



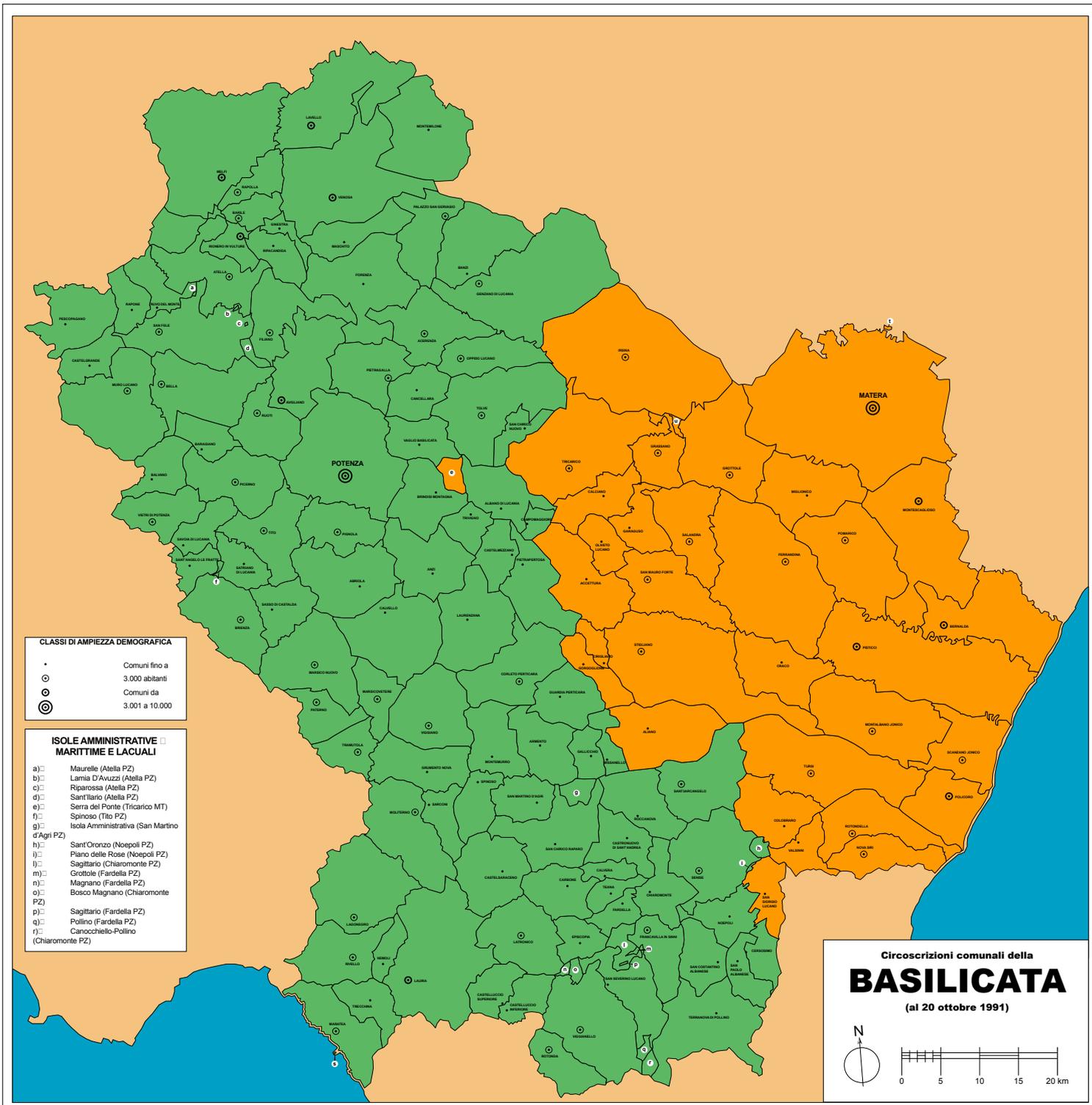
REGIONE BASILICATA
DIPARTIMENTO ATTIVITÀ PRODUTTIVE

O.T.R.

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE
BASILICATA

Rapporto a cura di





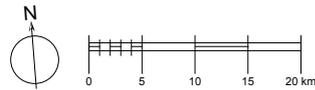
CLASSI DI AMPIEZZA DEMOGRAFICA

- Comuni fino a 3.000 abitanti
- Comuni da 3.001 a 10.000

ISOLE AMMINISTRATIVE MARITTIME E LACUALI

- a) Maurelle (Atella PZ)
- b) Lamia D'Avuzzi (Atella PZ)
- c) Riparossa (Atella PZ)
- d) Sant'Iario (Atella PZ)
- e) Serra del Ponte (Tricarico MT)
- f) Spinoso (Tito PZ)
- g) Isola Amministrativa (San Martino d'Agri PZ)
- h) Sant'Oronzo (Noepoli PZ)
- i) Piano delle Rose (Noepoli PZ)
- l) Sagittario (Chiaromonte PZ)
- m) Grottole (Fardella PZ)
- n) Magnano (Fardella PZ)
- o) Bosco Magnano (Chiaromonte PZ)
- p) Sagittario (Fardella PZ)
- q) Polino (Fardella PZ)
- r) Canocchello-Polino (Chiaromonte PZ)

Circoscrizioni comunali della BASILICATA
(al 20 ottobre 1991)



O.T.R.

**OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE
BASILICATA**

SOMMARIO

PREMESSA.....	3
1. LA MAPPA DELL’OFFERTA	7
1.1 IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO.....	8
1.2 LA RICETTIVITÀ.....	37
1.3 LA DOTAZIONE DI SERVIZI	44
2. ANALISI DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELL’OFFERTA TURISTICA REGIONALE.....	54
3. LA MAPPA DELLA DOMANDA DI TURISMO	56
3.1 IL MOVIMENTO TURISTICO MONDIALE ED IL POSIZIONAMENTO DELL’ITALIA.....	56
3.2 L’EVOLUZIONE DEI COMPORTAMENTI TURISTICI	61
3.3 L’ANDAMENTO NAZIONALE DELLA DOMANDA DI TURISMO	65
3.4 L’ANDAMENTO DELLA DOMANDA DI TURISMO IN BASILICATA	76
3.5 L’ECONOMIA DEL TURISMO LUCANO	90
3.6 LA CONGIUNTURA DELL’ESTATE 1999.....	92
4. ANALISI DEI PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA DELLA DOMANDA	97
5. I PRODOTTI TURISTICI ATTUALI E POTENZIALI.....	101
5.1 LA GEOGRAFIA DEI PRODOTTI	103
5.2 STRATEGIE TERRITORIALI PER PRODOTTO	123
ALLEGATO – METODOLOGIA E TAVOLE DI ANALISI	133

PREMESSA

Con l'istituzione dell'Osservatorio Turistico Regionale, la regione Basilicata si è dotata di uno strumento di monitoraggio del mercato turistico che intende costituirsi come punto di riferimento per gli operatori turistici lucani, fornendo loro indicazioni strategiche di mercato che suggeriscano le migliori modalità di intervento economico per prodotto, segmento, mercati.

Concretamente, quindi, si intende comprendere in che direzioni orientare l'economia turistica della regione, al fine di posizionarla competitivamente sul mercato relativamente ai diversi prodotti turistici.

Così organizzato, l'O.T.R. ha dotato la Basilicata di uno strumento di controllo, pianificazione strategica e previsionalità nel settore turismo.

A tale scopo l'O.T.R. ha costituito un "database" di informazioni relative sia all'offerta turistica regionale, specifica per ognuna delle singole espressioni economiche, sia alla domanda di turismo nella sua varietà.

La raccolta di informazioni relative alla dotazione di offerta ha volutamente monitorato in primo luogo il territorio, le sue caratteristiche naturalistiche e paesaggistiche, i servizi offerti ai residenti (sicurezza, sanità, servizi bancari, ecc.), le risorse artistiche, archeologiche e culturali realmente fruibili, il carattere di raggiungibilità e mobilità interna ed esterna dei comuni, la vocazione alla tipicità delle produzioni enogastronomiche ed artigianali, al fine di evidenziare a livello capillare quanto e come disporre dei beni e delle risorse della regione.

Appare infatti opportuno sottolineare che un territorio turistico è, e deve essere, in primo luogo un territorio “ospitale” dove, al di là delle risorse eccellenti che costituiscono i plus di offerta e caratterizzano l’offerta regionale, siano garantiti quei servizi fondamentali fruibili tanto dai turisti, quanto dalla popolazione residente.

Sarebbe infatti ben difficile trattenere i vacanzieri in una bellissima località senza offrire loro la possibilità di usufruire di servizi come la farmacia o la posta.

Si è poi voluto constatare se sulle risorse culturali, balneari, montane fossero già stati attivati servizi per la fruizione di tali beni eccellenti e se fossero stati già costruiti itinerari ad hoc per la visita.

Sempre sul versante offerta, sono state indagate in profondità le imprese distinte tra imprese ricettive, di intermediazione e di ristorazione e specifiche al loro interno, monitorandone la capacità ricettiva ed i servizi offerti, la tipologia di clientela per provenienza, target e tipo di turismo effettuato, valutazioni “on-line” sull’andamento del mercato e sui bisogni del settore, oltre ad una valutazione economica dell’attività.

Per quanto concerne la domanda turistica, si è inteso così rilevare oltre alla dimensione dei flussi, una valutazione diretta da parte degli operatori, gli unici ad avere un contatto diretto con il vacanziero in arrivo, mentre, per quanto concerne il dimensionamento statistico degli arrivi e delle presenze turistiche, l’O.T.R. si è affidato alla collaborazione con l’APT regionale, Ente specificamente preposto allo scopo di rilevare il fenomeno della domanda di turismo.

In questo rapporto si è incentrata l'analisi dei dati rilevati dall'O.T.R. in chiave di una rilettura critica e prospettica del monitoraggio sulle risorse turistiche e sull'organizzazione imprenditoriale. Si tratta di una fase di analisi fondamentale alla comprensione dei flussi di domanda già esistenti nella regione, senza la quale uno studio sulla domanda risulterebbe sterile e non potrebbe essere finalizzato allo sviluppo di specifici prodotti.

Un prodotto turistico infatti può costruirsi laddove esistono in primo luogo delle peculiarità, dei beni, delle risorse eccellenti capaci di attrarre, ma non senza un'organizzazione di accoglienza primaria e secondaria, e una dotazione di servizi adeguati alla fruizione delle risorse. E' su tutta questa rete di operatori/risorse che si può ipotizzare la costruzione di un prodotto turistico comunicabile e commercializzabile alla domanda.

L'analisi ha quindi scandagliato il territorio alla ricerca delle potenzialità di prodotto, delle vocazioni naturali dei comuni proponibili al turista, laddove già costituiti e da sviluppare, o dove invece possibili ma non ancora avviati.

A tale proposito appare interessante sottolineare come le tendenze della domanda turistica, sempre più cosciente, consapevole ed esigente, indichino nell'identità definita di una proposta uno dei punti di attrattiva: appare oggi consigliabile creare prodotti su misura sulle risorse eccellenti del territorio piuttosto che non sulle caratteristiche della domanda.

Infatti, in controtendenza con i dettami del mercato che hanno visto finora l'offerta turistica adeguarsi al volere della domanda, il turista ha ormai raggiunto un tale grado di consapevolezza delle sue esigenze nel consumo turistico da rendere inutile la corsa all'accaparrarsi un segmento di domanda da parte dell'offerta.

Il turista fa ormai vacanza solo ed unicamente dove ritrova tutte le soddisfazioni ai suoi bisogni tanto specifici da diventare “individuali” e da diminuire il significato della parola collettiva “domanda turistica”.

Paradossalmente questa tendenza apre nuovi spazi per l’offerta che offrendo “eccellenze servite” e unicità irripetibili gestite nell’ottica della qualità e della cura all’ospite, creano automaticamente nuovi desideri nel turista e nuovi bisogni da soddisfare, aprendo così sul mercato nuove nicchie commerciali.

Sono state così individuate le tipologie di turismo potenziali o potenziabili, realizzando una vera e propria geografia dei prodotti turistici lucani.

In sintesi il rapporto intende, attraverso l’analisi dei principali dati economici, strutturali e sulla domanda, individuare la competitività delle imprese turistiche sul mercato, valutare l’economia del settore (occupazione attuale e potenziale, spesa turistica, indotto), completare la matrice prodotti/territorio (già identificata nel primo rapporto) tramite la domanda potenziale, individuare aree pilota di sviluppo turistico e stabilire le linee guida per le strategie e le politiche di sviluppo della Regione.

1. LA MAPPA DELL'OFFERTA

L'offerta turistica regionale esprime l'attuale vocazione al turismo in termini di imprenditorialità e organizzazione. Occorre quindi, prima di prendere in considerazione le variabili che definiscono strategicamente il territorio come oggetto di studio dell'analisi per prodotto, analizzare singolarmente gli aspetti di dotazione.

Il "database" preposto a tale scopo fornisce pertanto le informazioni sulle caratteristiche socio-economiche del territorio regionale, sulle dotazioni di servizi dei comuni, sull'offerta di ricettività turistica.

Si è scelto di suddividere l'analisi in questi quattro momenti (economia e società, servizi, ricettività e, successivamente, prodotti) con lo scopo di comprendere il contesto sociale e di sviluppo economico, di definire il livello di ospitalità dei comuni, di localizzare l'attuale presenza di imprenditorialità dedicata sul territorio e di censire le risorse di prodotto atte a diventare colonne portanti dei prodotti turistici regionali.

1.1 IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO

La primissima fase dell'analisi ha preso in considerazione variabili di tipo socio economico censuarie al fine di identificarne l'evoluzione generale e le tendenze sociali ed imprenditoriali in atto, dalle quali si evincono interessanti considerazioni.

Dal censimento dell'industria e dei servizi del 1996 risultano in Basilicata 32.373 unità locali per un totale di 30.078 imprese, cioè 1,08 unità per impresa.

Di queste il 25% è concentrato però nei capoluoghi provinciali (Potenza 14,3% e Matera 10,7%) e solamente in alcuni comuni il dato relativo al numero medio di unità locali risulta numericamente interessante, come nei comuni di Melfi, Policoro, Pisticci, Rionero in Vulture, Lavello, Lauria, Avigliano e Bernalda.

Sono in media 2,8 gli addetti per unità locale (91.695 addetti nell'intera regione), ma solo in 7 comuni si verifica il passaggio da piccolissima a piccola impresa: Missanello raggiunge i 3,6 addetti per u.l., Pignola i 3,2, Acerenza e Grumento Nova i 3,1, Filiano e Marsicovetere i 3 addetti, Melfi 2,9, mentre Matera risulta pienamente in media (2,8).

Relativamente all'imprenditorialità del ramo H (alberghi e ristoranti) la regione Basilicata conta al censimento 1.948 unità locali di cui 197 a Potenza (10,1%), 128 a Matera (6,6%), 84 a Maratea (4,3%), 63 a Bernalda (3,2%), 54 a Policoro (2,8%), 48 a Melfi (2,5%), 43 a Pisticci ed a Rionero in Vulture (2,2%), 41 a Lavello (2,1%), 36 ad Avigliano (1,8%), mentre nelle restanti realtà territoriali la numerosità non appare significativa.

Il rapporto tra addetti ed unità locali nel settore del turismo risulta ancora più basso: in media, nella regione, per ogni società attiva nel turismo lavorano solo 2 addetti. Si intende qui solo accennare alla problematica del lavoro sommerso, che sarà invece oggetto di studio in fase di analisi del mercato di domanda in relazione alla capacità dell'offerta ed alla necessità di una riorganizzazione delle risorse umane coinvolte nel settore.

