0	9,2
Basilicata	98	112	117	11,3	10,7	8,2
Calabria	220	334	410	7,6	8,8	7,1
Sicilia	656	654	930	5,3	5,6	5,7
Sardegna	461	345	876	7,3	5,9	9,1

Fonte: Indagine Excelsior- Unioncamere

Sintetizzando i fenomeni più significativi evidenziati dalla tabella è opportuno sottolineare che:

- le attività turistiche mostrano in tutto il Paese un tasso di crescita decisamente superiore a quello delle altre attività; nei tre anni considerati, i tassi di crescita evolvono infatti tra il 4,7% e il 5,8% all'anno. Considerato che si tratta delle attività più tradizionali e che a livello nazionale la tendenza alla riorganizzazione delle imprese è maggiormente spiccata che nelle aree meridionali (più "giovani" sotto il profilo turistico), con conseguente contenimento dell'occupazione (si pensi all'innovazione tecnologica e a quella organizzativa che interviene anche nella gestione alberghiera), si tratta di segnali di grande importanza per il settore, che, come è noto, è per sua natura a forte intensità di lavoro;
- la crescita dell'occupazione è per le regioni meridionali superiore a quella nazionale; è questa una conferma dello sviluppo che il turismo ha avuto nel Mezzogiorno e che si traduce anche in un incremento occupazionale significativo;
- la Basilicata è, tra le regioni meridionali, quella che mostra i tassi di crescita più elevati, superiori o vicini al 10%; inoltre, si nota una maggiore stabilità di questa crescita, non sempre evidenziata da altre regioni in sviluppo;
- a fronte di questi dati, oltremodo positivi per la regione, non bisogna tuttavia nascondersi che i numeri sono assai bassi in termini assoluti. L'incremento occupazionale dipendente viaggia attorno al centinaio di unità annue e la cifra deve far riflettere soprattutto quando si programmano attività formative su larga scala, perché la capacità di assorbimento da parte del mercato del lavoro regionale resta strutturalmente contenuta.

Si constata, inoltre, che in Basilicata la totalità dell'incremento occupazionale (al 2002) viene assorbito da imprese di piccolissima dimensione (da 1 a 9 dipendenti). (Tab. 4.3) L'assenza di una dinamica nelle altre imprese è evidentemente rivelatrice della loro assenza. Ciò significa che anche le imprese di maggiori dimensioni di recente apertura, delle quali si è più volte sottolineata l'esistenza, sono comunque di dimensione inferiore ai 10 dipendenti stabili.

Tutte le attività hanno beneficiato degli incrementi occupazionali, ma come si vede sono soprattutto le Agenzie di Viaggio e i ristoranti a registrare i tassi più elevati. Trattandosi di previsioni espresse dalle imprese, va tenuto in conto che potrebbero anche non essersi verificati; esse restano tuttavia significative di una tendenza allo sviluppo dei diversi settori.

Tab. 4.3 Incrementi occupazionali nel "core business" per dimensione delle imprese

	INCERMENTI OCCUPAZIONALI PREVISTI AL 31.12.2002				
	Dipendenti				TOTALE
	1-9	10-49	50-249	250 e oltre	
ITALIA	16.332	3.099	396	781	20.608
Sud e Isole	4.209	1.040	87	166	5.502
Abruzzo	476	98	4	-3	575
Molise	58	7	3	0	68
Campania	1.063	262	38	82	1.445
Puglia	879	192	-3	13	1.081
Basilicata	117	0	0	0	117
Calabria	312	80	14	4	410
Sicilia	742	134	-7	61	
Sardegna	562	267	38	9	876

Fonte: Indagine Excelsior- Unioncamere

Ai dipendenti stabili si aggiungono poi i dipendenti stagionali che per il 2002 vengono stimati in 850 unità. Come si constata nel Graf. 4.2, il rapporto tra dipendenti stagionali e dipendenti stabili¹⁸ è in Basilicata molto elevato (pari al 60% circa), il più elevato tra le regioni del Mezzogiorno e di gran lunga superiore alla media del Sud (20,5%), oltre che a quella italiana (17,7%). Il dato deve evidentemente far riflettere, poiché, rispetto ad altre regioni meridionali, le condizioni dell'offerta non sono affatto, almeno potenzialmente, più stagionali; ciò fa quindi pensare ad un assetto dell'offerta ancora poco stabile, poco organizzata o forse, più probabilmente, non ancora sufficientemente consolidata.

Tab. 4.4 Tassi di variazione stimati dell'occupazione dipendente in Basilicata per attività (%)

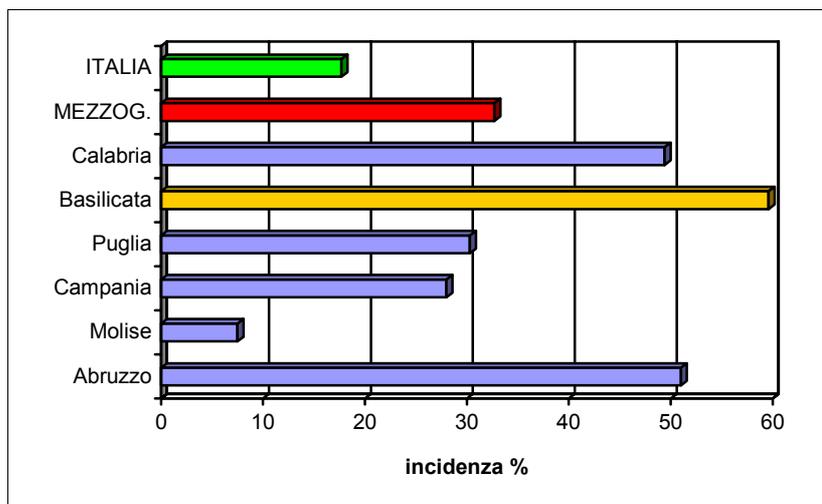
	1999-00	2001	2002
TOTALE	11,3	10,7	8,2
Alberghi	9,1	8,4	4,2
Campeggi, villaggi ed altri alloggi	--	8,1	9,1
Ristoranti	13,2	12,6	10,5
A.d.V.	28,6	11,8	10,3

Fonte: Indagine Excelsior- Unioncamere

E' interessante constatare che a fronte degli 850 stagionali previsti nel 2002, negli anni precedenti ne era previsto un numero di gran lunga inferiore, 406 nel 2000 e 333 nel 2001. Il forte aumento sembra quindi attribuibile alle nuove strutture aperte di recente, che, essendo collocate sulla costa del Metapontino, si avvalgono primariamente di personale stagionale. Lo conferma il fatto che la distribuzione per classe dimensionale di aziende vede anche una quota di circa il 20% degli stagionali previsti nel 2002 destinata ad imprese della fascia 10-49 dipendenti (Tab.4.5).

Rilevante anche constatare che la quota di stagionali extracomunitari è irrisoria.

Graf. 4.2 Incidenza dei dipendenti stagionali sui dipendenti stabili nelle regioni del Mezzogiorno (%)



Fonte: Indagine Excelsior- Unioncamere

¹⁸ Il rapporto ha essenzialmente funzioni comparative; contempla i dipendenti stabili alla fine del 2001 e gli stagionali previsti nel 2002.

Tab. 4.5 Numero di lavoratori stagionali previsti nel 2002 per regioni

	Dipendenti stagionali					di cui Extracomunitari				
	1-9	10-49	50-249	250 e oltre	TOTALE	1-9	10-49	50-249	250 e oltre	TOTALE
ITALIA	73.634	26.039	3.457	8.488	111.618	6.438	1.203	52	257	7.950
Sud e Isole	13.036	8.664	624	1.737	24.061	243	151	--	42	437
Abruzzo	2.036	1.098	80	40	3.254	55	20	--	--	75
Molise	100	11	--	--	113	--	--	--	--	--
Campania	3.116	2.629	124	146	6.015	92	53	--	--	145
Puglia	1.756	1.542	15	252	3.565	15	13	--	9	37
Basilicata	665	185	--	--	850	17	--	--	--	18
Calabria	1.418	1.667	7	433	3.525	26	17	--	17	60
Sicilia	1.217	653	363	633	2.866	33	40	--	9	83
Sardegna	2.728	879	35	231	3.873	5	7	--	7	19

Il segno (--) indica un valore statisticamente non significativo. I totali comprendono comunque i dati non esposti.

Fonte: Indagine Excelsior- Unioncamere

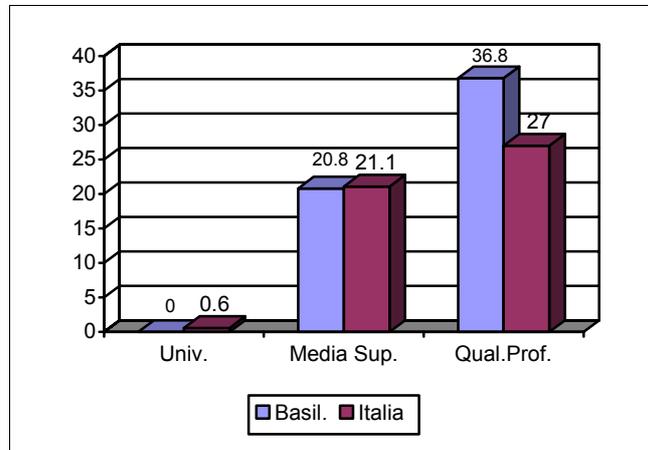
Da ultimo, l'indagine Excelsior consente di acquisire anche qualche informazione su base regionale relativamente alle caratteristiche della manodopera stabile richiesta dalle imprese. Come si vede nel Graf. 4.3, la quota di laureati è nulla (ma anche nella media italiana incide solo per lo 0,6%)¹⁹, mentre la quota dei diplomati di scuola media superiore è abbastanza simile a quella della media italiana; decisamente più alta della media invece la quota di dipendenti richiesti con una qualifica di istruzione professionale (a fronte evidentemente di quelli in assenza di qualifica o con solo il diploma di scuola media inferiore); sembra quindi di intravedere una più spiccata domanda di figure con una formazione tecnico-professionale, che potrebbe risultare carente nella regione. In complesso, il mercato del lavoro lucano sembra tuttavia rispondere in modo sufficientemente adeguato alle esigenze delle imprese; le figure considerate di difficile reperimento incidono infatti solo per il 22%, a fronte del 41% della media nazionale.

¹⁹ La bassa quota di laureati va messa in relazione alle attività del "core business", per le quali le figure di più elevata formazione sono spesso coperte dai lavoratori indipendenti. Questo tipo di esigenza sembra essere maggiormente presente in alcune delle attività complementari all'offerta turistica in senso stretto (attività culturali e di servizi, ad esempio).

Le informazioni sull'occupazione nelle attività del "core business" turistico consentono di mettere in luce alcuni aspetti di questo particolare mercato del lavoro che potremmo così riassumere:

- le dimensioni del mercato del lavoro nelle attività turistiche principali è complessivamente modesta, coerentemente con le dimensioni delle attività nella regione e con il peso che le stesse hanno sull'insieme delle attività connesse al fenomeno turistico;
- la dinamica è tuttavia relativamente forte; la richiesta delle imprese di addetti alle attività del "core business" raggiunge, tra stagionali e stabili, poco meno del migliaio di unità all'anno, una cifra più che rispettabile, date le dimensioni della regione. Considerata l'evoluzione degli stagionali e quella degli stabili, si tratta di oltre 500 nuove unità che nel 2002 sono entrate nel settore come occupati dipendenti;
- tutto questo pone un problema di formazione adeguata; anche se le imprese non sempre esprimono una chiara domanda di formazione adeguata, ciò non significa che essa non sia opportuna per la qualificazione del settore. Una struttura formativa orientata alle effettive esigenze delle imprese potrebbe largamente favorire una rapida qualificazione e costituire un vantaggio competitivo nei confronti delle altre regioni;
- anche se non abbiamo in questo caso il conforto dei dati, possiamo con ragionevole certezza affermare che un altro consistente spazio di incremento occupazionale è potenzialmente presente nelle attività complementari al "core business". Ciò tuttavia è vero nella misura in cui queste attività (attività ricreative, culturali e di servizio alle imprese, oltre che al turista), rafforzano il loro ruolo all'interno del sistema, un'esigenza che è del sistema turistico nel suo complesso, come evidenziato nel Cap. 1 del Rapporto. Il moltiplicatore occupazionale è nel turismo piuttosto elevato e un potenziamento delle interdipendenze tra le attività turistiche genera di conseguenza una crescita occupazionale (ancorché spesso precaria) significativa;
- è oltremodo elevata la quota degli stagionali rispetto ai dipendenti stabili: è il segno evidente che il sistema ha bisogno di un processo di consolidamento. La fase di questi anni è stata caratterizzata da una crescita sostanzialmente quantitativa e tutti gli indicatori lo confermano; si tratta ora di passare ad una fase più qualitativa. Ciò impone una manodopera più stabile, perché solo a queste condizioni la risorsa umana che si avvia ad operare nel turismo può riconoscere nel settore lo sbocco per un percorso professionale duraturo e definitivo. E solo a questa condizione le aziende potranno contare su personale qualificato o disposto a qualificarsi.

Graf. 4.3 Caratteristiche per livello di istruzione delle assunzioni previste nel 2002 (valori % sui dipendenti stabili)



Fonte: Indagine Excelsior- Unioncamere

5. L'INTERVENTO PUBBLICO NEL TURISMO IN BASILICATA

Alla crescita del ruolo economico del turismo nel sistema produttivo lucano, nel corso degli ultimi anni, ha contribuito in misura significativa l'intervento dell'operatore pubblico regionale che ha mobilitato consistenti risorse finanziarie a sostegno del settore. E' quanto mai opportuna quindi un'analisi, sia pure sintetica, di tale intervento, per valutarne non soltanto l'intensità (in termini di risorse impegnate), ma anche l'impatto prodotto.

A tale scopo, si è utilizzata la banca dati dell'Osservatorio Finanziario Regionale, realizzato dall'ISR (Istituto di Studi sulle Regioni – CNR), che riporta le spese e le entrate – afferenti al settore – iscritte nei bilanci regionali di previsione dal 1990 al 2000²⁰.

I dati si riferiscono, quindi, agli stanziamenti previsti ogni anno a favore del turismo e non agli impegni ed erogazioni effettive, contabilizzate nei bilanci consuntivi. In ogni caso, gli stanziamenti previsti costituiscono pur sempre un valido indicatore della propensione a spendere per il turismo, che permette di cogliere l'importanza effettivamente attribuita al settore nelle politiche regionali.

La banca dati dell'Osservatorio Finanziario consente di valutare, in particolare:

- l'ammontare complessivo della spesa destinata al settore e la relativa incidenza sul totale della spesa regionale;
- la composizione economica della spesa (spesa per investimenti e spesa corrente);
- l'ammontare della spesa per trasferimenti e la sua composizione per tipologie di beneficiari;
- l'impatto economico della spesa.

Considerata l'elevata variabilità della spesa regionale di anno in anno (variabilità che riflette anche il ciclo della spesa legata ai fondi strutturali), si è fatto riferimento all'ammontare medio annuo degli stanziamenti relativi all'intero decennio 1990-2000 e ai periodi 1990-1994 e 1995-2000.

5.1 LA SPESA REGIONALE PER IL TURISMO

Nell'arco del decennio, la Basilicata ha destinato al settore turistico 342,9 milioni di Euro, che rappresentano il 3,7% della spesa regionale complessiva²¹: si tratta di una quota pari al doppio della media nazionale, che si attesta all'1,9%, e superiore di un punto e mezzo percentuale alla media meridionale (2,3%).

Nella graduatoria regionale della "propensione di spesa" a favore del turismo (Graf. 5.1), la Basilicata è seconda soltanto all'Abruzzo che – nella media del periodo – ha riservato al settore il 6,0% degli stanziamenti complessivi iscritti nei bilanci di previsione.

Tab. 5.1 La spesa regionale per il turismo
- v.a. in migliaia di Euro correnti e % su tot. spesa -

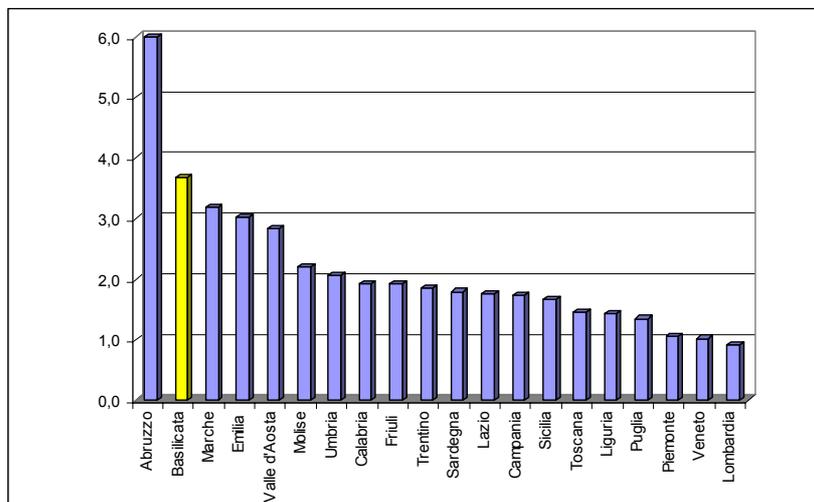
²⁰ Cfr. ISR-CNR – Osservatorio Finanziario Regionale, *La finanza regionale*, F. Angeli, anni vari.