Appare comunque interessante evidenziare che in alcuni comuni il numero di addetti nel turismo supera la media regionale anche di un addetto, come nei comuni di Missanello, Pignola, Acerenza e Grumento Nova, dove prevale un'impresa leggermente più grande, anche se con bassa numerosità in fatto di unità locali.

La dedizione dell'imprenditorialità al turismo è stata anche misurata tramite il rapporto di unità locali del settore H sul totale, che sulla media regionale è pari al 6%, ma che, nel caso di Maratea, consiste nel 24,3% di imprese turistiche sul totale, confermando la rinomata vocazione turistica di alcune località d'eccellenza.

Alcuni comuni, inoltre, nel confronto tra le rilevazioni del 1996 e del 1991 evidenziano una crescita pari e superiore al raddoppio: è il caso di Chiaromonte (+80%), di Grumento Nova e Brindisi di Montagna (+50%).

In quest'ultimo comune, poi, si evidenzia anche una crescita del numero di addetti al turismo, che vede quadruplicati gli operatori così come triplicano a Chiaromonte e raddoppiano a Grumento Nova.

Ma anche i comuni da tempo già sviluppati turisticamente evidenziano una tendenza molto positiva nella dotazione di offerta, come Bernalda, che

evidenzia un aumento del 34% di imprenditorialità turistica e del 48,4% degli addetti, o la stessa Matera, che, nel quinquennio considerato, aumenta del 32% le imprese e del 10,5% gli addetti.

Per quanto riguarda le variabili prettamente sociali, la popolazione regionale, che conta al 1998 circa 603 mila residenti, all'ultimo censimento del 1991 ne contava oltre 610 mila, dato che anche se complessivamente stabile da oltre dieci anni (+0,1% rispetto al censimento 1981), risulta in calo del -1,1% dal confronto 1998 - 1991.

Solo pochi comuni, infatti, hanno visto crescere sensibilmente dagli anni '80 il numero di residenti (Marsicovetere, Policoro, Tito Pignola e Satriano di Lucania), mentre addirittura 86 comuni (cioè il 65,6% del totale) hanno subito un calo demografico.

Quasi la metà dei comuni poi (43,5%) presenta un indice di vecchiaia della popolazione superiore alla media regionale pari a 102 (rapporto percentuale tra la popolazione oltre i 65 anni d'età su quella inferiore tra 0 e 14 anni).

Anche per quanto concerne l'indice di dipendenza (rapporto percentuale tra la popolazione oltre i 65 anni d'età e quella da 0 a 14 anni su quella tra i 15 ed i 64 anni) la regione presenta un indice medio-alto, cioè pari a 54.

Appare interessante notare come tra i comuni con il più basso indice di vecchiaia o di dipendenza (Policoro, Scanzano Ionico, Pignola, Marsicovetere e Nova Siri, Senise, Matera, Potenza, Tito, Rapolla, Bernalda, Lagonegro) compaiano molti comuni ad alta attrattiva turistica.

La popolazione attiva si concentra solo per l'11,5% nel comune di Potenza e per il 9,3% in quello di Matera: si tratta infatti di una popolazione regionale con un tasso di attività medio pari al 79,5% e che comunque non scende mai al di sotto del 61,7%.

Nel 1998, in media, il 18,9% della forza-lavoro della Basilicata è risultata disoccupata, dato non confortante se si considera che dai dati censuari del 1991 il tasso di disoccupazione risultava del 10,2%, evidenziando pertanto una tendenza negativa.

All'interno dei comuni, però, il 44% risulta sotto la media regionale, con in testa Ripacandida, San Severino, Vaglio, Potenza, Sant'Angelo le Fratte e Lagonegro, dove l'occupazione è maggiore.

COMUNE	Tot Unita' locali 1996	%	COMUNE	Tot Unita' locali 1996	%
REGIONE BASILICATA	32373	100,0	ACCELTURA	111	0,3
POTENZA	4624	14,3	CHIAROMONTE	108	0,3
MATERA	3478	10,7	SAN SEVERINO LUCANO	104	0,3
MELFI	948	2,9	SAN MAURO FORTE	101	0,3
POLICORO	917	2,8	EPISCOPIA	99	0,3
PISTICCI	857	2,6	GRUMENTO NOVA	95	0,3
RIONERO IN VULTURE	785	2,4	VAGLIO BASILICATA	94	0,3
LAVELLO	734	2,3	VALSINNI	92	0,3
LAURIA	711	2,2	COLOBRARO	92	0,3
AVIGLIANO	626	1,9	ROCCANOVA	92	0,3
BERNALDA	602	1,9	SANTANGELO LE FRATTE	90	0,3
VENOSA	571	1,8	TERRANOVA DI POLLINO	89	0,3
MONTESCAGLIOSO	496	1,5	SAN GIORGIO LUCANO	88	0,3
FERRANDINA	494	1,5	ANZI	82	0,3
SENISE	471	1,5	NEMOLI	82	0,3
SANT ARCAANGELO	415	1,3	ABRIOLA	78	0,2
LAGONEGRO	394	1,2	BALVANO	78	0,2
TITO	393	1,2	MONTEMILONE	78	0,2
MARSICOVETERE	392	1,2	GARAGUSO	77	0,2
MURO LUCANO	389	1,2	SPINOSO	75	0,2
NOVA SIRI	359	1,1	MONTEMURRO	75	0,2
MOLITERNO	354	1,1	SAN CHIRICO NUOVO	70	0,2
MARATEA	346	1,1	ALIANO	70	0,2
MONTALBANO JONICO	337	1,0	SARCONI	70	0,2
GENZANO DI LUCANIA	333	1,0	ALBANO DI LUCANIA	69	0,2
LATRONICO	323	1,0	SAN CHIRICO RAPARO	66	0,2
STIGLIANO	320	1,0	MASCHITO	66	0,2
SCANZANO JONICO	305	0,9	RIPACANDIDA	66	0,2
FRANCAVILLA IN SINNI	289	0,9	BANZI	64	0,2
GRASSANO	285	0,9	CASTEL SARACENO	64	0,2
TRICARICO	280	0,9	RUVO DEL MONTE	64	0,2
TURSI	267	0,8	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	63	0,2
PICERNO	267	0,8	SAVOIA DI LUCANIA	57	0,2
BELLA	265	0,8	SAN COSTANTINO ALBANESE	55	0,2
IRSINA	252	0,8	RAPONE	55	0,2
MARSICO NUOVO	246	0,8	CANCELLARA	55	0,2
PALAZZO SAN GERVASIO	239	0,7	PIETRAPERIOSA	54	0,2
PIETRAGALLA	221	0,7	GORGOGNONE	54	0,2
PIGNOLA	220	0,7	CASTELGRANDE	54	0,2
BRIENZA	198	0,6	NOEPOLI	51	0,2
ROTONDA	197	0,6	CERSOSIMO	48	0,1
POMARICO	193	0,6	FADELDA	47	0,1
TRAMUTOLA	191	0,6	SAN MARTINO D'AGRI	47	0,1
OPPIDO LUCANO	187	0,6	CASTELLUCCIO SUPERIORE	46	0,1
ATELLA	184	0,6	CAMPOMAGGIORE	45	0,1
BARAGIANO	184	0,6	GALLICCHIO	42	0,1
RUOTI	179	0,6	CARBONE	42	0,1
CORLETO PERTICARA	173	0,5	BRINDISI MONTAGNA	41	0,1
RIVELLO	165	0,5	ARMENTO	41	0,1
PATERNO	164	0,5	SASSO DI CASTALDA	40	0,1
VIGGIANO	163	0,5	CALCIANO	36	0,1
TOLVE	158	0,5	TRIVIGNO	36	0,1
VIETRI DI POTENZA	156	0,5	MISSANELLO	35	0,1
ACERENZA	156	0,5	TEANA	32	0,1
SAN FELE	153	0,5	CASTELMEZZANO	31	0,1
TRECCHINA	150	0,5	GINESTRA	31	0,1
ROTONDELLA	147	0,5	GUARDIA PERTICARA	25	0,1
RAPOLLA	147	0,5	CIRIGLIANO	25	0,1
CASTELLUCCIO INFERIORE	144	0,4	CRACO	21	0,1
VIGGIANELLO	141	0,4	OLIVETO LUCANO	18	0,1
LAURENZANA	141	0,4	CALVERA	17	0,1
FILIANO	139	0,4	SAN PAOLO ALBANESE	11	...
PESCOPAGANO	130	0,4			
MIGLIONICO	122	0,4			
BARILE	122	0,4			
SATRIANO DI LUCANIA	120	0,4			
GROTTOLE	117	0,4			
SALANDRA	115	0,4			
FORENZA	115	0,4			
CALVELLO	113	0,3			

COMUNE	Tot Addetti U.L. 1996	COMUNE	Tot Addetti U.L. 1996
REGIONE BASILICATA	91 695	FORENZA	225
POTENZA	15555	SATRIANO DI LUCANIA	223
MATERA	12532	SAN MAURO FORTE	220
MELFI	11343	SANTANGELO LE FRATTE	220
PISTICCI	3072	ROCCANOVA	202
POLICORO	2429	VAGLIO BASILICATA	199
LAVELLO	2067	GROTTOLE	187
TITO	2056	VALSINNI	185
FERRANDINA	1945	ACCETTURA	183
RIONERO IN VULTURE	1857	CALVELLO	172
LAURIA	1841	SAN SEVERINO LUCANO	159
BERNALDA	1475	COLOBRARO	146
AVIGLIANO	1254	ABRIOLA	136
VENOSA	1183	MONTEMILONE	136
MARSICOVETERE	936	SAN GIORGIO LUCANO	135
MONTESCAGLIOSO	895	GARAGUSO	131
SENISE	861	ANZI	129
MURO LUCANO	832	RAPONE	128
LAGONEGRO	789	NEMOLI	126
BARAGIANO	727	RUVO DEL MONTE	118
MOLITERNO	699	GALLICCHIO	118
SANT ARCANGELO	698	TERRANOVA DI POLLINO	116
MARATEA	690	MONTEMURRO	116
BALVANO	687	SAN CHIRICO NUOVO	110
ATELLA	658	CASTELGRANDE	110
GENZANO DI LUCANIA	645	ALIANO	107
NOVA SIRI	638	MASCHITO	107
MONTALBANO JONICO	638	SARCONI	104
SCANZANO JONICO	612	SPINOSO	101
LATRONICO	609	GORGOGNONE	100
STIGLIANO	583	PIETRAPERTOSA	97
BELLA	539	CASTELLUCCIO SUPERIORE	97
PICERNO	524	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	93
TRICARICO	512	NOEPOLI	90
GRASSANO	489	BANZI	89
FRANCAVILLA IN SINNI	487	SAN MARTINO D'AGRI	88
TURSI	481	ALBANO DI LUCANIA	87
ROTONDA	481	SAN CHIRICO RAPARO	87
POMARICO	469	SAVOIA DI LUCANIA	85
PALAZZO SAN GERVASIO	462	CAMPOMAGGIORE	83
MIGLIONICO	462	RIPACANDIDA	82
PIETRAGALLA	446	CANCELLARA	82
IRSINA	430	CASTELSARACENO	79
MARSICO NUOVO	430	SASSO DI CASTALDA	77
TRAMUTOLA	420	FARDELLA	74
GRUMENTO NOVA	399	SAN COSTANTINO ALBANESE	73
BRIENZA	390	MISSANELLO	72
PIGNOLA	388	CERSOSIMO	66
VIGGIANO	385	CARBONE	61
BARILE	376	BRINDISI MONTAGNA	60
RUOTI	364	GINESTRA	60
ACERENZA	355	TRIVIGNO	56
ROTONDELLA	337	TEANA	56
TRECCHINA	313	ARMENTO	51
CORLETO PERTICARA	309	CALCIANO	48
OPPIDO LUCANO	305	GUARDIA PERTICARA	44
FILIANO	299	CASTELMEZZANO	43
SAN FELE	297	CIRIGLIANO	40
PESCOPAGANO	289	CRACO	33
SALANDRA	281	CALVERA	22
TOLVE	276	OLIVETO LUCANO	20
RAPOLLA	275	SAN PAOLO ALBANESE	12
CASTELLUCCIO INFERIORE	271		
PATERNÒ	268		
VIETRI DI POTENZA	265		
EPISCOPIA	265		
RIVELLO	264		
LAURENZANA	254		
CHIAROMONTE	249		
VIGGIANELLO	227		

COMUNE	Addetti U.L. ramo H 1996 su tot U.L. ramo H 96	COMUNE	Addetti U.L. ramo H 1996 su tot U.L. ramo H 96
MISSANELLO	3,6	PATERNÒ	1,4
PIGNOLA	3,2	TERRANOVA DI POLLINO	1,4
ACERENZA	3,1	FRANCAVILLA IN SINNI	1,4
GRUMENTO NOVA	3,1	STIGLIANO	1,4
FILIANO	3,0	SAN SEVERINO LUCANO	1,4
MARSICOVETERE	3,0	TITO	1,4
MELFI	2,9	PESCOPIAGANO	1,4
MATERA	2,8	GORGOLIONE	1,4
TURSI	2,7	RIVELLO	1,4
POLICORO	2,7	TOLVE	1,3
POTENZA	2,7	CHIAROMONTE	1,3
MONTEMURRO	2,7	ROCCANOVA	1,3
SALANDRA	2,5	MASCHITO	1,3
ABRIOLA	2,4	TRIVIGNO	1,3
SCANZANO JONICO	2,4	GUARDIA PERTICARA	1,3
AVIGLIANO	2,3	ATELLA	1,3
LATRONICO	2,3	VAGLIO BASILICATA	1,3
BARAGIANO	2,3	SAVOIA DI LUCANIA	1,3
BERNALDA	2,2	POMARICO	1,3
ROTONDA	2,2	IRSINA	1,3
NEMOLI	2,2	CORLETO PERTICARA	1,3
LAVELLO	2,2	SAN GIORGIO LUCANO	1,3
FERRANDINA	2,2	SAN CHIRICO RAPARO	1,3
RIONERO IN VULTURE	2,2	CAMPOMAGGIORE	1,3
PIETRAGALLA	2,1	TRICARICO	1,2
VIETRI DI POTENZA	2,1	BELLA	1,2
VIGGIANO	2,1	TRAMUTOLA	1,2
REGIONE BASILICATA	2,0	SAN FELE	1,2
LAURIA	2,0	GROTTOLE	1,2
MARATEA	2,0	MONTEMILONE	1,2
PALAZZO SAN GERVASIO	2,0	CIRIGLIANO	1,2
BARILE	2,0	RAPOLLA	1,2
BRINDISI MONTAGNA	2,0	EPISCOPIA	1,2
ANZI	2,0	FORENZA	1,2
NOVA SIRI	2,0	SENISE	1,1
TRECCHINA	1,9	VALSINNI	1,1
BRIENZA	1,9	ROTONDELLA	1,0
LAGONEGRO	1,9	COLOBRARO	1,0
MURO LUCANO	1,9	RIPACANDIDA	1,0
SATRIANO DI LUCANIA	1,9	BALVANO	1,0
PIETRAPERTOSA	1,9	ALIANO	1,0
PISTICCI	1,8	NOEPOLI	1,0
SANT'ARCANGELO	1,8	CASTELSARACENO	1,0
ACCETTURA	1,8	CARBONE	1,0
CASTELLUCCIO INFERIORE	1,8	TEANA	1,0
LAURENZANA	1,8	RUVO DEL MONTE	1,0
SARCONI	1,8	SPINOSO	1,0
CASTELLUCCIO SUPERIORE	1,8	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	1,0
VENOSA	1,7	BANZI	1,0
OPPIDO LUCANO	1,7	SAN MARTINO D'AGRI	1,0
MARSICO NUOVO	1,7	CANCELLARA	1,0
GARAGUSO	1,7	CERSOSIMO	1,0
SANT'ANGELO LE FRATTE	1,7	CALCIANO	1,0
RAPONE	1,7	CASTELMEZZANO	1,0
CASTELGRANDE	1,7	OLIVETO LUCANO	1,0
ARMENTO	1,7	SASSO DI CASTALDA	1,0
PICERNO	1,6	FARDELLA	1,0
VIGGIANELLO	1,6	GALLICCHIO	1,0
CALVELLO	1,6	GINESTRA	1,0
MONTESCAGLIOSO	1,6	CRACO	1,0
RUOTI	1,6	CALVERA	1,0
MIGLIONICO	1,6	SAN PAOLO ALBANESE	1,0
SAN CHIRICO NUOVO	1,6		
MOLITERNO	1,5		
SAN COSTANTINO ALBANESE	1,5		
ALBANO DI LUCANIA	1,5		
GRASSANO	1,5		
SAN MAURO FORTE	1,4		
MONTALBANO JONICO	1,4		
GENZANO DI LUCANIA	1,4		