²¹ La spesa complessiva è calcolata al netto delle spese sanitarie e delle partite di giro.

	Basilicata		Mezzogiorno	Italia
	v.a.	%	%	%
1990-1994	146.813	3,7	2,7	2,2
1995-2000	196.134	3,7	2,0	1,6
1990-2000	342.947	3,7	2,3	1,9

Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario Regionale

Graf. 5.1 L'incidenza % della spesa per il turismo sul totale della spesa regionale



Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario Regionale

E' interessante osservare inoltre che, tra la prima e la seconda metà del decennio, l'incidenza degli interventi finanziari di sostegno del settore è rimasta pressoché invariata in Basilicata, mentre nella maggioranza delle regioni ha subito flessioni più o meno marcate: a livello nazionale la quota di spesa turistica è scesa, infatti, dal 2,2 all'1,6%, mentre nell'area meridionale è passata dal 2,7 al 2,0%.

In media, la Basilicata ha stanziato 31,2 milioni di Euro ogni anno: un cifra ragguardevole anche in valore assoluto, se si considera che la spesa di una regione come la Puglia si è attestata sui 20,2 milioni di Euro²².

Tab. 5.2 La spesa media annua per il turismo nel periodo 1990-2000

Regioni	milioni di Euro correnti
---------	--------------------------

²² In questo caso, il confronto con le regioni non meridionali è viziato dall'assenza – in quest'ultime – delle risorse finanziarie rinvenienti dai Fondi Strutturali.

Sicilia	147.873
Trentino	68.032
Abruzzo	62.991
Lazio	59.898
Emilia Romagna	59.418
Campania	58.777
Calabria	58.648
Sardegna	50.181
Marche	31.742
Basilicata	31.177
Friuli V. Giulia	29.433
Toscana	27.499
Lombardia	24.343
Veneto	23.938
Valle D'Aosta	21.827
Piemonte	21.688
Puglia	20.157
Liguria	12.248
Molise	12.074
Umbria	7.728
Mezzogiorno	55.235
ITALIA	41.484

Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario

Tab. 5.3 Incidenza % della spesa per il turismo sul totale (a) e incidenza % dei trasferimenti vincolati per il turismo sulle spese per lo stesso settore (b) nel periodo 1990-2000

Regioni	(a)	(b)
Abruzzo	6,0	1,1
Basilicata	3,7	4,4
Marche	3,2	1,1
Emilia Romagna	3,0	7,5
Valle d'Aosta	2,8	0,6
Molise	2,2	10,3
Umbria	2,1	5,2
Calabria	1,9	1,5
Friuli V. Giulia	1,9	8,7
Trentino	1,9	3,1
Sardegna	1,8	9,8
Lazio	1,8	2,8
Campania	1,7	5,2
Sicilia	1,7	1,1
Toscana	1,5	1,4
Liguria	1,4	13,0
Puglia	1,3	7,6
Piemonte	1,1	24,9
Veneto	1,0	6,2
Lombardia	0,9	4,9
Mezzogiorno	2,3	3,5
ITALIA	1,9	4,4

Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario

l'ammontare delle risorse destinate al turismo da parte delle regioni può essere influenzato dal flusso di trasferimenti di risorse statali vincolati ad interventi nel settore (iscritti nella parte "entrate" dei bilanci di previsione), nel senso che un'elevata incidenza di quest'ultime può determinare un maggiore impegno di spesa.

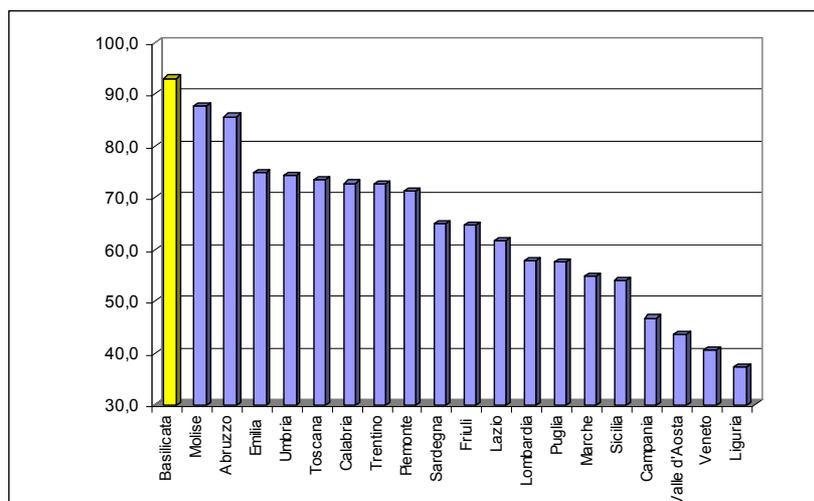
Nel caso della Basilicata, tale influenza si può senz'altro escludere: in rapporto all'ammontare complessivo degli stanziamenti, la quota di risorse trasferite si è attestata – nel periodo considerato – al 4,4%, una quota analoga alla media nazionale.

Di particolare interesse è l'analisi delle principali tipologie di spesa.

Le spese per investimenti (quelle cioè, finalizzate alla costruzione, ampliamento, ristrutturazione di strutture turistiche e alberghiere, e all'impiantistica turistica) hanno assorbito in Basilicata la stragrande maggioranza delle risorse finanziarie destinate al settore; mentre abbastanza contenute sono risultate le spese di parte corrente, legate al funzionamento degli enti turistici, alla promozione turistica in generale, al sostegno alla gestione di strutture ricettive e di impianti e attrezzature turistiche.

Nel quinquennio 1995-2000, in particolare, il 93,1% degli stanziamenti complessivi è stato riservato agli investimenti, contro una media meridionale e nazionale di circa il 65%; in effetti, la Basilicata è la prima regione quanto a incidenza della spesa in conto capitale (Graf. 5.2).

Graf. 5.2 L'incidenza % della spesa in conto capitale sul totale della spesa turistica regionale



Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario Regionale

Da questo punto di vista, si può affermare che l'intervento regionale nel settore – in questo periodo – sia stato indirizzato soprattutto alla creazione delle condizioni strutturali di base (sistema ricettivo adeguato) per lo sviluppo del turismo.

Del resto, non è un caso che la Basilicata abbia registrato i più elevati tassi di crescita del patrimonio ricettivo alberghiero nel corso del quinquennio: l'incremento, in termini di posti letto, infatti, è stato pari al 40,5%, contro una media nazionale del 6,7% e meridionale dell'11,9%.

La Tab. 5.4 riporta l'ammontare delle spese per trasferimenti e la relativa incidenza sulla spesa complessiva per il turismo.

A tale proposito va osservato, innanzitutto, che la predominanza dei trasferimenti rappresenta 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).

E' interessante, tuttavia, rilevare come in Basilicata la quota di trasferimenti sulle risorse finanziarie previste per il turismo (89%) sia notevolmente superiore a quella registrata nella media meridionale (72%) e nazionale (79%). Ciò sembrerebbe indicare un maggior sforzo, da parte dell'operatore regionale lucano, di coinvolgere ed attivare più soggetti, pubblici e privati, negli interventi di sostegno alla crescita del settore.

Tab. 5.4 Le spese per trasferimenti
- v.a. in migliaia di Euro correnti e % su tot. spesa -

	Basilicata		Mezzogiorno	Italia
	v.a.	%	%	%
1990-1994	117.026	79,7	66,8	75,6
1995-2000	187.949	95,8	76,8	82,4
1990-2000	304.975	88,9	71,9	79,3

Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario Regionale

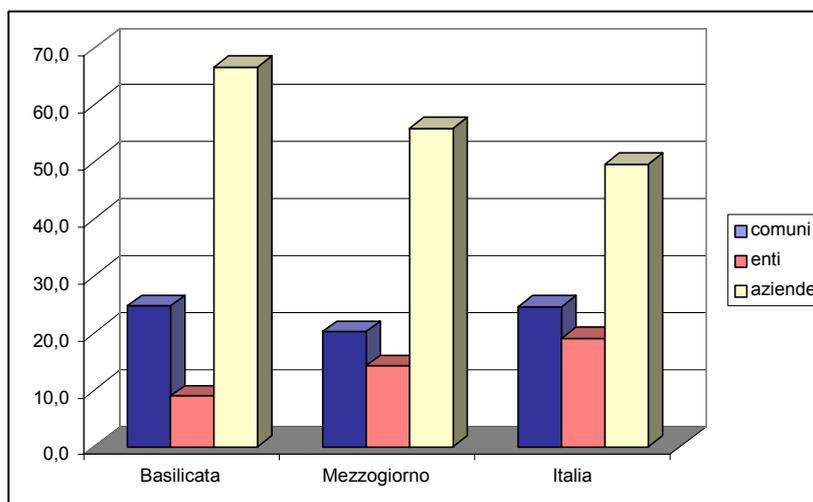
Nell'ambito della spesa per trasferimenti è possibile distinguere tre principali tipologie di beneficiari: le amministrazioni locali (comuni e province), gli enti pubblici per il turismo e le aziende private.