COMUNE	Unita' locali ramo H 1996	%	COMUNE	Unita' locali ramo H 1996	%
REGIONE BASILICATA	1948	100,0	VALSINNI	8	0,4
POTENZA	197	10,1	GORGOGNONE	8	0,4
MATERA	128	6,6	SAN COSTANTINO ALBANESE	8	0,4
MARATEA	84	4,3	PALAZZO SAN GERVASIO	7	0,4
BERNALDA	63	3,2	BARILE	7	0,4
POLICORO	54	2,8	SATRIANO DI LUCANIA	7	0,4
MELFI	48	2,5	VAGLIO BASILICATA	7	0,4
PISTICCI	43	2,2	SAN CHIRICO NUOVO	7	0,4
RIONERO IN VULTURE	43	2,2	PIETRAPERIOSA	7	0,4
LAVELLO	41	2,1	SAVOIA DI LUCANIA	7	0,4
AVIGLIANO	36	1,8	SALANDRA	6	0,3
VENOSA	31	1,6	RAPOLLA	6	0,3
SANT ARCANDELO	30	1,5	EPISCOPIA	6	0,3
SENISE	28	1,4	FORENZA	6	0,3
LAURIA	27	1,4	ROCCANOVA	6	0,3
LAGONEGRO	27	1,4	COLOBRARO	6	0,3
PIGNOLA	26	1,3	GARAGUSO	6	0,3
MARSICOVETERE	25	1,3	RIPACANDIDA	6	0,3
MURO LUCANO	24	1,2	BALVANO	5	0,3
NOVA SIRI	24	1,2	MIGLIONICO	5	0,3
SCANZANO JONICO	21	1,1	GROTTOLE	5	0,3
LATRONICO	21	1,1	MONTEMILONE	5	0,3
STIGLIANO	20	1,0	NEMOLI	5	0,3
ACCETTURA	20	1,0	ALIANO	5	0,3
SAN SEVERINO LUCANO	20	1,0	NOEPOLI	5	0,3
MONTECAGLIOSO	19	1,0	CASTELSARACENO	5	0,3
ATELLA	19	1,0	MISSANELLO	5	0,3
GENZANO DI LUCANIA	19	1,0	CARBONE	5	0,3
TURSI	19	1,0	TEANA	5	0,3
FERRANDINA	18	0,9	CIRIGLIANO	5	0,3
PICERNO	17	0,9	SAN GIORGIO LUCANO	4	0,2
TRICARICO	17	0,9	RUVO DEL MONTE	4	0,2
FRANCAVILLA IN SINNI	17	0,9	SARCONI	4	0,2
VIGGIANO	17	0,9	SPINOSO	4	0,2
TITO	16	0,8	CASTELLUCCIO SUPERIORE	4	0,2
TRECCHINA	16	0,8	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	4	0,2
ABRIOLA	16	0,8	BANZI	4	0,2
BELLA	15	0,8	SAN MARTINO D'AGRI	4	0,2
GRASSANO	15	0,8	ALBANO DI LUCANIA	4	0,2
ROTONDA	15	0,8	SAN CHIRICO RAPARO	4	0,2
MARSICO NUOVO	15	0,8	CAMPOMAGGIORE	4	0,2
BRIENZA	15	0,8	CANCELLARA	4	0,2
MOLITERNO	14	0,7	CERSOSIMO	4	0,2
MONTALBANO JONICO	14	0,7	CALCIANO	4	0,2
VIGGIANELLO	14	0,7	CASTELMEZZANO	4	0,2
CALVELLO	14	0,7	OLIVETO LUCANO	4	0,2
BARAGIANO	12	0,6	SANT'ANGELO LE FRATTE	3	0,2
POMARICO	12	0,6	RAPONE	3	0,2
IRSINA	12	0,6	CASTELGRANDE	3	0,2
GRUMENTO NOVA	12	0,6	MASCHITO	3	0,2
TOLVE	12	0,6	SASSO DI CASTALDA	3	0,2
PATERNO	12	0,6	FARDELLA	3	0,2
TERRANOVA DI POLLINO	12	0,6	BRINDISI MONTAGNA	3	0,2
RIVELLO	11	0,6	TRIVIGNO	3	0,2
PIETRAGALLA	10	0,5	ARMENTO	3	0,2
TRAMUTOLA	10	0,5	GUARDIA PERTICARA	3	0,2
RUOTI	10	0,5	ANZI	2	0,1
ACERENZA	10	0,5	GALLICCHIO	2	0,1
OPPIDO LUCANO	10	0,5	GINESTRA	1	0,1
SAN FELE	10	0,5	CRACO	1	0,1
VIETRI DI POTENZA	10	0,5	CALVERA	1	0,1
MONTEMURRO	10	0,5	SAN PAOLO ALBANESE	1	0,1
ROTONDELLA	9	0,5			
CASTELLUCCIO INFERIORE	9	0,5			
CHIAROMONTE	9	0,5			
SAN MAURO FORTE	9	0,5			
CORLETO PERTICARA	8	0,4			
FILIANO	8	0,4			
PESCOPAGANO	8	0,4			
LAURENZANA	8	0,4			

COMUNE	var.% pop 91/81	COMUNE	var.% pop 91/81
MARSICOVETERE	22,0	LATRONICO	-4,5
POLICORO	20,4	GRUMENTO NOVA	-4,6
TITO	18,4	SAN CHIRICO RAPARO	-4,7
PIGNOLA	17,4	TOLVE	-4,9
SATRIANO DI LUCANIA	14,7	GROTTOLE	-5,0
BANZI	9,4	GENZANO DI LUCANIA	-5,0
MONTESCAGLIOSO	9,4	PALAZZO SAN GERVASIO	-5,2
RAPOLLA	9,2	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	-5,4
RUOTI	9,0	SAN CHIRICO NUOVO	-5,6
BARAGIANO	9,0	CHIAROMONTE	-5,9
RIONERO IN VULTURE	8,7	VALSINNI	-5,9
PICERNO	8,6	SASSO DI CASTALDA	-6,1
SANT ARCANGELO	8,4	VIETRI DI POTENZA	-6,5
SARCONI	8,4	CANCELLARA	-6,7
MATERA	8,3	MARSICO NUOVO	-6,8
NOVA SIRI	8,3	VIGGIANELLO	-7,0
VAGLIO BASILICATA	6,8	MASCHITO	-7,1
CASTELGRANDE	5,4	SAN SEVERINO LUCANO	-7,5
FILIANO	5,0	BARILE	-7,6
SCANZANO JONICO	4,2	ROTONDELLA	-7,7
PATERNO	3,9	MONTEMURRO	-7,8
MIGLIONICO	3,9	FORENZA	-8,1
RIVELLO	3,8	CASTELLUCCIO SUPERIORE	-8,5
PISTICCI	3,5	CORLETO PERTICARA	-8,8
MARATEA	3,4	CALCIANO	-9,2
AVIGLIANO	3,2	SAN MARTINO D'AGRI	-9,4
FERRANDINA	2,9	IRSINA	-9,4
MOLITERNO	2,9	OLIVETO LUCANO	-9,6
ROTONDA	2,7	STIGLIANO	-9,6
ACCETTURA	2,5	CERSOSIMO	-9,7
NEMOLI	2,5	TRAMUTOLA	-9,7
BERNALDA	2,5	TERRANOVA DI POLLINO	-10,0
VIGGIANO	2,4	PIETRAPERIOSA	-10,1
LAURIA	2,3	BRINDISI MONTAGNA	-10,3
BRIENZA	2,2	CRACO	-10,3
POTENZA	2,1	SAN GIORGIO LUCANO	-10,4
MELFI	1,9	ACERENZA	-11,2
SENISE	1,8	CASTELMEZZANO	-11,4
SANT'ANGELO LE FRATTE	1,6	RAPONE	-11,9
LAVELLO	1,0	RIPACANDIDA	-12,0
SAN MAURO FORTE	0,7	ALIANO	-12,4
LAGONEGRO	0,6	TRIVIGNO	-12,5
PIETRAGALLA	0,6	ABRIOLA	-12,7
BALVANO	0,4	LAURENZANA	-13,7
TEANA	0,3	FARDELLA	-14,0
REGIONE BASILICATA	0,1	COLOBRARO	-14,3
POMARICO	0,0	GUARDIA PERTICARA	-14,4
SPINOSO	-0,2	MURO LUCANO	-14,5
VENOSA	-0,2	NOEPOLI	-15,2
ATELLA	-0,6	SAN COSTANTINO ALBANESE	-15,2
SAVOIA DI LUCANIA	-0,8	SAN PAOLO ALBANESE	-15,2
TURSI	-1,1	GINESTRA	-15,7
BELLA	-1,6	MISSANELLO	-15,9
CASTELLUCCIO INFERIORE	-1,8	ARMENTO	-16,8
OPPIDO LUCANO	-1,9	CIRIGLIANO	-19,0
CAMPOMAGGIORE	-1,9	CARBONE	-19,6
EPISCOPIA	-2,1	MONTEMILONE	-20,4
GARAGUSO	-2,5	RUVU DEL MONTE	-22,0
FRANCAVILLA IN SINNI	-2,6	CALVERA	-22,6
TRICARICO	-3,0	CALVELLO	-23,2
GRASSANO	-3,1	PESCOPAGANO	-24,0
CASTELSARACENO	-3,2	SAN FELE	-29,3
ANZI	-3,2		
ROCCANOVA	-3,3		
TRECCHINA	-3,4		
MONTALBANO JONICO	-3,9		
ALBANO DI LUCANIA	-4,0		
GORGOGNONE	-4,2		
SALANDRA	-4,3		
GALLICCHIO	-4,4		

COMUNE	Var%96/91 addetti u.l. ramo H	COMUNE	Var%96/91 addetti u.l. ramo H
BRINDISI MONTAGNA	200,0	TEANA	-28,6
CHIAROMONTE	140,0	NOVA SIRI	-28,8
TURSI	126,1	PIETRAGALLA	-30,0
VIGGIANELLO	91,7	TRECCHINA	-31,1
SAN GIORGIO LUCANO	66,7	ROTONDA	-31,3
GRUMENTO NOVA	54,2	PICERNO	-31,7
ABRIOLA	50,0	STIGLIANO	-31,7
MISSANELLO	50,0	ATELLA	-32,4
VIETRI DI POTENZA	50,0	RIPACANDIDA	-33,3
BERNALDA	48,4	BANZI	-33,3
PIETRAPERTOSA	44,4	SENISE	-33,3
ACCETTURA	33,3	TERRANOVA DI POLLINO	-34,6
MARSICOVETERE	32,1	EPISCOPIA	-36,4
CALVELLO	27,8	RAPONE	-37,5
BARAGIANO	27,3	RUOTI	-38,5
SANT'ANGELO LE FRATTE	25,0	GENZANO DI LUCANIA	-38,6
NEMOLI	22,2	MARSICO NUOVO	-39,0
MELFI	20,0	BARILE	-39,1
ACERENZA	19,2	RIONERO IN VULTURE	-39,6
SARCONI	16,7	VIGGIANO	-39,7
TOLVE	14,3	CIRIGLIANO	-40,0
POLICORO	11,4	MOLITERNO	-41,7
MATERA	10,5	SALANDRA	-42,3
LATRONICO	8,9	CANCELLARA	-42,9
PIGNOLA	7,7	RUVO DEL MONTE	-42,9
MONTESCAGLIOSO	3,3	CAMPOMAGGIORE	-44,4
POTENZA	1,5	RIVELLO	-44,4
SAN COSTANTINO ALBANESE	0,0	GORGOGNONE	-47,6
GUARDIA PERTICARA	0,0	SAN FELE	-47,8
CARBONE	0,0	PATERNO	-48,5
SAN MARTINO D'AGRI	0,0	ALIANO	-50,0
TRIVIGNO	0,0	MONTEMILONE	-50,0
SASSO DI CASTALDA	0,0	CALVERA	-50,0
VAGLIO BASILICATA	0,0	CRACO	-50,0
SAN CHIRICO RAPARO	0,0	MONTALBANO JONICO	-50,0
SATRIANO DI LUCANIA	0,0	IRSINA	-51,6
GINESTRA	0,0	GROTTOLE	-53,8
AVIGLIANO	-1,2	NOEPOLI	-54,5
LAVELLO	-3,3	ARMENTO	-54,5
SCANZANO JONICO	-5,6	BALVANO	-54,5
SAN SEVERINO LUCANO	-6,7	SAVOIA DI LUCANIA	-55,0
SAN MAURO FORTE	-7,1	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	-55,6
PESCOPIANO	-8,3	CASTELLUCCIO SUPERIORE	-56,3
VALSINNI	-10,0	PALAZZO SAN GERVASIO	-57,6
POMARICO	-11,8	ROCCANOVA	-57,9
GRASSANO	-12,0	FILIANO	-57,9
OPPIDO LUCANO	-15,0	LAURIA	-58,0
REGIONE BASILICATA	-15,0	CASTELMEZZANO	-60,0
PISTICCI	-15,1	COLOBRARO	-60,0
SAN CHIRICO NUOVO	-15,4	ANZI	-60,0
CASTELLUCCIO INFERIORE	-15,8	FORENZA	-63,2
VENOSA	-15,9	CALCIANO	-63,6
LAGONEGRO	-16,1	OLIVETO LUCANO	-66,7
MURO LUCANO	-16,4	CERSOSIMO	-66,7
GARAGUSO	-16,7	FARDELLA	-66,7
CASTELGRANDE	-16,7	CORLETO PERTICARA	-68,8
SANT'ARCANGELO	-19,4	ROTONDELLA	-70,0
FRANCAVILLA IN SINNI	-20,0	RAPOLLA	-70,8
TRAMUTOLA	-20,0	SPINOSO	-75,0
MASCHITO	-20,0	CASTELSARACENO	-77,3
MIGLIONICO	-20,0	GALLICCHIO	-85,7
MONTEMURRO	-20,6	SAN PAOLO ALBANESE	-94,4
MARATEA	-20,9		
LAURENZANA	-22,2		
BRIENZA	-23,7		
ALBANO DI LUCANIA	-25,0		
TITO	-26,7		
TRICARICO	-27,6		
FERRANDINA	-27,8		
BELLA	-28,0		

COMUNE	Unita' locali ramo H 1996 su tot ul 96	COMUNE	Unita' locali ramo H 1996 su tot ul 96
MARATEA	24,3	SAN CHIRICO RAPARO	6,1
OLIVETO LUCANO	22,2	EPISCOPIA	6,1
ABRIOLA	20,5	REGIONE BASILICATA	6,0
CIRIGLIANO	20,0	SENISE	5,9
SAN SEVERINO LUCANO	19,2	POLICORO	5,9
ACCETTURA	18,0	FRANCAVILLA IN SINNI	5,9
TEANA	15,6	CALVERA	5,9
GORGOGNONE	14,8	SATRIANO DI LUCANIA	5,8
SAN COSTANTINO ALBANESE	14,5	ALBANO DI LUCANIA	5,8
MISSANELLO	14,3	FILIANO	5,8
TERRANOVA DI POLLINO	13,5	AVIGLIANO	5,8
MONTEMURRO	13,3	BARILE	5,7
PIETRAPERIOSA	13,0	SARCONI	5,7
CASTELMEZZANO	12,9	GENZANO DI LUCANIA	5,7
GRUMENTO NOVA	12,6	LAURENZANA	5,7
CALVELLO	12,4	BELLA	5,7
SAVOIA DI LUCANIA	12,3	RUOTI	5,6
GUARDIA PERTICARA	12,0	LAVELLO	5,6
CARBONE	11,9	CASTELGRANDE	5,6
PIGNOLA	11,8	RIONERO IN VULTURE	5,5
CALCIANO	11,1	RAPONE	5,5
TRECCHINA	10,7	VENOSA	5,4
BERNALDA	10,5	OPPIDO LUCANO	5,3
VIGGIANO	10,4	SPINOSO	5,3
ATELLA	10,3	GRASSANO	5,3
SAN CHIRICO NUOVO	10,0	TRAMUTOLA	5,2
VIGGIANELLO	9,9	SALANDRA	5,2
NOEPOLI	9,8	FORENZA	5,2
SAN PAOLO ALBANESE	9,1	MELFI	5,1
RIPACANDIDA	9,1	PISTICCI	5,0
SAN MAURO FORTE	8,9	IRSINA	4,8
CAMPOMAGGIORE	8,9	CRACO	4,8
CASTELLUCCIO SUPERIORE	8,7	GALLICCHIO	4,8
VALSINNI	8,7	CORLETO PERTICARA	4,6
SAN MARTINO D'AGRI	8,5	MASCHITO	4,5
TRIVIGNO	8,3	SAN GIORGIO LUCANO	4,5
CERSOSIMO	8,3	PIETRAGALLA	4,5
CHIAROMONTE	8,3	GROTTOLE	4,3
CASTELSARACENO	7,8	POTENZA	4,3
GARAGUSO	7,8	MONTALBANO JONICO	4,2
ROTONDA	7,6	MIGLIONICO	4,1
TOLVE	7,6	RAPOLLA	4,1
BRIENZA	7,6	TITO	4,1
SASSO DI CASTALDA	7,5	MOLITERNO	4,0
VAGLIO BASILICATA	7,4	MONTESCAGLIOSO	3,8
BRINDISI MONTAGNA	7,3	LAURIA	3,8
ARMENTO	7,3	MATERA	3,7
PATERNO	7,3	FERRANDINA	3,6
CANCELLARA	7,3	SANT'ANGELO LE FRATTE	3,3
SANT'ARCANGELO	7,2	GINESTRA	3,2
ALIANO	7,1	PALAZZO SAN GERVASIO	2,9
TURSI	7,1	ANZI	2,4
SCANZANO JONICO	6,9		
LAGONEGRO	6,9		
NOVA SIRI	6,7		
RIVELLO	6,7		
SAN FELE	6,5		
COLOBRARO	6,5		
ROCCANOVA	6,5		
BARAGIANO	6,5		
LATRONICO	6,5		
ACERENZA	6,4		
VIETRI DI POTENZA	6,4		
MONTEMILONE	6,4		
BALVANO	6,4		
FARDELLA	6,4		
MARSICOVETERE	6,4		
PICERNO	6,4		
CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	6,3		
CASTELLUCCIO INFERIORE	6,3		
STIGLIANO	6,3		
BANZI	6,3		
RUVO DEL MONTE	6,3		
POMARICO	6,2		
MURO LUCANO	6,2		
PESCOPAGANO	6,2		
ROTONDELLA	6,1		
NEMOLI	6,1		
MARSICO NUOVO	6,1		
TRICARICO	6,1		

COMUNE	Unita' locali ramo H 1996 su tot ul 96	COMUNE	Unita' locali ramo H 1996 su tot ul 96
MARATEA	24,3	SAN CHIRICO RAPARO	6,1
OLIVETO LUCANO	22,2	EPISCOPIA	6,1
ABRIOLA	20,5	REGIONE BASILICATA	6,0
CIRIGLIANO	20,0	SENISE	5,9
SAN SEVERINO LUCANO	19,2	POLICORO	5,9
ACCETTURA	18,0	FRANCAVILLA IN SINNI	5,9
TEANA	15,6	CALVERA	5,9
GORGOGNONE	14,8	SATRIANO DI LUCANIA	5,8
SAN COSTANTINO ALBANESE	14,5	ALBANO DI LUCANIA	5,8
MISSANELLO	14,3	FILIANO	5,8
TERRANOVA DI POLLINO	13,5	AVIGLIANO	5,8
MONTEMURRO	13,3	BARILE	5,7
PIETRAPERTOSA	13,0	SARCONI	5,7
CASTELMEZZANO	12,9	GENZANO DI LUCANIA	5,7
GRUMENTO NOVA	12,6	LAURENZANA	5,7
CALVELLO	12,4	BELLA	5,7
SAVOIA DI LUCANIA	12,3	RUOTI	5,6
GUARDIA PERTICARA	12,0	LAVELLO	5,6
CARBONE	11,9	CASTELGRANDE	5,6
PIGNOLA	11,8	RIONERO IN VULTURE	5,5
CALCIANO	11,1	RAPONE	5,5
TRECCHINA	10,7	VENOSA	5,4
BERNALDA	10,5	OPPIDO LUCANO	5,3
VIGGIANO	10,4	SPINOSO	5,3
ATELLA	10,3	GRASSANO	5,3
SAN CHIRICO NUOVO	10,0	TRAMUTOLA	5,2
VIGGIANELLO	9,9	SALANDRA	5,2
NOEPOLI	9,8	FORENZA	5,2
SAN PAOLO ALBANESE	9,1	MELFI	5,1
RIPACANDIDA	9,1	PISTICCI	5,0
SAN MAURO FORTE	8,9	IRSINA	4,8
CAMPOMAGGIORE	8,9	CRACO	4,8
CASTELLUCCIO SUPERIORE	8,7	GALLICCHIO	4,8
VALSINNI	8,7	CORLETO PERTICARA	4,6
SAN MARTINO D'AGRI	8,5	MASCHITO	4,5
TRIVIGNO	8,3	SAN GIORGIO LUCANO	4,5
CERSOSIMO	8,3	PIETRAGALLA	4,5
CHIAROMONTE	8,3	GROTTOLE	4,3
CASTELSARACENO	7,8	POTENZA	4,3
GARAGUSO	7,8	MONTALBANO JONICO	4,2
ROTONDA	7,6	MIGLIONICO	4,1
TOLVE	7,6	RAPOLLA	4,1
BRIENZA	7,6	TITO	4,1
SASSO DI CASTALDA	7,5	MOLITERNO	4,0
VAGLIO BASILICATA	7,4	MONTESCAGLIOSO	3,8
BRINDISI MONTAGNA	7,3	LAURIA	3,8
ARMENTO	7,3	MATERA	3,7
PATERNO	7,3	FERRANDINA	3,6
CANCELLARA	7,3	SANT'ANGELO LE FRATTE	3,3
SANT'ARCANGELO	7,2	GINESTRA	3,2
ALIANO	7,1	PALAZZO SAN GERVASIO	2,9
TURSI	7,1	ANZI	2,4
SCANZANO JONICO	6,9		
LAGONEGRO	6,9		
NOVA SIRI	6,7		
RIVELLO	6,7		
SAN FELE	6,5		
COLOBRARO	6,5		
ROCCANOVA	6,5		
BARAGIANO	6,5		
LATRONICO	6,5		
ACERENZA	6,4		
VIETRI DI POTENZA	6,4		
MONTEMILONE	6,4		
BALVANO	6,4		
FARDELLA	6,4		
MARSICOVETERE	6,4		
PICERNO	6,4		
CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	6,3		
CASTELLUCCIO INFERIORE	6,3		
STIGLIANO	6,3		
BANZI	6,3		
RUVO DEL MONTE	6,3		
POMARICO	6,2		
MURO LUCANO	6,2		
PESCOPAGANO	6,2		
ROTONDELLA	6,1		
NEMOLI	6,1		
MARSICO NUOVO	6,1		
TRICARICO	6,1		

COMUNE	Addetti U.L. ramo H 1996 su TOT ADDETTI UL 96	COMUNE	Addetti U.L. ramo H 1996 su TOT ADDETTI UL 96
ABRIOLA	28,7	VALSINNI	4,9
MISSANELLO	25,0	CHIAROMONTE	4,8
MARATEA	24,6	STIGLIANO	4,8
MONTEMURRO	23,3	PIETRAGALLA	4,7
PIGNOLA	21,6	ALIANO	4,7
OLIVETO LUCANO	20,0	CASTELGRANDE	4,5
ACCETTURA	19,7	SAN MARTINO D'AGRI	4,5
SAN SEVERINO LUCANO	17,6	CALVERA	4,5
SAN COSTANTINO ALBANESE	16,4	VAGLIO BASILICATA	4,5
CIRIGLIANO	15,0	GRASSANO	4,5
TERRANOVA DI POLLINO	14,7	BANZI	4,5
PIETRAPERTOSA	13,4	VENOSA	4,5
CALVELLO	13,4	MONTEMILONE	4,4
GORGOGNONE	11,0	RUOTI	4,4
TURSI	10,8	LAVELLO	4,3
SAVOIA DI LUCANIA	10,6	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	4,3
VIGGIANELLO	10,1	REGIONE BASILICATA	4,3
BRINDISI MONTAGNA	10,0	GENZANO DI LUCANIA	4,2
SAN CHIRICO NUOVO	10,0	COLOBRARO	4,1
TRECCHINA	9,9	TRICARICO	4,1
ARMENTO	9,8	FARDELLA	4,1
BERNALDA	9,6	SAN FELE	4,0
CASTELMEZZANO	9,3	SPINOSO	4,0
GRUMENTO NOVA	9,3	ROCCANOVA	4,0
GUARDIA PERTICARA	9,1	RAPONE	3,9
VIGGIANO	9,1	SASSO DI CASTALDA	3,9
TEANA	8,9	BARAGIANO	3,9
ACERENZA	8,7	PESCOPAGANO	3,8
NEMOLI	8,7	ATELLA	3,8
SCANZANO JONICO	8,3	MASCHITO	3,7
CALCIANO	8,3	BARILE	3,7
SAN PAOLO ALBANESE	8,3	SENISE	3,7
CARBONE	8,2	SAN GIORGIO LUCANO	3,7
LATRONICO	8,0	IRSINA	3,5
FILIANO	8,0	MONTESCAGLIOSO	3,5
VIETRI DI POTENZA	7,9	POTENZA	3,4
MARSICOVETERE	7,9	RUVO DEL MONTE	3,4
SANT ARCANGELO	7,7	BELLA	3,3
GARAGUSO	7,6	CORLETO PERTICARA	3,2
BRIENZA	7,4	GROTTOLE	3,2
NOVA SIRI	7,4	POMARICO	3,2
RIPACANDIDA	7,3	MONTALBANO JONICO	3,1
CASTELLUCCIO SUPERIORE	7,2	FORENZA	3,1
TRIVIGNO	7,1	ANZI	3,1
ALBANO DI LUCANIA	6,9	CRACO	3,0
ROTONDA	6,9	PALAZZO SAN GERVASIO	3,0
SARCONI	6,7	MOLITERNO	3,0
AVIGLIANO	6,7	LAURIA	3,0
LAGONEGRO	6,6	MATERA	2,9
PATERNO	6,3	TRAMUTOLA	2,9
CASTELSARACENO	6,3	ROTONDELLA	2,7
CERSOSIMO	6,1	EPISCOPIA	2,6
POLICORO	6,1	PISTICCI	2,6
CAMPOMAGGIORE	6,0	RAPOLLA	2,5
SAN MAURO FORTE	5,9	SANT'ANGELO LE FRATTE	2,3
CASTELLUCCIO INFERIORE	5,9	FERRANDINA	2,0
SATRIANO DI LUCANIA	5,8	MIGLIONICO	1,7
MARSICO NUOVO	5,8	GALLICCHIO	1,7
TOLVE	5,8	GINESTRA	1,7
SAN CHIRICO RAPARO	5,7	MELFI	1,2
RIVELLO	5,7	TITO	1,1
OPPIDO LUCANO	5,6	BALVANO	0,7
NOEPOLI	5,6		
MURO LUCANO	5,5		
LAURENZANA	5,5		
PICERNO	5,3		
SALANDRA	5,3		
RIONERO IN VULTURE	5,0		
FRANCAVILLA IN SINNI	4,9		
CANCELLARA	4,9		

COMUNE	Var%96/91 u.l. ramo H	COMUNE	Var%96/91 u.l. ramo H
CHIAROMONTE	80,0	PICERNO	-10,5
GRUMENTO NOVA	50,0	FRANCAVILLA IN SINNI	-10,5
BRINDISI MONTAGNA	50,0	NOVA SIRI	-11,1
MARSICOVETERE	47,1	GORGOGNONE	-11,1
PIETRAPERIOSA	40,0	BARILE	-12,5
SAVOIA DI LUCANIA	40,0	SAN CHIRICO NUOVO	-12,5
BERNALDA	34,0	LAGONEGRO	-12,9
BARAGIANO	33,3	RIONERO IN VULTURE	-14,0
SAN COSTANTINO ALBANESE	33,3	GARAGUSO	-14,3
SAN GIORGIO LUCANO	33,3	EPISCOPIA	-14,3
OLIVETO LUCANO	33,3	SENISE	-15,2
MATERA	32,0	NEMOLI	-16,7
MELFI	29,7	BRIENZA	-16,7
VIGGIANELLO	27,3	MIGLIONICO	-16,7
TURSI	26,7	BELLA	-16,7
MISSANELLO	25,0	TRAMUTOLA	-16,7
GRASSANO	25,0	MONTEMILONE	-16,7
SAN SEVERINO LUCANO	25,0	TEANA	-16,7
CIRIGLIANO	25,0	ALBANO DI LUCANIA	-20,0
CARBONE	25,0	IRSINA	-20,0
ABRIOLA	23,1	SPINOSO	-20,0
APELLA	18,8	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	-20,0
LAVELLO	17,1	BANZI	-20,0
VAGLIO BASILICATA	16,7	CANCELLARA	-20,0
POTENZA	16,6	CALCIANO	-20,0
MURO LUCANO	14,3	CASTELMEZZANO	-20,0
LAURENZANA	14,3	ROTONDA	-21,1
TRICARICO	13,3	FERRANDINA	-21,7
MONTESCAGLIOSO	11,8	SATRIANO DI LUCANIA	-22,2
VIETRI DI POTENZA	11,1	STIGLIANO	-23,1
ACCETTURA	11,1	TRECCHINA	-23,8
OPPIDO LUCANO	11,1	TERRANOVA DI POLLINO	-25,0
AVIGLIANO	9,1	TRIVIGNO	-25,0
PIGNOLA	8,3	MOLITERNO	-26,3
MONTEMURRO	0,0	RUOTI	-28,6
SCANZANO JONICO	0,0	SAN FELE	-28,6
MARATEA	0,0	PALAZZO SAN GERVASIO	-30,0
CASTELLUCCIO INFERIORE	0,0	MONTALBANO JONICO	-30,0
SARCONI	0,0	FILIANO	-33,3
CASTELLUCCIO SUPERIORE	0,0	PIETRAGALLA	-33,3
SANT'ANGELO LE FRATTE	0,0	CORLETO PERTICARA	-33,3
CASTELGRANDE	0,0	CAMPOMAGGIORE	-33,3
SAN MAURO FORTE	0,0	RAPOLLA	-33,3
PESCOPAGANO	0,0	FORENZA	-33,3
MASCHITO	0,0	MARSICO NUOVO	-34,8
GUARDIA PERTICARA	0,0	ROTONDELLA	-35,7
SAN CHIRICO RAPARO	0,0	NOEPOLI	-37,5
VALSINNI	0,0	LAURIA	-38,6
RIPACANDIDA	0,0	SALANDRA	-40,0
BALVANO	0,0	CERSOSIMO	-42,9
ALIANO	0,0	GROTTOLE	-44,4
RUVO DEL MONTE	0,0	PATERNO	-45,5
SAN MARTINO D'AGRI	0,0	ROCCANOVA	-45,5
SASSO DI CASTALDA	0,0	COLOBRARO	-45,5
GINESTRA	0,0	RAPONE	-50,0
CRACO	0,0	ARMENTO	-50,0
REGIONE BASILICATA	-3,5	FARDELLA	-50,0
POLICORO	-3,6	CALVERA	-50,0
LATRONICO	-4,5	CASTELSARACENO	-54,5
VIGGIANO	-5,6	GALLICCHIO	-60,0
TITO	-5,9	ANZI	-66,7
VENOSA	-6,1	SAN PAOLO ALBANESE	-75,0
CALVELLO	-6,7		
TOLVE	-7,7		
POMARICO	-7,7		
RIVELLO	-8,3		
PISTICCI	-8,5		
ACERENZA	-9,1		
SANT ARCANGELO	-9,1		
GENZANO DI LUCANIA	-9,5		