I trasferimenti alle aziende private hanno assorbito, nel triennio 1998-2000, il 66,5% delle risorse finanziarie complessive, contro il 24,6% destinato alle amministrazioni locali e l'8,9% ad enti/agenzie regionali.

Tale composizione dei trasferimenti riflette evidentemente l'elevata incidenza della spesa per investimenti nel settore della ricettività rilevata in precedenza.

A livello nazionale, invece, gli stanziamenti per le aziende hanno concentrato il 49,5% delle risorse, mentre una quota significativa (pari al 19%) è stata riservata agli enti/agenzie per la promozione turistica.

Graf. 5.3 La composizione della spesa per trasferimenti per tipologie di beneficiari (%)



Fonte: nostra elaborazione su dati Osservatorio Finanziario Regionale

5.2 L'IMPATTO ECONOMICO DELLA SPESA REGIONALE

Una prima valutazione della rilevanza economica della spesa regionale per il turismo può essere effettuata rapportando l'ammontare degli stanziamenti iscritti nei bilanci di previsione al valore aggiunto e all'occupazione complessiva del settore "alberghi e pubblici esercizi".

Nel quinquennio 1995-2000, la spesa della Regione Basilicata è risultata pari al 17,7% del valore aggiunto del comparto ed a 5,4 mila Euro per occupato: in entrambi i casi, si tratta dei valori più elevati a livello nazionale. In media, infatti, le regioni italiane hanno stanziato risorse pari al 2,5% del valore aggiunto prodotto dal settore ed a 873 Euro per occupato.

Tab. 5.5 La rilevanza economica della spesa regionale per il turismo
- Valori assoluti in migliaia di Euro correnti -

	spesa regionale media annua	spesa in % su valore aggiunto	spesa media per occupato
Piemonte	25.869	1,4	405
Valle d'Aosta	23.262	9,9	4.057
Lombardia	32.516	0,6	196
Trentino	74.068	3,1	1.563
Veneto	26.853	0,7	272
Friuli	30.969	3,3	1.148
Liguria	12.585	0,7	295
Emilia Romagna	71.393	2,1	727
Toscana	35.192	1,3	456
Umbria	6.956	1,3	487
Marche	20.992	2,1	839
Lazio	64.655	2,3	810
Abruzzo	50.121	7,5	2.100
Molise	11.919	10,6	3.109
Campania	46.985	2,6	794
Puglia	17.817	1,5	505
Basilicata	32.689	17,7	5.374
Calabria	68.788	10,9	3.649
Sicilia	141.847	10,1	3.609
Sardegna	39.205	4,8	1.607
Italia	834.679	2,5	873
Mezzogiorno	409.369	6,0	1.942

Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT e Osservatorio Finanziario Regionale

Questo dato, peraltro, costituisce solo in parte una sorpresa dal momento che l'elevata entità dell'intervento regionale può essere ricondotta proprio alle ridotte dimensioni economiche del settore e all'esigenza di creare le condizioni per un suo rafforzamento e sviluppo.

Da questo punto di vista, è certamente significativa la circostanza che la Basilicata sia stata la regione con i più elevati tassi di crescita sia del valore aggiunto (+7,1%, contro un media nazionale del +3,0%), che dell'occupazione (+4,6% contro +2,9%), nel periodo considerato (parag. 1.2).

Si può pertanto affermare che l'intervento pubblico sia stato *efficace*, avendo permesso di conseguire l'obiettivo della crescita economica del settore.

Resta piuttosto da verificare in che misura esso sia stato anche *efficiente*, abbia consentito cioè di raggiungere l'obiettivo della crescita senza un dispendio eccessivo di risorse finanziarie.

A tal fine è stata calcolata la crescita media annua del valore aggiunto del comparto "alberghi e pub-

blici esercizi" per ogni Euro di spesa regionale (Tab. 5.6).

Pur trattandosi di un esercizio puramente teorico (l'impatto della spesa può essere valutato solo a distanza di tempo), è interessante osservare che il valore della Basilicata è tra i più bassi in assoluto: un Euro di spesa ha determinato, infatti, una crescita di appena 0,48 Euro del valore aggiunto del settore, in media all'anno, contro i 2,36 Euro dell'Italia e l'1,11 del Mezzogiorno.

Ad analoghi risultati si perviene calcolando l'ammontare medio degli investimenti realizzati nel settore per ogni Euro di spesa regionale: in questo caso, la Basilicata è all'ultimo posto della graduatoria nazionale, con appena 83 centesimi di investimenti per Euro di spesa.

Quest'ultimo dato, peraltro, oltre a confermare una minore efficienza della spesa regionale nell'attivazione economica del settore, rinvia anche a considerazioni relative al rapporto tra intervento pubblico ed imprenditoria privata.

Se, nonostante le consistenti risorse finanziarie destinate dalla regione Basilicata al sostegno degli investimenti, il risultato (in termini di volume di investimenti attivati) è così modesto in confronto a regioni che hanno impegnato, a tale scopo, risorse molto minori, si deve concludere, probabilmente, che la "mobilitazione" dei soggetti imprenditoriali è ancora bassa (rispetto alle potenzialità che il turismo offre) ed è fortemente legata alla disponibilità di incentivi pubblici.

Si è cercato, infine, di misurare la rilevanza della spesa regionale in rapporto alla dimensione fisica del fenomeno turistico, quantificando l'ammontare medio di spesa per presenza registrata nel quinquennio 1995-2000 (Graf. 5.4).

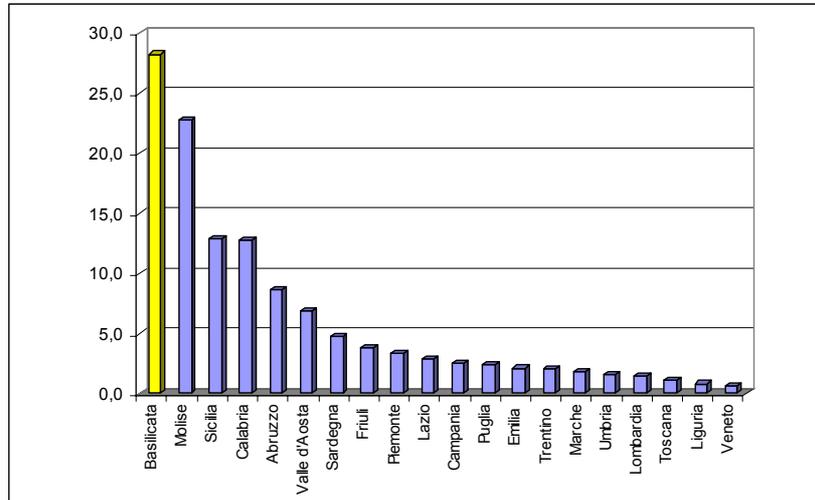
La Basilicata ha speso, mediamente, 28,26 Euro per presenza turistica: un valore elevatissimo se si tiene conto che a livello nazionale la spesa per presenza si è attestata a 2,94 Euro e nel Mezzogiorno a 6,98 Euro.

**Tab. 5.6 L'impatto economico della spesa regionale
per il turismo nella media del periodo 1995-2000**
- Valori in Euro correnti -

crescita media del valore aggiunto per ogni Euro di spesa regionale			investimenti medi realizzati per ogni Euro di spesa regionale	
Liguria	10,82		Veneto	23,21
Veneto	7,46		Lombardia	17,33
Lombardia	7,15		Liguria	12,53
Toscana	5,60		Puglia	9,71
Umbria	5,31		Umbria	8,81
Puglia	4,31		Toscana	7,61
Lazio	3,61		Piemonte	7,09
Marche	3,48		Trentino	6,00
Emilia Romagna	3,05		Marche	5,98
Trentino	1,55		Emilia Romagna	5,26
Campania	1,50		Campania	4,37
Sardegna	1,45		Friuli V. Giulia	3,28
Friuli V. Giulia	1,40		Lazio	3,16
Sicilia	1,05		Sardegna	2,89
Piemonte	0,93		Abruzzo	1,97
Calabria	0,73		Calabria	1,21
Abruzzo	0,62		Molise	1,12
Basilicata	0,48		Sicilia	1,02
Valle D'Aosta	0,37		Valle D'Aosta	0,96
Molise	0,32		Basilicata	0,83
Mezzogiorno	1,11		Mezzogiorno	2,06
Italia	2,36		Italia	4,61

Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT e Osservatorio Finanziario Regionale

Graf. 5.4 Spesa regionale media per presenza turistica nel periodo 1995-2000
- Valori in Euro correnti -