COMUNE	indice di dipendenza 1991	COMUNE	indice di dipendenza 1991
POTENZA	0,41	GARAGUSO	0,54
POLICORO	0,45	VALSINNI	0,54
MATERA	0,45	REGIONE BASILICATA	0,54
SAN SEVERINO LUCANO	0,45	BELLA	0,54
NOVA SIRI	0,46	ABRIOLA	0,54
SAN COSTANTINO ALBANESE	0,46	MELFI	0,54
LAGONEGRO	0,46	ATELLA	0,54
CASTELLUCCIO INFERIORE	0,46	NOEPOLI	0,54
MONTALBANO JONICO	0,47	SPINOSO	0,54
ROTONDA	0,47	SALANDRA	0,55
LAURIA	0,47	ALIANO	0,55
GALLICCHIO	0,47	MURO LUCANO	0,55
AVIGLIANO	0,47	VIETRI DI POTENZA	0,55
EPISCOPIA	0,48	SARCONI	0,55
SAN MAURO FORTE	0,48	POMARICO	0,55
SENISE	0,48	PIETRAPERIOSA	0,55
BRINDISI MONTAGNA	0,48	PESCOPAGANO	0,55
CAMPOMAGGIORE	0,48	BRIENZA	0,55
BERNALDA	0,48	TOLVE	0,55
MARSICOVETERE	0,48	COLOBRARO	0,56
BANZI	0,48	FILIANO	0,56
TITO	0,49	ROCCANOVA	0,56
ROTONDELLA	0,49	MIGLIONICO	0,56
LATRONICO	0,49	SATRIANO DI LUCANIA	0,56
PISTICCI	0,49	ARMENTO	0,56
FERRANDINA	0,49	GORGOLIONE	0,56
OLIVETO LUCANO	0,49	CALCIANO	0,56
MONTESCAGLIOSO	0,49	SAN FELE	0,56
TURSI	0,49	RIVELLO	0,57
VIGGIANELLO	0,50	SAVOIA DI LUCANIA	0,57
MARSICO NUOVO	0,50	LAURENZANA	0,57
GROTTOLE	0,50	GRASSANO	0,57
FRANCAVILLA IN SINNI	0,50	MONTEMURRO	0,58
SCANZANO JONICO	0,50	CORLETO PERTICARA	0,58
PALAZZO SAN GERVASIO	0,50	NEMOLI	0,58
PATERNO	0,50	STIGLIANO	0,58
TRECCHINA	0,50	MASCHITO	0,58
RIONERO IN VULTURE	0,51	GUARDIA PERTICARA	0,58
VENOSA	0,51	RUOTI	0,58
MOLITERNO	0,51	RAPOLLA	0,59
SAN CHIRICO RAPARO	0,51	BALVANO	0,59
SAN CHIRICO NUOVO	0,51	CASTELMEZZANO	0,59
MARATEA	0,51	BARAGIANO	0,59
SASSO DI CASTALDA	0,51	ACERENZA	0,59
PIGNOLA	0,51	CARBONE	0,60
ANZI	0,51	MONTEMILONE	0,60
VAGLIO BASILICATA	0,51	SAN GIORGIO LUCANO	0,60
TERRANOVA DI POLLINO	0,51	CANCELLARA	0,61
TRAMUTOLA	0,52	PIETRAGALLA	0,61
LAVELLO	0,52	TRIVIGNO	0,61
CALVERA	0,52	SAN MARTINO D'AGRI	0,62
VIGGIANO	0,52	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	0,62
CASTELLUCCIO SUPERIORE	0,52	ACCETTURA	0,63
IRSINA	0,52	FORENZA	0,63
RAPONE	0,52	RUVO DEL MONTE	0,63
SANT'ANGELO LE FRATTE	0,52	CASTELGRANDE	0,64
CERSOSIMO	0,53	BARILE	0,64
GRUMENTO NOVA	0,53	GINESTRA	0,64
OPPIDO LUCANO	0,53	RIPACANDIDA	0,65
TRICARICO	0,53	MISSANELLO	0,65
CALVELLO	0,53	SAN PAOLO ALBANESE	0,70
CHIAROMONTE	0,53	CIRIGLIANO	0,85
GENZANO DI LUCANIA	0,53		
SANT ARCANGELO	0,53		
CASTELSARACENO	0,53		
PICERNO	0,53		
FARDELLA	0,54		
TEANA	0,54		
CRACO	0,54		
ALBANO DI LUCANIA	0,54		

COMUNE	indice di vecchiaia 1991	COMUNE	indice di vecchiaia 1991
POLICORO	0,30	CRACO	0,97
SCANZANO JONICO	0,41	MONTEMURRO	0,97
PIGNOLA	0,45	GENZANO DI LUCANIA	0,98
MARSICOVETERE	0,46	FILIANO	1,01
NOVA SIRI	0,52	REGIONE BASILICATA	1,02
SENISE	0,52	BRINDISI MONTAGNA	1,03
MATERA	0,52	CERSOSIMO	1,03
TITO	0,53	TOLVE	1,04
RAPOLLA	0,54	LATRONICO	1,05
BERNALDA	0,55	CALVELLO	1,06
SANT'ARCANGELO	0,56	PIETRAGALLA	1,07
FRANCAVILLA IN SINNI	0,56	ABRIOLA	1,07
POTENZA	0,57	SAN CHIRICO NUOVO	1,08
TURSI	0,59	VALSINNI	1,09
MELFI	0,60	CALVERA	1,09
RUOTI	0,60	VIGGIANELLO	1,09
SALANDRA	0,60	BARILE	1,10
MONTESCAGLIOSO	0,62	RIVELLO	1,11
MONTALBANO JONICO	0,62	CASTELSARACENO	1,11
PATERNO	0,63	CASTELGRANDE	1,13
BARAGIANO	0,63	ROCCANOVA	1,13
PISTICCI	0,64	TRECCHINA	1,14
LAVELLO	0,64	GRUMENTO NOVA	1,14
FERRANDINA	0,65	ACCETTURA	1,14
PICERNO	0,66	GALLICCHIO	1,15
GROTTOLE	0,66	BANZI	1,16
AVIGLIANO	0,67	FARELLA	1,17
VENOSA	0,68	CORLETO PERTICARA	1,17
VIETRI DI POTENZA	0,68	LAURENZANA	1,18
LAGONEGRO	0,68	PIETRAPEROSA	1,21
BALVANO	0,69	TERRANOVA DI POLLINO	1,23
LAURIA	0,70	ACERENZA	1,24
BELLA	0,70	RAPONE	1,25
RIONERO IN VULTURE	0,70	CANCELLARA	1,25
VIGGIANO	0,75	CALCIANO	1,27
NEMOLI	0,77	FORENZA	1,27
SATRIANO DI LUCANIA	0,77	GORGOGNONE	1,27
MIGLIONICO	0,78	CASTELMEZZANO	1,28
GARAGUSO	0,80	COLOBRARO	1,31
MARATEA	0,80	SAN FELE	1,33
SPINOSO	0,80	MASCHITO	1,35
CASTELLUCCIO INFERIORE	0,82	STIGLIANO	1,37
OPPIDO LUCANO	0,82	SAN MARTINO D'AGRI	1,39
PALAZZO SAN GERVASIO	0,83	SAN SEVERINO LUCANO	1,41
MARSICO NUOVO	0,83	ALIANO	1,43
ATELLA	0,84	TRIVIGNO	1,43
SANT'ANGELO LE FRATTE	0,84	MONTEMILONE	1,47
CAMPOMAGGIORE	0,86	SAN GIORGIO LUCANO	1,49
TRAMUTOLA	0,86	MISSANELLO	1,50
MOLITERNO	0,86	NOEPOLI	1,53
POMARICO	0,87	OLIVETO LUCANO	1,54
TRICARICO	0,89	GINESTRA	1,58
BRIENZA	0,89	RIPACANDIDA	1,60
SASSO DI CASTALDA	0,89	SAN CHIRICO RAPARO	1,63
TEANA	0,89	GUARDIA PERTICARA	1,70
ALBANO DI LUCANIA	0,90	SAN COSTANTINO ALBANESE	1,73
GRASSANO	0,90	ARMENTO	1,80
ROTONDA	0,91	RUVO DEL MONTE	1,82
EPISCOPIA	0,91	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	1,99
CASTELLUCCIO SUPERIORE	0,92	CARBONE	2,34
ROTONDELLA	0,92	CIRIGLIANO	2,89
IRSINA	0,92	SAN PAOLO ALBANESE	3,17
VAGLIO BASILICATA	0,93		
ANZI	0,94		
MURO LUCANO	0,94		
PESCOPAGANO	0,94		
SAVOIA DI LUCANIA	0,94		
SAN MAURO FORTE	0,95		
CHIAROMONTE	0,96		
SARCONI	0,97		

COMUNE	Totale popolazione attiva 1991	COMUNE	Totale popolazione attiva 1991
REGIONE BASILICATA	245622	TRECCHINA	958
POTENZA	28274	SAN SEVERINO LUCANO	954
MATERA	22896	PESCOPAGANO	951
PISTICCI	6830	BARAGIANO	935
MELFI	6270	ABRIOLA	917
POLICORO	6062	VAGLIO BASILICATA	888
LAURIA	5760	CASTELSARACENO	871
RIONERO IN VULTURE	5607	ANZI	854
LAVELLO	5321	ROCCANOVA	837
VENOSA	4899	BANZI	825
AVIGLIANO	4883	SATRIANO DI LUCANIA	816
BERNALDA	4734	VALSINNI	807
MONTESCAGLIOSO	3915	TERRANOVA DI POLLINO	800
FERRANDINA	3603	SAN CHIRICO NUOVO	789
MONTALBANO JONICO	3549	GRUMENTO NOVA	784
SENISE	3188	RIPACANDIDA	762
SANT ARCANGELO	2794	SPINOSO	728
TRICARICO	2767	MASCHITO	716
LAGONEGRO	2691	MONTEMILONE	701
SCANZANO JONICO	2666	CANCELLARA	694
IRSINA	2550	COLOBRARO	681
NOVA SIRI	2483	ALBANO DI LUCANIA	676
STIGLIANO	2481	SAN GIORGIO LUCANO	667
PICERNO	2447	SAN CHIRICO RAPARO	666
TURSI	2433	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	647
GENZANO DI LUCANIA	2430	PIETRAPERIOSA	636
MURO LUCANO	2424	GORGOGNONE	629
PALAZZO SAN GERVASIO	2378	SANTANGELO LE FRATTE	629
TITTO	2277	ALIANO	618
GRASSANO	2253	RAPONE	613
BELLA	2194	EPISCOPIA	593
MARATEA	2094	MONTEMURRO	584
MARSICO NUOVO	2039	GARAGUSO	542
LATRONICO	2008	RUVO DEL MONTE	542
MOLITERNO	1953	SARCONI	542
POMARICO	1908	NEMOLI	536
PIGNOLA	1900	SAVOIA DI LUCANIA	534
PIETRAGALLA	1888	NOEPOLI	514
VIGGIANELLO	1757	CASTELGRANDE	510
ROTONDA	1737	GALLICCHIO	494
FRANCAVILLA IN SINNI	1722	SAN MARTINO D'AGRI	489
RAPOLLA	1665	SAN COSTANTINO ALBANESE	478
MARSICOVETERE	1646	SASSO DI CASTALDA	470
BRIENZA	1640	CASTELMEZZANO	437
OPPIDO LUCANO	1631	CAMPOMAGGIORE	433
PATERNO	1586	CALCIANO	430
SAN FELE	1574	CASTELLUCCIO SUPERIORE	423
ROTONDELLA	1519	CARBONE	393
TOLVE	1435	CRACO	391
CORLETO PERTICARA	1324	ARMENTO	374
RUOTI	1322	BRINDISI MONTAGNA	367
SALANDRA	1319	OLIVETO LUCANO	362
FILIANO	1318	CERSOSIMO	355
RIVELLO	1274	TEANA	344
VIGGIANO	1244	FARDELLA	338
ATELLA	1241	GUARDIA PERTICARA	333
GROTTOLE	1226	TRIVIGNO	320
ACERENZA	1190	GINESTRA	319
TRAMUTOLA	1180	MISSANELLO	288
SAN MAURO FORTE	1177	CALVERA	260
VIETRI DI POTENZA	1155	CIRIGLIANO	189
ACCETTURA	1148	SAN PAOLO ALBANESE	181
FORENZA	1139		
BARILE	1120		
CASTELLUCCIO INFERIORE	1067		
MIGLIONICO	1042		
BALVANO	998		
LAURENZANA	998		
CHIAROMONTE	988		
CALVELLO	977		

COMUNE	tasso di attività 1991 (%)	COMUNE	tasso di attività 1991 (%)
OLIVETO LUCANO	93,54	GRUMENTO NOVA	78,09
BALVANO	92,24	TEANA	78,00
GALLICCHIO	89,82	SAN MAURO FORTE	78,00
ABRIOLA	89,20	ANZI	77,78
GORGOLIONE	88,97	SANT ARCANGELO	77,68
RAPONE	88,46	MISSANELLO	77,63
SAN CHIRICO NUOVO	87,86	ARMENTO	77,59
VIGGIANELLO	87,59	SAN CHIRICO RAPARO	77,44
SAN COSTANTINO ALBANESE	87,55	FARDELLA	77,35
PIETRAPEROSA	87,48	MONTESCAGLIOSO	77,30
SCANZANO JONICO	87,12	BERNALDA	77,25
ROTONDA	86,68	IRSINA	77,13
TERRANOVA DI POLLINO	86,58	COLOBRARO	77,04
CASTELSARACENO	86,32	CORLETO PERTICARA	77,02
FRANCAVILLA IN SINNI	85,50	SALANDRA	77,00
SENISE	85,45	SANT'ANGELO LE FRATTE	76,99
GARAGUSO	85,22	CAMPOMAGGIORE	76,77
POTENZA	84,79	POMARICO	76,20
BANZI	84,79	MIGLIONICO	76,06
SASSO DI CASTALDA	84,53	FERRANDINA	75,88
SAN SEVERINO LUCANO	84,50	BELLA	75,79
LAGONEGRO	84,17	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	75,76
RIONERO IN VULTURE	84,16	PATERNO	75,74
LAURIA	83,55	MARATEA	75,68
CANCELLARA	83,41	ACERENZA	75,56
CASTELMEZZANO	83,08	SAN FELE	75,42
POLICORO	83,01	GENZANO DI LUCANIA	75,37
MATERA	82,76	MOLITERNO	75,32
VALSINNI	82,68	TOLVE	75,29
PICERNO	82,56	TRIVIGNO	74,77
NOVA SIRI	82,49	VAGLIO BASILICATA	74,68
CALCIANO	82,38	SPINOSO	74,44
TURSI	82,14	MURO LUCANO	74,02
MARSICOVETERE	81,57	TRECCHINA	73,98
ACCETTURA	81,36	RAPOLLA	73,77
CASTELLUCCIO INFERIORE	81,33	NOEPOLI	73,53
CHIAROMONTE	81,32	GRASSANO	73,27
ALBANO DI LUCANIA	81,15	PISTICCI	73,24
ROCCANOVA	81,10	LAURENZANA	72,74
VENOSA	81,06	CASTELLUCCIO SUPERIORE	72,56
AVIGLIANO	81,02	SAN GIORGIO LUCANO	72,26
PIGNOLA	80,61	STIGLIANO	72,23
MONTALBANO JONICO	80,59	RUVO DEL MONTE	72,17
SAVOIA DI LUCANIA	80,54	MARSICO NUOVO	71,97
ALIANO	80,47	CASTELGRANDE	71,93
GINESTRA	80,35	VIETRI DI POTENZA	71,30
CALVELLO	80,35	LATRONICO	70,95
OPPIDO LUCANO	80,23	RIPACANDIDA	70,49
PIETRAGALLA	80,17	TRAMUTOLA	70,15
TITO	80,12	ATELLA	69,99
ROTONDELLA	80,12	MONTEMURRO	69,28
SARCONI	80,06	RUOTI	69,21
CERSOSIMO	79,95	MASCHITO	69,11
GROTTOLE	79,92	EPISCOPIA	68,32
LAVELLO	79,62	CARBONE	67,76
REGIONE BASILICATA	79,50	SATRIANO DI LUCANIA	67,33
RIVELLO	79,13	BARAGIANO	66,64
SAN MARTINO D'AGRI	79,13	CIRIGLIANO	66,55
GUARDIA PERTICARA	79,10	BARILE	66,27
FORENZA	78,93	NEMOLI	64,81
BRIENZA	78,85	MONTMILONE	63,32
CALVERA	78,79	SAN PAOLO ALBANESE	61,77
BRINDISI MONTAGNA	78,76		
FILIANO	78,69		
VIGGIANO	78,54		
PESCOPAGANO	78,53		
CRACO	78,51		
PALAZZO SAN GERVASIO	78,48		
TRICARICO	78,39		
MELFI	78,37		

COMUNE	Tasso disoccupazione 1991 (%)	COMUNE	Tasso disoccupazione 1991 (%)
RIPACANDIDA	0,26	FERRANDINA	11,55
SAN SEVERINO LUCANO	2,83	TRIVIGNO	11,56
VAGLIO BASILICATA	3,60	GARAGUSO	11,62
POTENZA	4,70	POMARICO	11,69
SANT'ANGELO LE FRATTE	4,93	SASSO DI CASTALDA	11,70
LAGONEGRO	5,02	BRINDISI MONTAGNA	11,72
BELLA	5,42	VALSINNI	11,77
TITO	5,84	RAPONE	12,07
AVIGLIANO	6,00	RIVELLO	12,09
MATERA	6,25	GRUMENTO NOVA	12,12
MONTEMILONE	6,28	SCANZANO JONICO	12,45
BARAGIANO	6,52	SARCONI	12,55
PIGNOLA	6,53	SALANDRA	12,74
TRICARICO	6,58	SAN MAURO FORTE	12,74
TRAMUTOLA	6,69	VENOSA	12,86
ABRIOLA	6,76	CARBONE	12,98
COLOBRARO	7,05	GENZANO DI LUCANIA	13,13
SATRIANO DI LUCANIA	7,23	EPISCOPIA	13,32
MURO LUCANO	7,30	STIGLIANO	13,34
ROTONDELLA	7,31	ANZI	13,58
LAURIA	7,48	CRACO	13,81
SAN MARTINO D'AGRI	7,57	SENISE	13,86
FILIANO	7,59	VIGGIANO	14,07
GRASSANO	7,63	MONTESCAGLIOSO	14,10
CASTELGRANDE	7,65	PATERNO	14,44
NEMOLI	7,65	MARSICO NUOVO	14,62
SAN CHIRICO RAPARO	7,81	OPPIDO LUCANO	14,65
PICERNO	7,97	CASTELLUCCIO SUPERIORE	14,89
PIETRAGALLA	8,05	CORLETO PERTICARA	15,48
ACERENZA	8,15	MONTEMURRO	15,58
SAVOIA DI LUCANIA	8,24	SAN PAOLO ALBANESE	16,02
RUOTI	8,25	GALLICCHIO	16,19
RUVO DEL MONTE	8,30	LAVELLO	16,73
CASTELSARACENO	8,38	CALCIANO	16,98
PESCOPAGANO	8,41	CALVELLO	17,30
BALVANO	8,52	ALIANO	18,28
MELFI	8,56	RAPOLLA	18,80
LATRONICO	8,57	GUARDIA PERTICARA	19,52
LAURENZANA	8,72	CHIAROMONTE	19,94
IRSINA	8,75	VIGGIANELLO	20,66
RIONERO IN VULTURE	8,90	NOEPOLI	21,01
MIGLIONICO	9,02	CANCELLARA	21,04
PALAZZO SAN GERVASIO	9,04	PIETRAPERIOSA	21,07
SAN FELE	9,09	FRANCAVILLA IN SINNI	21,08
ATELLA	9,11	TEANA	22,38
PISTICCI	9,11	MASCHITO	22,77
SANT'ARCANGELO	9,13	FARDELLA	22,78
TOLVE	9,27	ACCETTURA	23,26
MARSICOVETERE	9,42	FORENZA	23,97
VIETRI DI POTENZA	9,44	CASTELMEZZANO	24,49
CASTELLUCCIO INFERIORE	9,47	CALVERA	25,00
POLICORO	9,55	SAN COSTANTINO ALBANESE	26,57
MARATEA	9,74	MISSANELLO	26,74
NOVA SIRI	9,79	ARMENTO	27,27
TRECCHINA	9,92	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	28,13
GINESTRA	10,03	GORGOGNONE	29,41
SAN GIORGIO LUCANO	10,04	SAN CHIRICO NUOVO	29,66
TURSI	10,11	OLIVETO LUCANO	31,49
REGIONE BASILICATA	10,16	CERSOSIMO	33,80
ROTONDA	10,31	BANZI	36,24
CAMPOMAGGIORE	10,62	TERRANOVA DI POLLINO	39,25
BARILE	10,63	CIRIGLIANO	42,33
BRIENZA	10,67		
GROTTOLE	10,85		
SPINOSO	10,85		
MOLITERNO	10,91		
MONTALBANO JONICO	11,07		
BERNALDA	11,11		
ROCCANOVA	11,35		
ALBANO DI LUCANIA	11,39		

All'interno del contesto socio-economico della Basilicata, l'occupazione costituisce la grande priorità della politica per lo sviluppo turistico del territorio così come per lo sviluppo economico e sociale dell'intera regione.

Alla luce di ciò, in questa sede, si vuole pertanto porre l'attenzione su un aspetto cruciale del problema occupazione riguardo le imprese turistiche, coprendo così un vuoto conoscitivo di grande rilievo: quello sulla domanda di lavoro (fino ad oggi, infatti, gli unici dati sull'occupazione in generale riguardavano l'offerta di lavoro).

Dopo un lungo periodo (1993-1997) caratterizzato da una forte recessione ed una conseguente riduzione del numero dei posti di lavoro (nel settore dei servizi la perdita è stata di 5 mila unità, pari ad un $-5,1\%$), l'orientamento delle imprese che gravitano all'interno del comparto turistico (alberghi, ristoranti, trasporti, commercio) è finalmente quello di una certa disponibilità all'inserimento di nuovo personale (sia come dipendenti, sia nelle diverse forme di lavoro autonomo), assolutamente in linea con la tendenza positiva delle imprese lucane (come risulta dalla tabella seguente, ben il 40% delle imprese è orientata all'inserimento di nuovo personale all'interno della struttura aziendale).

Tab. 1-Occupati al 31.12.1997 delle imprese attive al 31.12.1997 con almeno un dipendente e movimenti previsti nel biennio 1998-1999 (valori assoluti e valori %)

	OCCUPATI al 31.12.1997		MOVIMENTI PREVISTI (1998-1999)						OCCUPATI al 31.12.1999	
			ENTRATE		USCITE		SALDO			
	Totale	Dipendenti	Totale	Dipendenti	Totale	Dipendenti	Totale	Dipendenti	Totale	Dipendenti
TOTALE GENERALE	68.788	58.734	7.002	6.910	3.472	3.360	3.530	3.550	72.318	62.284
Alberghi, villaggi Turistici, ristoranti, bar e mense	2.242	1.563	295	292	95	92	200	200	2.442	1.763
Trasporti, agenzie di viaggio, poste e tlc	3.647	3.212	217	217	90	90	127	127	3.774	3.339
Commercio	8.755	6.112	699	661	394	355	305	306	9.060	6.418
TOTALE GENERALE	100,0	100,0	10,2	11,8	5,0	5,7	5,1	6,0	105,1	106,0
Alberghi, villaggi turistici, ristoranti, bar e mense	100,0	100,0	13,2	18,7	4,2	5,9	8,9	12,8	109	113
Trasporti, agenzie di viaggio, poste e tlc	100,0	100,0	6,0	6,8	2,5	2,8	3,5	4,0	103,5	104,0
Commercio	100,0	100,0	8,0	10,8	4,5	5,8	3,5	5,0	103,5	105,0

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Tab. 2-Entrate previste nel biennio 1998-1999 e totale imprese al 31.12.1997

settore	imprese con entrate (a)	totale imprese (b)	quota % su totale (a)/(b)
Alberghi e ristoranti	154	441	34,9
Trasporti	133	327	40,7
Commercio	708	1.781	39,8
Totale servizi	1.372	3.727	36,8
Totale delle imprese	3.066	7.661	40,0

Fonte: Sistema informativo Excelsior

I dati riportati nelle precedenti tabelle sono sicuramente dati incoraggianti che tuttavia possono apparire in contraddizione, almeno a prima vista, con la situazione di carenza di lavoro esistente in Basilicata.

Va tenuto conto a tale proposito che nella regione, come nel resto d'Italia, permane comunque lo squilibrio quantitativo tra domanda ed offerta di lavoro, al quale si aggiunge un secondo aspetto non meno importante, quello dello squilibrio qualitativo per cui le imprese di ogni settore di attività (comprese le attività turistiche) incontrano significative difficoltà nel reperire personale con le caratteristiche richieste.

In altre parole, passando dalla effettiva volontà di assumere all'azione concreta, molte imprese risultano meno solerti, sia in considerazione dei costi fissi aggiuntivi, sia perché molto spesso non si riescono a trovare sul mercato le figure professionali richieste.

Pertanto, a fronte di questa situazione, ci sembra più appropriato il termine "entrate" piuttosto che il termine assunzione, proprio a sottolineare che le previsioni occupazionali delle imprese che svolgono la propria attività nel comparto turistico prendono in considerazione non solo figure da inquadrare come dipendenti, ma anche e soprattutto collaboratori esterni e figure cosiddette atipiche (ad esempio, chi svolge attività per periodi limitati, non prestabiliti e/o continuativi, ecc.) (tab. 3). Per quanto riguarda la natura cosiddetta atipica di queste figure, va rilevato che, in generale, la scelta delle imprese turistiche è dettata dalla necessità di limitare gli alti costi fissi che un'assunzione a tempo determinato comporta, anche in considerazione della natura specificatamente stagionale del turismo lucano, limitato a pochissime settimane all'anno, che non giustificherebbe e né tanto meno consentirebbe di ammortizzare quei costi.

Tab. 3-Assunzioni previste per tipo di contratto (valori %sul totale delle entrate previste di dipendenti)

	tempo indeterminato	tempo determinato	formazione e lavoro	apprendistato	altri contratti	part-time
Alberghi/ristoranti	35,6	31,2	25,1	-	7,1	14,6
Trasporti	49,3	25,3	19,4	-	6,0	8,8
Commercio	30,0	11,2	39,8	1,6	12,0	2,3

Fonte: Sistema informativo Excelsior

In altre parole, la dimensione e il tipo di gestione della maggior parte delle imprese turistiche, piccole aziende a gestione familiare con pochi addetti (in media 2 addetti per unità locale), così come il carattere stagionale dell'attività turistica, seguiti da un atteggiamento generalmente passivo dei titolari nei confronti della formazione professionale del personale, determinano il carattere di scarsa imprenditorialità del turismo in Basilicata.

Dal punto di vista della tipologia di personale richiesto dalle imprese turistiche si nota, infatti, un marcato orientamento verso figure di profilo medio e medio-basso, cui affidare per lo più compiti tecnico-produttivi.

Tab. 4-Entrate previste nel biennio 1998-1999 per titolo di studio

	Licenza media	Formazione professionale	Qualifica professionale	Diploma superiore	Diploma universitario	Laurea	Indice di fabbisogno formativo*
Totale generale	4.197	624	721	1.200	123	137	64,6
Totale servizi	842	137	243	652	79	90	107,2
Alberghi/Ristoranti	145	7	88	54	-	1	69,8
Trasporti	140	14	14	48	1	-	58,5
Commercio	385	59	27	184	1	43	83,8

*l'indice è calcolato nel seguente modo:

quota % licenza media +2 moltiplicato quota % istruzione professionale (formazione +qualifica) + 3 moltiplicato quota % diplomati + 4 moltiplicato quota % laureati (compresi diplomi universitari).

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Il mancato orientamento delle imprese verso lavoratori in possesso della licenza media inferiore, la scarsa attenzione all'istruzione professionale (intesa sia come formazione professionale più breve, 2 anni, sia come vera qualifica professionale, 3 anni) e il totale disinteresse per un livello alto di istruzione (diploma universitario e laurea), sono perfettamente in linea con il fabbisogno professionale del sistema produttivo generale della regione, ma certamente in contrasto con il crescente fabbisogno formativo che permetterebbe di rilanciare il turismo da un punto di vista sia quantitativo che qualitativo (tab. 4).

Ne deriva, pertanto, che nelle imprese turistiche il profilo professionale è quasi esclusivamente basato sull'esperienza e sulla pratica di compiti manuali a basso contenuto innovativo: da qui la necessità di sostenere le imprese nel compito non facile di qualificazione e di formazione del personale, partendo dalla formazione dei titolari delle attività turistiche nella loro veste non solo di imprenditori e datori di lavoro, ma anche di figure dirigenziali dell'impresa..