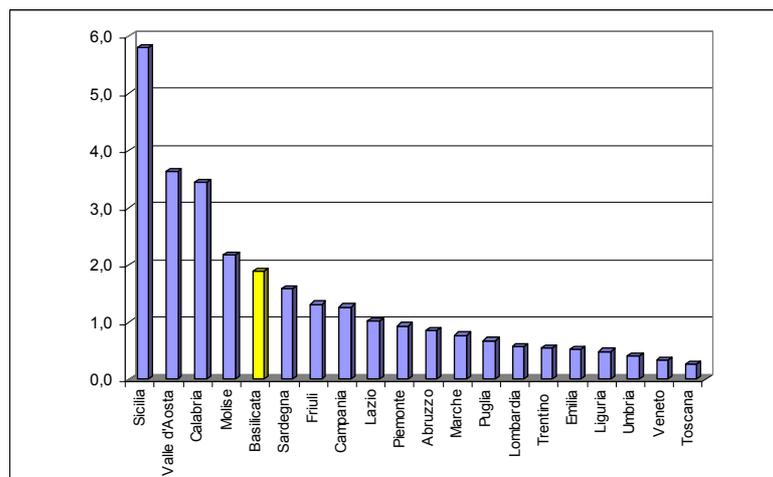


Fonte: nostra elaborazione su dati Apt Basilicata e Osservatorio Finanziario Regionale

Il quadro si modifica sensibilmente, tuttavia se si considera la sola spesa corrente, nella quale rientrano le risorse finanziarie destinate alle attività di promozione turistica (Graf. 5.5).

In questo caso, infatti, la Basilicata risulta aver speso mediamente 1,90 Euro per presenza: un valore doppio rispetto alla media nazionale (0,92 Euro), ma inferiore a quella meridionale (2,27 Euro). Nel Mezzogiorno, infatti, il Molise, la Calabria e, soprattutto, la Sicilia hanno stanziato risorse molto più elevate rispetto al flusso turistico che si è effettivamente determinato.

Graf. 5.5 Spesa regionale corrente media per presenza turistica nel periodo 1995-2000
- Valori in Euro correnti -



Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT e Osservatorio Finanziario Regionale

Nella graduatoria regionale riportata nel Graf. 5.5, è interessante osservare come le aree con i più bassi indici di spesa per presenza siano quelle con un'immagine turistica ben consolidata (Toscana, Veneto, Umbria), le quali – per ciò stesso – sembrano beneficiare di una maggiore “produttività” della spesa legata ad attività promozionali; per contro, tutte le regioni del Mezzogiorno (ad eccezione di Puglia e Abruzzo) fanno registrare gli indici più elevati.

In conclusione, la Regione Basilicata ha destinato al settore turistico, nell'ultimo decennio, una quota significativamente elevata delle risorse finanziarie iscritte nei bilanci di previsione. Tale spesa, che si è indirizzata prevalentemente al sostegno degli investimenti nel settore della ricettività e dell'infrastrutturazione turistica del territorio, ha indubbiamente contribuito alla crescita dell'intero comparto che, in effetti, ha registrato i più elevati tassi di crescita a livello nazionale, con riferimento sia alle variabili di *performance* economica (valore aggiunto e occupazione), che ai flussi turistici. L'analisi ha evidenziato, tuttavia, un problema di ridotta efficienza di questa spesa, nel senso che l'impegno finanziario è risultato “eccessivo” rispetto ai risultati, pur estremamente positivi, conseguiti.

6. PER UN INDIRIZZO DI POLITICA TURISTICA

6.1 DALL'ATTIVITÀ DELL'OTR AD UN DISEGNO ORGANICO PER LA POLITICA TURISTICA REGIONALE

Come già precisato nell'introduzione, obiettivo di questo Rapporto era quello di acquisire tutti i possibili elementi utili ad inquadrare il fenomeno turistico all'interno dell'economia lucana, ponendo attenzione al ruolo che esso oggi ricopre tra le diverse attività economiche e nelle diverse articolazioni territoriali e, soprattutto, al ruolo che potrebbe ricoprire in futuro. Ne è derivata una “fotografia” alquanto ampia ma, al tempo stesso, sufficientemente nitida, soprattutto in alcune sue parti, che va a completare un quadro conoscitivo ormai articolato e completo (certamente tra i più completi nel panorama delle regioni italiane) che le attività di analisi dell'Osservatorio Turistico Regionale hanno permesso di conseguire.

Proprio su questa attività di “monitoraggio” è opportuno spendere qualche riflessione.

La Regione Basilicata dispone oggi di strumenti per leggere ed interpretare il fenomeno turistico sul proprio territorio; ad essa va riconosciuto il merito di aver operato con continuità e sistematicità, senza la fretta di “vedere i risultati” o di acquisire consensi immediati, magari estemporanei. E' una condizione raramente rintracciabile nell'operare della Pubblica Amministrazione, spesso caratterizzato dall'episodicità. Proprio per questo, forse, i risultati non sono mancati, come dimostra chiaramente questo Rapporto: le presenze turistiche sono notevolmente aumentate negli ultimi anni e i segni di una continuità di interventi coerenti non mancano e ne costituiscono il supporto.

E' indispensabile continuare su questa strada, nella certezza che solo un processo sistematico e coerente ma, al tempo stesso, attento ai cambiamenti che lungo il percorso si dovessero rendere necessari, può consentire di costruire una politica organica sulla quale fondare le prospettive di rafforzamento della funzione turistica nella regione.

Tutti i Rapporti annuali dell'OTR sin qui prodotti hanno fornito elementi di indirizzo politico ed operativo, in coerenza con la natura e l'oggetto delle analisi, che costituiscono un quadro organico di riferimenti per la programmazione strategica del turismo sul territorio.

Il procedere su questa strada consente di aggiungere "tasselli" conoscitivi e, conseguentemente, di promuovere indirizzi strategici, ma anche di individuare le eventuali "correzioni di rotta" da adottare. Oggi l'episodicità non premia; il valore aggiunto di una politica turistica sta innanzitutto nella capacità di perseguire una politica di medio e lungo termine coerente con le potenzialità delle risorse disponibili e con i mercati "reali" di riferimento, e gli strumenti di analisi ne sono la necessaria premessa. La Basilicata sembra aver imboccato questa strada; è doveroso riconoscerlo e darne atto, così come è opportuno richiamarlo costantemente perché questo lavoro prezioso non si interrompa.

Analogamente all'impostazione data nei precedenti Rapporti, anche quest'ultimo si conclude con l'obiettivo di cogliere gli aspetti più significativi del quadro tracciato e di suggerire alcuni indirizzi strategici in termini di politica turistica. La natura di questo lavoro consente di andare al fondo delle questioni strategiche più rilevanti, quelle che investono il sistema nel suo insieme, attraverso la sua componente pubblica e la sua componente privata, ma non manca di suggerire indirizzi operativi molto concreti, che chiamano in causa tanto le strategie aziendali, quanto quelle di indirizzo programmatico. Le pagine che seguono cercheranno di dare conto delle conclusioni che vengono suggerite dall'analisi svolta in precedenza, nella consapevolezza che esse si presentano pienamente coerenti con quelle degli altri Rapporti dell'OTR.

6.2 IL TURISMO: INDUSTRIA GIOVANE DELLA BASILICATA

Legittimamente, si potrebbe obiettare l'improprietà del sostantivo "industria" applicato al turismo lucano. L'analisi ha mostrato, infatti, come si tratti di un sistema di offerta fortemente polverizzato e con una debole consistenza economico-patrimoniale: la dimensione media delle strutture alberghiere (61 posti letto) è notevolmente più bassa di quella media del Mezzogiorno (79 p.l.); vi è un'ampia prevalenza di imprese con meno di 10 dipendenti; tre imprese su quattro hanno un capitale sociale inferiore a 10 mila Euro; le società di capitali costituiscono soltanto l'11,6% delle imprese del "core business".

Il termine "industria" evoca un sistema organizzato e integrato per la produzione di servizi turistici: una prospettiva che, se risulta ancora lontana dall'affermarsi compiutamente, inizia già oggi a dare segni di presenza in Basilicata. Parlare di "industria turistica" significa, dunque, porre l'accento anzitutto sulla necessità di guardare alla prospettiva del turismo in termini di industria, il che implica la necessità di perseguire, da un lato, il consolidamento patrimoniale e gestionale delle imprese, dall'altro, la loro integrazione per creare quella filiera di produzione di servizi che dall'analisi è più volte emersa come carente.

Del resto, questo non è un problema solo lucano; tutte le aree a minore intensità turistica non possono che perseguire questo obiettivo, poiché esso costituisce il vero valore aggiunto che fa la differenza in termini di competitività territoriale. Tale obiettivo non può che scaturire da un processo sistematico e continuo di interventi organici e tra loro sinergici, volti a far crescere, passo dopo passo, la coesione tra le diverse attività in un quadro di cui siano ben individuati, e da tutti condivisi, gli obiettivi.