A tale proposito va sottolineato, ancora una volta, che le imprese turistiche sono quasi esclusivamente "piccole imprese" (con l'eccezione di qualche villaggio turistico), e che pertanto in un quadro simile (dove anche l'elevato costo fisso che comporta l'assunzione di un quadro o di un dirigente porta forse a sottostimare l'effettivo bisogno di tale figure) è molto raro trovarvi figure dirigenziali dal momento che tale ruolo viene svolto direttamente dai titolari o dai loro familiari, o tutt'al più da impiegati, che in considerazione dell'esperienza acquisita all'interno dell'azienda, svolgono di fatto un ruolo direttivo senza essere inquadrati come tali (tab. 5 e 6).

Tab. 5-Entrate previste nel biennio 1998-1999 per grandi gruppi professionali

	dirigenti	professioni ad elevata specializzazione	professioni intermedie	professioni esecutive di amministrazione e gestione	professioni di vendita e dei servizi	operai specializzati	operai	personale non qualificato	totale
TOTALE GENERALE	6	151	679	474	759	2.666	1.189	1.078	7.002
TOTALE SERVIZI	6	92	330	310	666	256	194	189	2.043
Alberghi e ristoranti	-	1	3	18	248	0	0	25	295
Trasporti	-	1	31	16	1	1	147	20	217
Commercio	-	46	47	136	187	206	27	50	699

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Tab. 6-Entrate previste nel biennio 1998-1999 per grandi gruppi professionali (valori %)*

	dirigenti	professioni ad elevata specializzazione	professioni intermedie	professioni esecutive di amministrazione e gestione	professioni di vendita e dei servizi	operai specializzati	operai	personale non qualificato	totale
TOTALE GENERALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TOTALE SERVIZI	100,0	60,9	48,6	65,4	87,7	9,6	16,3	17,5	29,2
Alberghi e ristoranti	-	0,7	0,4	3,8	32,7	0,0	0,0	2,3	4,2
Trasporti	-	0,7	4,6	3,4	0,1	0,0	12,4	1,9	3,1
Commercio	-	30,5	6,9	28,7	24,6	7,7	2,3	4,6	10,0

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Con riferimento alle entrate previste secondo il livello di istruzione e il titolo di studio si possono segnalare interessanti aspetti che caratterizzano l'attuale mercato del lavoro nel settore turistico (tab. 7):

- a) le imprese turistiche non richiedono alcuna figura professionale che preveda un livello di istruzione alto (diploma universitario e laurea);
- b) la maggior parte delle entrate per le quali è richiesto un diploma superiore con indirizzo turistico-alberghiero (82,9%) vengono inserite in aree tecnico-

produttive, mentre solo il 14,5% viene inserito in un settore amministrativo-commerciale ed appena il 2,6% in ambito organizzativo-direzionale;

- c) la conoscenza delle lingue straniere e dell'informatica non sembrano costituire requisiti particolarmente determinanti per le figure in entrata: solamente il 60,5% delle entrate con un diploma superiore con indirizzo turistico-alberghiero richiede una conoscenza delle lingue straniere (in particolare per il 42,1% buona e solo per l'1,3% approfondita) e il 35,5% anche una buona conoscenza informatica (tab.8).

Tab. 7-Entrate previste per livello di istruzione e titolo di studio: consistenza e principali caratteristiche

	entrate 1998-1999 v.a.	di cui (valori %)					
		in imprese <50 addetti	necessità di formazione	macro-area di inserimento*			Senza esperienza
				A	B	C	
TOTALE GENERALE	7.002	89,8	25,1	2,2	8,4	89,4	42,2
Formazione professionale con indirizzo turistico-alberghiero	15	93,3	-	-	-	100,0	60,0
Qualifica professionale con indirizzo turistico-alberghiero	93	98,9	15,1	-	-	100,0	26,9
Diploma superiore con indirizzo turistico-alberghiero	76	97,4	21,1	2,6	14,5	82,9	51,3

A= Organizzazione-direzionale; B=Amministrativa-commerciale; C= Tecnico-produttiva

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Tab. 8-Entrate previste per livello di istruzione e titolo di studio: conoscenza richiesta delle lingue straniere e dell'informatica

	entrate 1998-1999 v.a.	di cui (valori %)					
		conoscenza lingue			conoscenza informatica		
	richiesta	di cui		richiesta	di cui		
		buona	approfondita		buona	approfondita	
TOTALE GENERALE	7.002	12,4	6,3	1,1	26,0	15,2	2,2
Formazione professionale con indirizzo turistico-alberghiero	15	-	-	-	-	-	-
Qualifica professionale con indirizzo turistico-alberghiero	93	-	-	-	-	-	-
Diploma superiore con indirizzo turistico-alberghiero	76	60,5	42,1	1,3	38,2	35,5	-

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Tra gli elementi che generalmente vengono presi in considerazione dalle imprese che intendono inserire nuovo personale vi sono l'età della persona e l'esperienza già maturata in ambito lavorativo, due requisiti strettamente legati fra loro, considerato che generalmente il livello d'esperienza cresce con l'età anagrafica. In altre parole le imprese lucane si orientano verso persone già in possesso di esperienza lavorativa seppure non necessariamente specifica e nello stesso settore di attività (quasi 6 entrate su 10). Tuttavia, nel turismo, le imprese alberghiere e di ristorazione non sembrano per il momento allinearsi a tale tendenza generale in modo incisivo, preferendo orientarsi verso l'assunzione di figure senza esperienza, a differenza dei trasporti dove, invece, il 79,3% della domanda si rivolge a personale con esperienza (tab. 9).

Tab. 9-Età ed esperienza lavorativa (valori % sul totale delle entrate previste)

	ETA' (anni)				ESPERIENZA	
	fino a 25	26-35	oltre 35	non rilevante	richiesta	Non richiesta
TOTALE GENERALE	36,1	34,7	6,2	23,0	57,8	42,2
TOTALE SERVIZI	36,1	35,3	3,6	25,0	55,3	44,7
Alberghi e ristoranti	45,1	27,1	1,0	26,8	48,8	51,2
Trasporti	14,3	42,9	8,3	34,6	79,3	20,7
Commercio	42,5	30,2	1,3	26,0	51,8	48,2

Fonte: Sistema informativo Excelsior

Dai dati riportati nella tabella, risulta che, almeno per il momento, l'attività alberghiera, così come l'attività di ristorazione, non sembrano attribuire alcuna importanza al fattore "esperienza" nella fase di ricerca di nuovo personale (forse anche per l'oggettiva difficoltà di reperire personale con specifiche caratteristiche, oltre che per le caratteristiche dell'attività), così come non sembrano interessate ad una qualche forma di investimento nella formazione di nuovo e vecchio personale che comporterebbe costi aggiuntivi rilevanti, che un'impresa di piccole dimensioni a gestione familiare con un'attività stagionale non è in grado di sostenere.

Alla luce dei dati riportati nelle precedenti pagine, ci sembra importante sottolineare la necessità di supportare la domanda di lavoro delle imprese turistiche (che nel biennio 1998-1999 risulta finalmente in lieve crescita rispetto agli anni passati) con una maggiore attenzione all'istruzione professionale (intesa sia come formazione scolastica, che come formazione sul "campo"), per rilanciare l'occupazione, e con essa lo sviluppo turistico del territorio, così come lo sviluppo economico e sociale dell'intera regione.

* * *

Da questa prima lettura dei dati, la regione Basilicata si caratterizza quindi come un territorio che, pur soffrendo in un confronto nazionale di problematiche occupazionali e di carenza di imprenditorialità, evidenzia delle potenzialità proprio nel settore turistico che, oltre a risultare in crescita tendenziale laddove sono presenti risorse di eccellenza o dove l'organizzazione turistica ha già superato lo stadio dell'improvvisazione, presenta una popolazione di forza-lavoro attivabile nel settore, che vede proprio dove è presente il turismo una popolazione più giovane ed un indice di dipendenza inferiore.

1.2 LA RICETTIVITÀ

In questo primo capitolo appare opportuno limitare l'analisi sulle dotazioni di offerta ricettiva al confronto sulle numerosità comunali e regionale, mentre un'attenzione maggiore sarà dedicata alla tipologia delle strutture in fase di comparazione per potenzialità di prodotto nel capitolo che segue.

Esistono in Basilicata poco più di 500 strutture ricettive, vale a dire circa 5 strutture ogni 100 km² mentre in Calabria si arriva a 6 esercizi ed in Puglia addirittura tale rapporto raddoppia (10 strutture ogni 100 km²).

Solo nel comune di Scanzano Ionico il rapporto supera la media regionale con addirittura 17 imprese ricettive per ogni 100 km², quasi totalmente agriturismi.

Dei 131 comuni, 38 (il 29% del totale) non presentano strutture per la ricettività turistica.

Tra coloro che offrono ospitalità, 26 comuni (19,8%) hanno una sola impresa di soggiorno, altri 27 ne hanno 2 o 3 (20,6%), 18 comuni presentano da 4 a 5 strutture (13,7%), 10 comuni da 6 a 9 (7,6%) e solo 12 comuni presentano una numerosità di strutture ricettive che supera le 10 imprese (9,2%).

La ricettività di tipo alberghiero si esplica nei comuni di Maratea, Potenza, Viggianello e Matera, che da soli costituiscono circa un quarto della consistenza alberghiera regionale.

Bernalda e Nova Siri sono, invece, al “top” dell’offerta di campeggi ospitandone un terzo del totale in Basilicata, mentre i comuni di Scanzano Jonico, Rionero in Vulture, Policoro, Pisticci e Bernalda offrono oltre il 60% degli agriturismi, in particolare il comune di Scanzano Jonico, che ne detiene il 35%.

La tipologia extralberghiera degli ostelli e dei rifugi è significativa invece solo nel comune di Viggianello, che presenta così un’offerta particolarmente variegata.

* * *

Dal punto di vista della dotazione regionale di offerta ricettiva si notano, ad una prima lettura quantitativa, alcune caratteristiche contrastanti: se da un lato si conferma la prevalenza di dotazione nelle località notoriamente turistiche, occorre però considerare come altre realtà definibili emergenti si caratterizzano per una dotazione legata in alcuni casi alla tipologia extralberghiera adatta ai prodotti naturalistici o rurali, in altri all’estrema varietà all’interno delle tipologie delle strutture presenti nei comuni.

Infatti, gran parte dei comuni (48, cioè il 51,6% dei comuni che offrono ricettività) si caratterizzano per un’offerta composta di alberghi, campeggi, agriturismi, rifugi ed ostelli, mostrando così da un lato una carenza di vocazione specifica dell’organizzazione turistica, ma forse proprio per questo una versatilità adattabile ad una varietà di prodotti. Questo aspetto sarà poi oggetto del secondo capitolo.

COMUNE	n. alberghi	quota % sul tot
MARATEA	18	8,8
POTENZA	11	5,4
VIGGIANELLO	10	4,9
MATERA	8	3,9
RIONERO IN VULTURE	7	3,4
LATRONICO	5	2,4
LAVELLO	5	2,4
POLICORO	5	2,4
SAN SEVERINO LUCANO	5	2,4
VIGGIANO	5	2,4
BERNALDA	4	2,0
GRUMENTO NOVA	4	2,0
LAGONEGRO	4	2,0
LAURIA	4	2,0
RIVELLO	4	2,0
SCANZANO JONICO	4	2,0
TRECCHINA	4	2,0
ABRIOLA	3	1,5
ACCETTURA	3	1,5
CASTELLUCCIO INFERIORE	3	1,5
CORLETO PERTICARA	3	1,5
FERRANDINA	3	1,5
IRSINA	3	1,5
MARSICOVETERE	3	1,5
MELFI	3	1,5
MOLITERNO	3	1,5
NOVA SIRI	3	1,5
PISTICCI	3	1,5
TERRANOVA DI POLLINO	3	1,5
TITO	3	1,5
VENOSA	3	1,5
ACERENZA	2	1,0
BALVANO	2	1,0
BRIENZA	2	1,0
FRANCAVILLA IN SINNI	2	1,0
MARSICO NUOVO	2	1,0
MURO LUCANO	2	1,0
PATERNO	2	1,0
PIETRAGALLA	2	1,0
ROTONDA	2	1,0
SALANDRA	2	1,0
SANT ARCANGELO	2	1,0
TRICARICO	2	1,0
AVIGLIANO	1	0,5
BARAGIANO	1	0,5
BELLA	1	0,5
BRINDISI MONTAGNA	1	0,5
CALCIANO	1	0,5
CALVELLO	1	0,5
CAMPOMAGGIORE	1	0,5
CASTELLUCCIO SUPERIORE	1	0,5
CASTELMEZZANO	1	0,5
CASTELSARACENO	1	0,5
CERSOSIMO	1	0,5
CHIAROMONTE	1	0,5
FARDELLA	1	0,5
FILIANO	1	0,5
GARAGUSO	1	0,5
GENZANO DI LUCANIA	1	0,5
LAURENZANA	1	0,5
MISSANELLO	1	0,5
MONTEMURRO	1	0,5
NEMOLI	1	0,5
OPPIDO LUCANO	1	0,5
PALAZZO SAN GERVASIO	1	0,5
PESCOPEGANO	1	0,5
PICERNO	1	0,5
PIETRAPERTOSA	1	0,5
PIGNOLA	1	0,5
RAPONE	1	0,5
SAN COSTANTINO ALBANESE	1	0,5
SAN FELE	1	0,5
TEANA	1	0,5
VAGLIO BASILICATA	1	0,5
VIETRI DI POTENZA	1	0,5

COMUNE	n. campeggi	quota % sul tot
BERNALDA	7	21,2
NOVA SIRI	4	12,1
MARATEA	1	3,0
VIGGIANELLO	1	3,0
POLICORO	1	3,0
SAN SEVERINO LUCANO	1	3,0
VIGGIANO	1	3,0
GRUMENTO NOVA	1	3,0
RIVELLO	1	3,0
SCANZANO JONICO	1	3,0
ACCETTURA	1	3,0
IRSINA	1	3,0
ACERENZA	1	3,0
PIETRAGALLA	1	3,0
SALANDRA	1	3,0
CALVELLO	1	3,0
CASTELMEZZANO	1	3,0
MONTEMURRO	1	3,0
PICERNO	1	3,0
CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	1	3,0
RAPOLLA	1	3,0
ROTONDELLA	1	3,0
SAN PAOLO ALBANESE	1	3,0
SPINOSO	1	3,0