Riprendiamo i caratteri salienti del turismo nella regione in termini di consistenza economica.

a. Un ruolo ancora secondario, ma il "gap" si va riducendo

Sotto il profilo economico il turismo ricopre un ruolo ancora secondario: il valore aggiunto generato dal comparto "alberghi e pubblici esercizi" rappresenta il 2,9% del PIL regionale, inferiore a quello medio del Mezzogiorno (3,2) e tra i più bassi d'Italia; mentre le presenze turistiche rappresentano lo 0,4% di quelle nazionali. Non emerge quindi alcun orientamento verso una specializzazione produttiva, sebbene tale tendenza sia presente in alcune aree della regione. Tuttavia, va subito osservato che l'incidenza del valore aggiunto delle principali attività turistiche (il comparto "alberghi e pubblici esercizi" costituisce solo una "approssimazione" del settore turistico) è aumentato significativamente

negli ultimi anni, riducendo il divario rispetto al Mezzogiorno e all'Italia: in soli 5 anni, infatti, l'incidenza del V.A. è cresciuta dello 0,5% nella regione, contro lo 0,3% del Mezzogiorno e lo 0,2% del Paese nel suo insieme. In altri termini, la crescita economica delle attività turistiche è risultata più che doppia rispetto alla media del Paese.

b. Una distribuzione ineguale sul territorio

Anche se non sono disponibili dati strettamente economici a livello territoriale, la distribuzione dell'offerta e dei flussi turistici (cfr. Cap. 2) indica chiaramente che la consistenza economica è largamente polarizzata su alcune ben identificate aree regionali, alle quali corrisponde una diversa vocazione turistica.

Alcune di esse presentano segnali di crescita anche molto consistente (Metapontino e Matera), altre di declino (Pollino), altre ancora di stabilità (Maratea, Potenza), altre infine di marginalità residuale (Vulture-Melfese). Questa distribuzione ineguale costituisce senza dubbio un freno alla crescita della funzione turistica regionale nel suo complesso, non certo perché si debba perseguire una omogeneità di sviluppo turistico territoriale (il turismo si sviluppa laddove vi sono risorse sufficientemente attrattive), ma perché viene a mancare una rete di sostegno alle stesse aree forti.

Inoltre, le relazioni tra queste aree sono ancora deboli²³, e ciò non favorisce l'integrazione del sistema di offerta e, conseguentemente, il perseguimento degli obiettivi di rafforzamento indicati.

c. Il decollo è avvenuto

Il fenomeno più rilevante di tutta l'analisi è certamente rintracciabile nel trend di crescita degli ultimi anni (1995-2000), di cui si riassumono, sinteticamente, gli indicatori più significativi:

- la Basilicata è la regione con il maggior tasso di crescita del valore aggiunto del comparto "alberghi e pubblici esercizi" (+7,1% in media all'anno), seconda – in Italia – soltanto alla Sicilia;
- i posti letto alberghieri sono aumentati di quasi il 60% negli ultimi cinque anni;
- l'incremento delle presenze ha raggiunto un tasso medio annuo, nel quinquennio 1996-2001, del 12,1%, tra i più elevati a livello nazionale;
- l'occupazione dipendente ha registrato, nell'ultimo biennio, il più alto tasso di crescita del Paese (nell'ordine dell'8-10% all'anno); mentre i dipendenti stagionali sono più che raddoppiati nel 2002 rispetto all'anno precedente;
- la Basilicata, dopo l'Abruzzo, è la regione che ha destinato la maggior quota della spesa regionale al turismo nel quinquennio 1995-2000.

Due aspetti, soprattutto, colpiscono di questo trend:

- a) si tratta, in tutti i casi, delle *migliori performance registrate in Italia sul piano quantitativo*; ciò indica che lo sviluppo recente innescato è uno sviluppo di proporzioni consistenti, supportato da un massiccio intervento pubblico e, perciò, da una deliberata strategia dell'Amministrazione Regionale;
- b) si tratta di un processo di crescita *i cui effetti si sono essenzialmente concentrati negli ultimi anni*; se si osservano, infatti, i tassi di crescita delle presenze nell'arco del decennio 1990-2000 si può constatare che diverse altre regioni meridionali hanno conseguito *performance* migliori (Puglia: +127%; Molise: +96%; Calabria: +66%; Basilicata: +65%); in altri termini, lo sviluppo turistico lu-

²³ Cfr. Regione Basilicata, Unioncamere Basilicata, *Il sistema turistico lucano: competitività e vincoli*, Rapporto annuale dell'OTR 2000, Potenza 2001

cano è stato preceduto da quello delle regioni confinanti.

Tutto ciò impone una particolare attenzione. Si tratta di uno sviluppo che si può definire "massiccio", caratterizzato da consistenti tassi di crescita concentrati in un periodo breve, in parte certamente esito di un processo di maturazione sviluppatosi tra gli operatori e gli amministratori locali negli anni precedenti. Uno sviluppo che ha alla sua radice fattori interni e fattori esterni, quali:

- l'incremento dell'attenzione dei mercati verso le regioni del Mezzogiorno;
- la cresciuta sensibilità della domanda verso le risorse culturali e ambientali;
- le migliori condizioni ambientali della costa lucana e le conseguenti attenzioni da parte di operatori esterni;
- la crescente sensibilizzazione degli operatori lucani verso una gestione più imprenditoriale delle attività turistiche;
- la considerevole disponibilità di risorse pubbliche, in larga parte di fonte comunitaria, per sostenere lo sviluppo turistico, accanto alla buona capacità di utilizzarle.

E' evidente che, di fronte a processi così rapidi e concentrati, occorre creare le condizioni per un consolidamento di questo sviluppo, che non esclude certamente di perseguire nuovi obiettivi di crescita, dal momento che gli spazi sono ancora ampi, ma che garantisca comunque il permanere dei risultati raggiunti. Diversamente, si rischierebbe di incrinare un sistema che è ancora fragile e che invece va attentamente seguito e sostenuto.

6.3 IL CONSOLIDAMENTO DELLO SVILUPPO

A queste conclusioni era già pervenuto il precedente Rapporto ²⁴ sull'intermediazione turistica organizzata che, per sua natura, esige di rapportarsi ad un sistema solido e articolato. In questa sede è opportuno riflettere su alcuni passaggi-chiave del processo di consolidamento con riferimento al sistema nel suo complesso.

In primo luogo, va sottolineato come l'analisi abbia evidenziato una *più bassa produttività* del settore rispetto alle altre regioni. Se la Basilicata presenta un altissimo tasso di incremento del valore aggiunto complessivo, esso risulta però più basso delle altre regioni in termini di valore aggiunto per dipendente: nel Mezzogiorno, infatti, tale indicatore è cresciuto – nel quinquennio 1995-2000 – del 19,5%, a fronte del 10,5% in Basilicata. E' questo il sintomo più evidente che *la crescita del turismo regionale poggia più su dimensioni quantitative che su componenti qualitative*, in grado di attivare un flusso economico più consistente.

Altri indicatori confermano questa interpretazione:

- l'elevata incidenza di dipendenti stagionali sul totale, che in Basilicata risulta pari al 60% nel 2002, e che costituisce il sintomo di una crescita strutturale ancora instabile;
- il forte peso del comparto "alberghi e pubblici esercizi" all'interno dell'industria dei viaggi e del turismo: in Basilicata esso ha un'incidenza di circa il 70%, a fronte del 48% nel Mezzogiorno e del 47% in Italia. Ciò significa che il sistema turistico si definisce essenzialmente per le attività ricettive e di accoglienza, essendo evidentemente scarse le altre componenti; se è vero che esse costituiscono lo "zoccolo duro" dell'offerta turistica, va però considerato che la scarsità di attività complementari riduce considerevolmente l'*appeal* della domanda o, alternativamente, la relega in *resort* del tutto autosufficienti, ma che riducono considerevolmente

²⁴ Cfr. Regione Basilicata, Unioncamere Basilicata, *L'offerta turistica lucana e l'intermediazione organizzata*, Rapporto annuale dell'OTR 2001, Potenza 2002

l'interazione tra turista e territorio ²⁵;

- l'elevatissima incidenza delle spese in conto capitale nelle spese regionali per il turismo (oltre il 90% del totale), che evidenzia il sostegno esplicito allo sviluppo dell'infrastrutturazione primaria;
- i forti effetti di dispersione verso altre regioni della produzione turistica generata in Basilicata che, se sono in parte motivati dalle piccole dimensioni della regione, per altra parte sono attribuibili alla debole capacità del sistema locale di trattenere il valore aggiunto generato.

L'obiettivo primario, quindi, deve essere quello di ridurre questo *gap* di produttività rispetto alle altre regioni; e il rafforzamento del sistema esistente costituisce la condizione per il perseguimento di questo obiettivo.

La riduzione del divario di produttività comporta di indirizzare la politica regionale verso due linee-obiettivo:

- a. il potenziamento, sul piano qualitativo, delle risorse esistenti, nella prospettiva di rendere più appetibili e più organizzati i prodotti turistici oggi disponibili e di integrarli con sistemi di offerta complementare oggi carenti;
- b. un'azione sui mercati nazionali e internazionali volta ad elevare la tipologia di domanda che si rivolge alla Basilicata, così da perseguire mercati con maggiore capacità di spesa.

E' evidente che la seconda linea dipende largamente dalla prima; nuovi segmenti di mercato potranno essere acquisiti solo a condizione che i prodotti offerti divengano maggiormente attrattivi e che si sviluppino motivazioni sufficienti ad attrarre in Basilicata nuovi *target* di domanda.

Della seconda linea ci occuperemo nel punto successivo, limitandoci ora ad individuare le condizioni per un consolidamento dell'offerta esistente. Si tratta di condizioni che sono state già ampiamente indicate nei precedenti Rapporti dell'OTR, e che trovano ulteriore conferma in questo lavoro. Riassumiamo sinteticamente le principali, alla luce delle indicazioni emerse dall'analisi.

1. Lo sviluppo delle attività di servizio complementari

L'analisi ha messo in evidenza che l'offerta turistica lucana è fortemente sbilanciata verso i servizi di ricettività e di ristorazione. E' pur vero che, in molte situazioni, il sistema ricettivo offre un prodotto "chiavi in mano", rispondendo autonomamente e totalmente alle esigenze di soggiorno e di ricreazione del cliente (è il caso dei *resort* balneari), ma l'offerta lucana è molto più ampia e la minore incidenza della concentrazione stagionale rispetto ad altre regioni meridionali lo dimostra. Vi è una domanda di turismo culturale o itinerante che sollecita l'offerta di servizi e attività (ricreative, commerciali, culturali, di noleggio, ecc.) che sostengano la motivazione al permanere sul territorio. A questa stessa conclusione giungeva anche il Rapporto sull'intermediazione organizzata, il cui sviluppo poggia in larga parte sulla dotazione di questi servizi. L'ampliamento di tali opportunità, del resto, è condizione per un'integrazione dei *resort* balneari autosufficienti con l'offerta territoriale nel suo insieme.

Il programmatore regionale ha da tempo individuato tale criticità e, con la Legge Regionale n° 32/1996, ha avviato una politica di sostegno alla realizzazione di infrastrutture e servizi a supporto del sistema turistico. Nella stessa direzione, peraltro, è orientata anche la misura del POR 2000-2006 relativa agli aiuti alle attività di completamento della filiera turistica.

A questo livello, quindi, il problema è semmai quello di una gestione di tali politiche in grado di promuovere e finanziare progetti che realizzino attività e servizi realmente funzionali al turista, soprattutto quello che si sposta sul territorio.

2. L'integrazione della rete turistica territoriale

L'analisi ha mostrato come il turismo lucano sia fortemente polarizzato su alcune aree, talvolta addirittura su alcuni comuni (Maratea, Matera). La maggior parte del territorio è estraneo alle dinamiche turistiche e, conseguentemente, anche alle sue problematiche e ai suoi benefici. Già nel precedente Rapporto si sosteneva come l'ipotesi di promuovere indiscriminatamente tutto il territorio regionale non sarebbe premiante dal momento che il turista non troverebbe ovunque il prodotto che si attende. Allo stesso modo, una prospettiva di sviluppo turistico fondata sul criterio del "riequilibrio territoriale" non appare premiante per la regione nel suo insieme. Le aree a maggiore potenzialità devono essere sostenute perché da esse dipende il grado di competitività dell'offerta complessiva e perché solo a condizione che esse risultino competitive anche le altre potranno trarre ragione di crescita e di promozione sui mercati. Ciò comporta, quindi, un uso selettivo delle risorse pubbliche e una programmazione mirata sulla base delle potenzialità del territorio e dei singoli progetti. La distribuzione di risorse "a pioggia", sia a livello territoriale che settoriale, non aiuta certamente la crescita dei segmenti sui quali è necessario investire.

Fatta salva questa premessa, e alla luce delle considerazioni del punto precedente sulla necessità di potenziare i servizi complementari, crediamo che oggi la situazione presenti un eccessivo sbilanciamento. La mancanza (o la totale marginalità) di infrastrutturazione turistica al di fuori delle aree forti rischia di non favorire una fruizione dell'intera regione da parte del turista e di confinarlo perciò nelle "riserve indiane" del turismo. Da qui la necessità di una attenzione particolare alle aree turisticamente più deboli nella prospettiva di creare una rete di connessioni con le aree più forti che consentano al turista di interagire a tutto campo (o quantomeno in misura maggiore rispetto ad oggi) con il territorio.

E' evidente che si pensa ad una infrastrutturazione "leggera", non caratterizzata da grandi interventi sul ricettivo (che probabilmente non troverebbero mercato), ma prevalentemente da servizi e opportunità complementari, laddove le risorse naturali esistenti giustificano la presenza del turista. Sicuramente un'azione per la valorizzazione delle identità culturali (prodotti tipici, enogastronomia, riqualificazione dei borghi, ecc.) potrebbe andare in questa direzione, così come potrebbero giustificarsi interventi per la valorizzazione di siti culturali o per la promozione di eventi. Parallelamente nei territori più deboli, non contaminati dal turismo, si rende necessaria un'azione di sensibilizzazione alla cultura turistica nei confronti dei potenziali operatori e, più in generale, della popolazione. E' sicuramente un processo dai tempi lunghi e dai risultati lenti, ma va avviato per poterne trarre benefici in tempi utili. Analogamente a quanto sostenuto nel punto precedente, le modalità di intervento e di utilizzo delle risorse pubbliche dovranno fare appello all'innovazione dei criteri e ad una buona dose di creatività e di realismo.

3. L'ampliamento della stagionalità

I due indirizzi precedenti vanno nella direzione dell'ampliamento della stagionalità, così come a questo obiettivo concorrono molti altri interventi che attengono alla valorizzazione del turismo culturale e delle aree interne, sia con riferimento ai mercati di sbocco, che al potenziamento delle risorse disponibili.

Qui si vuole solo ribadire come l'attenzione all'ampliamento della stagionalità è condizione per il sostegno al forte sviluppo verificatosi di recente. Diversamente le nuove strutture di accoglienza rischiano di non ammortizzare i costi di investimento, oltre che di soffrire nella gestione economica corrente. L'ampliamento stagionale del mercato è condizione per la riqualificazione dell'offerta ma, al tempo stesso, quest'ultima è condizione per l'ampliamento della stagionalità; vi è dunque una sorta di circuito virtuoso che va innescato. Infatti, nella misura in cui il periodo di offerta si amplia si pongono le condizioni per una risorsa umana più "stabile" e perciò più qualificata (la componente stagionale, come visto, è oggi elevatissima); al tempo stesso la stagionalità si amplia solo a condizione che esista un sistema integrato di offerta.

All'ampliamento della stagionalità andranno orientati interventi e risorse specifiche sia sul fronte della promozione e della commercializzazione di pacchetti di offerta, che su quello del sostegno ad iniziative e servizi complementari sul territorio.

4. Il sostegno alle filiere di produzione

L'analisi del livello di integrazione dell'industria alberghiera (cfr. punto 1.4) ha mostrato che il livello di interdipendenza delle maggiori aziende alberghiere della regione con i fornitori di prodotti di consumo o di servizi si sviluppa largamente fuori dai confini territoriali della regione; ciò concorre a creare gli elevati effetti di dispersione economica del valore aggiunto che si sono evidenziati.

In parte, tale fenomeno è strutturale, poiché la modesta dimensione regionale impone di ricorrere ad un mercato più vasto; tuttavia, esso è attribuibile alla mancanza di una dotazione di forniture sul territorio, come ben evidenziano i risultati dell'indagine diretta dai quali emerge che oltre il 70% degli albergatori motiva il ricorso a fornitori esterni (sia per i beni di consumo, che per i servizi) per l'assenza o l'inaffidabilità di fornitori locali.

L'esistenza di una filiera di produzione turistica non è solo un problema di economia territoriale (mantenere nella regione gli effetti economici della produzione), ma anche un problema di efficienza dell'intero sistema di offerta, che ha come risvolto socio-economico la crescita occupazionale. Quanto più l'integrazione delle attività a monte e a valle della produzione in senso stretto si sviluppano in ambito territoriale limitato, tanto più si generano interdipendenze stabili e si delineano i contorni del distretto di produzione, che tanta fortuna ha avuto sul piano industriale, per gli effetti economici di scala e di agglomerazione che genera. Conseguentemente, le condizioni competitive dell'offerta ne vengono avvantaggiate: ad una maggiore efficienza corrisponde un più elevato livello di competitività e gli effetti indotti, in termini di crescita della cultura imprenditoriale, si moltiplicano (i Sistemi Turistici Locali introdotti dalla Legge-quadro sul turismo 135/2001 evocano anche questo).

Indirizzare attenzioni ed energie al potenziamento delle attività indirette generate dal turismo – nella misura in cui non viola le regole della libera concorrenza – favorisce indubbiamente la competitività delle aree di offerta, con effetti su tutto il sistema turistico regionale.

5. La riqualificazione manageriale delle imprese

Su questo tema ha insistito molto il Rapporto precedente, poiché è del tutto evidente che gran parte dei problemi di debolezza del sistema turistico lucano hanno come origine l'insufficiente competenza manageriale in seno alle imprese, soprattutto ricettive e particolarmente per quelle diffuse sul territorio²⁶.

In questa sede si richiama il problema poiché, data la sua rilevanza, non si può prescindervi, rinviando eventualmente al precedente Rapporto per le indicazioni operative.

Qui vale la pena sottolineare come il passaggio da una crescita quantitativa, quale è stata quella più recente, ad una crescita qualitativa, quale è ora indispensabile per il completamento e il sostegno allo sviluppo massiccio intrapreso, passa primariamente attraverso una crescita della capacità gestionale e dell'iniziativa imprenditoriale degli operatori. Siamo consapevoli che non mancano imprenditori di qualità in Basilicata, specie nelle strutture di maggiori dimensioni, ma se l'intera componente imprenditoriale del turismo (specie quella alberghiera) non evolve verso standard di gestione più elevati, in termini di qualità e di efficienza, rischia di prodursi una spaccatura pericolosa tra un livello di offerta sempre più competitivo ed un altro che tende alla marginalità.

Se l'obiettivo è quello di una crescita qualitativa occorre prevedere azioni di formazione manageriale.

²⁶ Cfr. Regione Basilicata, Unioncamere Basilicata, *L'offerta turistica lucana e l'intermediazione organizzata*, Rapporto annuale dell'OTR 2001, Potenza 2002

Le modalità possono essere diverse e non prevedere necessariamente la formula del corso d'aula (difficile da accettare); ciò che è indispensabile è avviare un processo che preveda la crescita delle competenze gestionali e organizzative, dalle quali primariamente discende la riqualificazione dell'offerta.

Parallelamente, l'esigenza di formazione investe tutto il personale che opera nelle attività turistiche, avendo tuttavia attenzione alle specificità dei profili e alle aspettative delle imprese; la moltiplicazione di corsi di formazione al di fuori di uno stretto dialogo con il mondo delle imprese ha troppo spesso prodotto inutili aspettative di sviluppo professionale che il mercato non era in grado di esaudire.

6.4 ALLA RICERCA DI UN TURISTA PIÙ EVOLUTO

Sul fronte del mercato, il fenomeno più significativo, a livello regionale, è sintetizzabile nel fatto che il turista che viene in Basilicata presenta una bassa propensione alla spesa. Dall'analisi della spesa turistica (cfr. parag. 1.3.1) è emerso, infatti, che:

- l'incidenza delle presenze (0,5% di quelle nazionali) è sensibilmente superiore all'incidenza della spesa (0,3%);
- l'apporto di spesa degli stranieri alla spesa turistica complessiva è molto più basso di quello della media del Mezzogiorno, in considerazione della minore incidenza del turismo estero nella regione (solo il 12% in termini di presenze);
- la spesa media pro-capite degli stranieri è piuttosto modesta (46 Euro contro i 77 della media nazionale), in considerazione soprattutto della forte presenza del turismo di ritorno.

Di norma, una bassa propensione alla spesa può essere attribuita a due fattori:

- a. il *target* di riferimento, in quanto caratterizzato da una domanda di fascia economica medio-bassa;
- b. le scarse opportunità che il territorio offre.

Nel caso della Basilicata si ha ragione di credere che concorrano entrambe, ma l'impressione è che la seconda prevalga sulla prima e che, comunque, contribuisca a determinarla.

Le osservazioni fatte precedentemente in ordine alla carenza di un sistema articolato di servizi complementari e alla mancanza di connessioni tra aree turistiche e la restante parte del territorio spiega la mancanza di opportunità di spesa, che per molti turisti (quelli dei *resort* balneari) restano confinate all'interno della struttura di soggiorno. Il contesto, tuttavia, influenza la domanda: infatti, nella misura in cui il territorio offre modeste opportunità di attività, la domanda sarà costituita in prevalenza da un *target* familiare, poco sensibile alla mobilità e alla frequentazione di iniziative.

Lo stesso turista culturale (si pensi soprattutto a Matera) è un turista che tende a fermarsi poco (talvolta meno di un giorno), ad esplorare solo una o poche destinazioni del territorio e, conseguentemente, a spendere poco; ciò accade non tanto perché non ne abbia la possibilità quanto piuttosto perché ha poche opportunità per farlo, considerato che la qualità di ciò che gli viene offerto non è alta e che gli stimoli sono modesti.

Va considerato, inoltre, che vi è una quota di spesa ancora molto elevata che proviene da turisti della stessa Basilicata (31,3%); è pur vero che tale quota è più bassa di quella delle altre regioni, ma considerata la modesta dimensione della regione va considerata ancora troppo alta. Ed è evidente che questo tipo di turista avrà una propensione alla spesa più bassa non tanto per motivi di reddito, quanto per una "familiarità" con l'offerta regionale.

L'incremento della spesa turistica passa dunque per la ricerca di un turista più evoluto che, comunque, difficilmente sortirà effetti positivi se al turista più evoluto non si è in grado di offrire un sistema

articolato di offerta di servizi.

La prospettiva di ampliare e riqualificare i mercati di riferimento chiama in causa la politica promozionale ed il sistema commerciale.

Nel Rapporto dello scorso anno si è dato ampio spazio alle indicazioni sull'argomento, alle quali si rinvia, sottolineando soprattutto la necessità di una politica promozionale più mirata e differenziata in ragione dei diversi *target* potenziali di riferimento. In questa sede si ribadisce soprattutto l'esigenza di puntare verso i mercati esteri attraverso, da un lato, una forte politica di marca che consenta di identificare, rendendola riconoscibile, la "piccola" Basilicata nel panorama dell'offerta del Mezzogiorno, dall'altro, la formulazione di proposte mirate che mettano in connessione le risorse con i *target* di riferimento.

E' indispensabile, infine, che delle politiche promozionali vengano monitorati gli effetti. La bassa incidenza del turismo estero nella regione, messa in relazione agli sforzi considerevoli profusi dall'Azienda di Promozione Turistica sui mercati internazionali, esige verifiche puntuali al fine di orientare meglio, laddove possibile, sia gli strumenti che vengono utilizzati, sia i mercati sui quali si opera.

6.5 UN INTERVENTO PUBBLICO PIÙ SELETTIVO

In conclusione, si può affermare – con uno slogan – che per il turismo lucano è venuto il momento di passare da una fase in cui si è investito soprattutto sull'"hardware" ad una fase in cui è necessario investire sul "software". Questo passaggio risulta strategico anche per il conseguimento di una maggiore efficienza e produttività della spesa pubblica per il settore.

Riprendendo alcune delle riflessioni sviluppate in precedenza, l'intervento di sostegno pubblico dovrebbe puntare soprattutto:

- ad una maggiore selettività, a livello territoriale e settoriale;
- a valorizzare le azioni volte a sviluppare conoscenza, innovazione e qualità nel sistema delle imprese;
- a favorire il completamento e l'integrazione della filiera turistica, attraverso il sostegno sia delle attività complementari alla ricettività, sia delle attività collegate alla produzione turistica diretta.

Da questo punto di vista, va osservato che alcune delle azioni previste nel POR 2000-2006 vanno già in tale direzione: aiuti specifici sono stati previsti, ad esempio, per lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali nel campo della valorizzazione delle risorse territoriali e dell'innovazione dei prodotti turistici, nonché per l'acquisizione di servizi specialistici da parte delle imprese e per gli investimenti immateriali.

E' poi del tutto evidente che, quando al sistema delle politiche si assegnano obiettivi ambiziosi, occorre monitorarne attentamente l'intero percorso:

- dall'enunciazione degli obiettivi e dalla loro quantificazione
- alle misure attuative e alla loro implementazione
- ai risultati raggiunti e alla loro congruità rispetto agli obiettivi prospettati
- alla revisione, infine, delle politiche stesse sulla base dell'intero percorso di monitoraggio effettuato.

In tutto questo percorso, l'Osservatorio può costituire un supporto fondamentale, integrando – in tale funzione – l'attività istituzionale di monitoraggio realizzata dalla Regione sui fondi strutturali.