COMUNE	n. agriturismi	quota % sul tot
SCANZANO JONICO	82	34,7
RIONERO IN VULTURE	20	8,5
POLICORO	17	7,2
PISTICCI	13	5,5
BERNALDA	12	5,1
ABRIOLA	8	3,4
MONTESCAGLIOSO	6	2,5
RIVELLO	4	1,7
PIGNOLA	4	1,7
NOVA SIRI	3	1,3
MARATEA	3	1,3
ROTONDELLA	3	1,3
FRANCAVILLA IN SINNI	3	1,3
MIGLIONICO	3	1,3
VIGGIANELLO	2	0,8
GRUMENTO NOVA	2	0,8
CALVELLO	2	0,8
MONTEMURRO	2	0,8
PICERNO	2	0,8
LAGONEGRO	2	0,8
LAURIA	2	0,8
TRECCHINA	2	0,8
MARSICOVETERE	2	0,8
MELFI	2	0,8
FILIANO	2	0,8
OPPIDO LUCANO	2	0,8
FORENZA	2	0,8
POMARICO	2	0,8
TRIVIGNO	2	0,8
SAN SEVERINO LUCANO	1	0,4
VIGGIANO	1	0,4
ACCETTURA	1	0,4
IRSINA	1	0,4
ACERENZA	1	0,4
PIETRAGALLA	1	0,4
SALANDRA	1	0,4
CASTELMEZZANO	1	0,4
MATERA	1	0,4
LATRONICO	1	0,4
CASTELLUCCIO INFERIORE	1	0,4
CORLETO PERTICARA	1	0,4
VENOSA	1	0,4
MARSICO NUOVO	1	0,4
ROTONDA	1	0,4
AVIGLIANO	1	0,4
CERSOSIMO	1	0,4
NEMOLI	1	0,4
PIETRAPERTOSA	1	0,4
COLOBRARO	1	0,4
GORGOGNONE	1	0,4
SAN CHIRICO NUOVO	1	0,4
SAN CHIRICO RAPARO	1	0,4
SAN GIORGIO LUCANO	1	0,4
SARCONI	1	0,4

COMUNE	Tot imprese ricettive	quota % sul tot	COMUNE	Tot imprese ricettive	quota % sul tot
SCANZANO JONICO	87	17,2	CHIAROMONTE	1	0,2
RIONERO IN VULTURE	27	5,3	GARAGUSO	1	0,2
POLICORO	23	4,5	GENZANO DI LUCANIA	1	0,2
BERNALDA	23	4,5	LAURENZANA	1	0,2
MARATEA	22	4,3	MISSANELLO	1	0,2
VIGGIANELLO	17	3,4	PALAZZO SAN GERVASIO	1	0,2
PISTICCI	16	3,2	PESCOPAGANO	1	0,2
ABRIOLA	11	2,2	SAN FELE	1	0,2
POTENZA	11	2,2	TEANA	1	0,2
RIVELLO	10	2,0	VAGLIO BASILICATA	1	0,2
NOVA SIRI	10	2,0	VIETRI DI POTENZA	1	0,2
MATERA	10	2,0	CARBONE	1	0,2
SAN SEVERINO LUCANO	9	1,8	SATRIANO DI LUCANIA	1	0,2
VIGGIANO	9	1,8			
MONTECAGLIOSO	7	1,4			
GRUMENTO NOVA	7	1,4			
LAGONEGRO	7	1,4			
LATRONICO	7	1,4			
PIGNOLA	6	1,2			
LAURIA	6	1,2			
TRECCHINA	6	1,2			
MARSICOVETERE	6	1,2			
ROTONDELLA	5	1,0			
FRANCAVILLA IN SINNI	5	1,0			
MELFI	5	1,0			
ACCETTURA	5	1,0			
IRSINA	5	1,0			
ACERENZA	5	1,0			
CORLETO PERTICARA	5	1,0			
ROTONDA	5	1,0			
LAVELLO	5	1,0			
CALVELLO	4	0,8			
MONTEMURRO	4	0,8			
PICERNO	4	0,8			
PIETRAGALLA	4	0,8			
SALANDRA	4	0,8			
CASTELMEZZANO	4	0,8			
CASTELLUCCIO INFERIORE	4	0,8			
VENOSA	4	0,8			
TERRANOVA DI POLLINO	4	0,8			
MIGLIONICO	3	0,6			
FILIANO	3	0,6			
OPPIDO LUCANO	3	0,6			
MARSICO NUOVO	3	0,6			
CERSOSIMO	3	0,6			
SPINOSO	3	0,6			
FERRANDINA	3	0,6			
MOLITERNO	3	0,6			
TITO	3	0,6			
RAPONE	3	0,6			
FORENZA	2	0,4			
POMARICO	2	0,4			
TRIVIGNO	2	0,4			
AVIGLIANO	2	0,4			
NEMOLI	2	0,4			
PIETRAPERIOSA	2	0,4			
SAN PAOLO ALBANESE	2	0,4			
BALVANO	2	0,4			
BRIENZA	2	0,4			
MURO LUCANO	2	0,4			
PATERNO	2	0,4			
SANT ARCANGELO	2	0,4			
TRICARICO	2	0,4			
CAMPOMAGGIORE	2	0,4			
CASTELSARACENO	2	0,4			
FARDELLA	2	0,4			
SAN COSTANTINO ALBANESE	2	0,4			
COLOBRARO	1	0,2			
GORGOLIONE	1	0,2			
SAN CHIRICO NUOVO	1	0,2			
SAN CHIRICO RAPARO	1	0,2			
SAN GIORGIO LUCANO	1	0,2			
SARCONI	1	0,2			
CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	1	0,2			
RAPOLLA	1	0,2			
BARAGIANO	1	0,2			
BELLA	1	0,2			
BRINDISI MONTAGNA	1	0,2			
CALCIANO	1	0,2			
CASTELLUCCIO SUPERIORE	1	0,2			

COMUNE	n. OSTELLI	quota % sul tot	COMUNE	n. RIFUGI	quota % sul tot
VIGGIANELLO	2	16,7	VIGGIANELLO	2	9,1
RIVELLO	1	8,3	ROTONDA	2	9,1
MATERA	1	8,3	RAPONE	2	9,1
SAN SEVERINO LUCANO	1	8,3	SAN SEVERINO LUCANO	1	4,5
VIGGIANO	1	8,3	VIGGIANO	1	4,5
MONTESCAGLIOSO	1	8,3	SPINOSO	1	4,5
ACERENZA	1	8,3	LAGONEGRO	1	4,5
CERSOSIMO	1	8,3	LATRONICO	1	4,5
SPINOSO	1	8,3	PIGNOLA	1	4,5
SAN PAOLO ALBANESE	1	8,3	MARSICOVETERE	1	4,5
CAMPOMAGGIORE	1	8,3	ROTONDELLA	1	4,5
			CORLETO PERTICARA	1	4,5
			CASTELMEZZANO	1	4,5
			TERRANOVA DI POLLINO	1	4,5
			CASTELSARACENO	1	4,5
			FARDELLA	1	4,5
			SAN COSTANTINO ALBANESE	1	4,5
			CARBONE	1	4,5
			SATRIANO DI LUCANIA	1	4,5

1.3 LA DOTAZIONE DI SERVIZI

Al fine di comprendere il livello ospitale del territorio sono state analizzate, come specificato in premessa, alcune variabili di rilevazione sulla presenza di servizi che, pur essendo nati come servizi ai residenti, costituiscono parte integrante della vacanza ed aiutano a comporre nell'immaginario turistico un quadro fatto di sicurezza, di mobilità sul territorio, capacità di rispondere ai bisogni di tipo sanitario, informativo e di utilità. Sono state poi incluse, in questo spaccato, l'offerta dei servizi di ristorazione e di intermediazione delle vacanze in quanto utilizzati in primo luogo dai residenti e consequenzialmente dagli ospiti.

La presenza di stazioni dei carabinieri e dei vigili del fuoco caratterizza solo 15 comuni dei 131 regionali, in due dei quali esiste anche una capitaneria di porto perché comuni marittimi.

Appare evidente una carenza di amministrazione della sicurezza, considerando poi che in 32 comuni non è presente nemmeno una stazione preposta alla difesa della popolazione.

Si tratta di un aspetto non sottovalutabile, considerato anche il fatto che la sicurezza del luogo costituisce una delle motivazioni che spingono alla scelta del luogo di vacanza sia per i turisti italiani sia, ed a maggior ragione, per quelli stranieri, i quali, pur dimostrando di conoscere poco la regione, hanno un immaginario costituito del Mezzogiorno legato alla criminalità.

Di poco migliore il quadro relativo all'offerta di servizi sanitari (farmacie, ASL e strutture ospedaliere), di cui solo 3 comuni appaiono totalmente sprovvisti.

In 111 comuni non c'è alcuna struttura ospedaliera, in 73 non esiste l'azienda sanitaria locale e 7 comuni non presentano neanche la farmacia.

In quasi tutti i comuni (3 esclusi) esiste un ufficio postale, ma peggiore è la situazione relativa alle informazioni specifiche di utilità al turista: in solo 26 comuni vi è un ufficio di informazioni turistiche (sui 93 ricettivi) ed in 28 comuni non esiste neanche la Pro-Loco.

Per quanto concerne i servizi bancari, fondamentali al consumo turistico che non viaggia "in contanti" ma utilizza travel cheques e prepagati, in 67 comuni non c'è uno sportello automatico e in 39 non c'è neanche un istituto bancario.

L'analisi della mobilità sul territorio necessiterebbe di studi appositi in quanto la carenza di collegamenti trasversali alla regione è una problematica che il turismo lucano deve affrontare se intende rendere raggiungibili ai turisti altre aree regionali, che non siano quelle costiere o i capoluoghi provinciali.

Si è, comunque, censito il numero di collegamenti esistenti a livello comunale per il trasporto extraurbano al fine di trovare modalità utilizzabili per la mobilità regionale, che nel rapporto sulla domanda di turismo saranno utilizzate anche per la comprensione dei flussi e della loro organizzazione.

I collegamenti con il capoluogo risultano inesistenti in 19 comuni, gravità confermata dalla caratterizzazione dei due centri lucani come dotati di risorse di eccellenze culturali e dalla capacità di essere punto di snodo della mobilità regionale.

La presenza di linee di trasporto da e verso l'esterno, come la presenza di collegamenti con l'aeroporto (Bari o Napoli), vede scoperti 116 comuni, mentre sono 55 i comuni che non si collegano nemmeno a stazioni ferroviarie.

Eppure il trasporto ferroviario potrebbe essere riorganizzato e potenziato visto che esistono già almeno 38 stazioni.

L'analisi sulla dotazione di servizi per la sicurezza, la sanità, la mobilità, l'utilità e l'informazione all'ospite evidenzia, dunque, grosse carenze che la volontà di riqualificare il territorio in chiave turistica non può non considerare. Il livello di tali carenze sarà in seguito analizzato in relazione alle potenzialità di prodotto turistico.

Spostando l'attenzione sulla dotazione di servizi di intermediazione turistica, si evince immediatamente come sia forte la problematica della mancanza di commercializzazione turistica del territorio.

Da un lato, quindi, l'esistenza di agenzie di viaggio in solo 28 comuni sostiene la necessità di implementare gli investimenti in strutture che operino per la promozione commerciale della regione verso l'esterno, ma rafforzano anche l'idea di una difficoltà del turista nel trovare, una volta in loco, servizi di prenotazione, trasporto, visitazione.

Appare invece favorevole la situazione relativa all'offerta di ristorazione, che risulta diffusa capillarmente e diversificata tra "slow-food" e pizzerie.

COMUNE	n. adv	quota % sul tot
MATERA	9	14,3
POTENZA	9	14,3
RIONERO IN VULTURE	3	4,8
MARSICOVETERE	2	3,2
MELFI	2	3,2
MONTALBANO JONICO	2	3,2
MONTESCAGLIOSO	2	3,2
PISTICCI	2	3,2
POLICORO	2	3,2
TURSI	2	3,2
BERNALDA	1	1,6
CASTELLUCCIO INFERIORE	1	1,6
CORLETO PERTICARA	1	1,6
GRASSANO	1	1,6
GRUMENTO NOVA	1	1,6
IRSINA	1	1,6
LAGONEGRO	1	1,6
LATRONICO	1	1,6
LAURIA	1	1,6
MOLITERNO	1	1,6
PALAZZO SAN GERVASIO	1	1,6
PICERNO	1	1,6
ROTONDA	1	1,6
RUVO DEL MONTE	1	1,6
SANT ARCANGELO	1	1,6
SATRIANO DI LUCANIA	1	1,6
SENISE	1	1,6
VENOSA	1	1,6

COMUNE	servizi bancari	quota % sul tot	COMUNE	servizi bancari	quota % sul tot
POTENZA	25	7,8	MONTEMILONE	1	0,3
MELFI	12	3,8	NOEPOLI	1	0,3
PISTICCI	12	3,8	PIETRAPERIOSA	1	0,3
POLICORO	10	3,1	RAPOLLA	1	0,3
BERNALDA	10	3,1	RIPACANDIDA	1	0,3
LAVELLO	10	3,1	ROCCANOVA	1	0,3
RIONERO IN VULTURE	8	2,5	SAN GIORGIO LUCANO	1	0,3
LAURIA	8	2,5	SANT'ANGELO LE FRATTE	1	0,3
AVIGLIANO	7	2,2	TERRANOVA DI POLLINO	1	0,3
MARSICOVETERE	6	1,9	TOLVE	1	0,3
MONTECAGLIOSO	6	1,9	TRECCHINA	1	0,3
IRSINA	6	1,9	VAGLIO BASILICATA	1	0,3
LAGONEGRO	6	1,9	VALSINNI	1	0,3
VENOSA	6	1,9			
FERRANDINA	6	1,9			
MARATEA	6	1,9			
SCANZANO JONICO	6	1,9			
TRICARICO	6	1,9			
CORLETO PERTICARA	5	1,6			
SENISE	5	1,6			
MURO LUCANO	5	1,6			
TURSI	4	1,3			
GRASSANO	4	1,3			
LATRONICO	4	1,3			
MOLITERNO	4	1,3			
PALAZZO SAN GERVASIO	4	1,3			
PICERNO	4	1,3			
ROTONDA	4	1,3			
SANT'ARCANGELO	4	1,3			
FRANCAVILLA IN SINNI	4	1,3			
NOVA SIRI	4	1,3			
POMARICO	4	1,3			
ROTONDELLA	4	1,3			
TITO	4	1,3			
ACERENZA	3	0,9			
CHIAROMONTE	3	0,9			
GENZANO DI LUCANIA	3	0,9			
PIETRAGALLA	3	0,9			
STIGLIANO	3	0,9			
VIGGIANO	3	0,9			
MONTALBANO JONICO	2	0,6			
SATRIANO DI LUCANIA	2	0,6			
ATELLA	2	0,6			
BANZI	2	0,6			
BARAGIANO	2	0,6			
BARILE	2	0,6			
BRIENZA	2	0,6			
CALVELLO	2	0,6			
CANCELLARA	2	0,6			
COLOBRARO	2	0,6			
EPISCOPIA	2	0,6			
LAURENZANA	2	0,6			
MASCHITO	2	0,6			
MONTEMURRO	2	0,6			
OPPIDO LUCANO	2	0,6			
PATERNÒ	2	0,6			
PESCOPAGANO	2	0,6			
PIGNOLA	2	0,6			
RIVELLO	2	0,6			
SALANDRA	2	0,6			
SAN FELE	2	0,6			
SAN MAURO FORTE	2	0,6			
SAN SEVERINO LUCANO	2	0,6			
TRAMUTOLA	2	0,6			
VIETRI DI POTENZA	2	0,6			
VIGGIANELLO	2	0,6			
CASTELLUCCIO INFERIORE	1	0,3			
RUVÒ DEL MONTE	1	0,3			
ABRIOLA	1	0,3			
ACCETTURA	1	0,3			
ALBANO DI LUCANIA	1	0,3			
ALIANO	1	0,3			
ANZI	1	0,3			
BALVANO	1	0,3			
BELLA	1	0,3			
CASTELGRANDE	1	0,3			
FORENZA	1	0,3			
GORGOGNONE	1	0,3			
GROTTOLE	1	0,3			
MARSICO NUOVO	1	0,3			

COMUNE	SERVIZI DI UTILITA' E INFORMATIVI	quota % sul tot	COMUNE	SERVIZI DI UTILITA' E INFORMATIVI	quota % sul tot
MELFI	3	1,2	VAGLIO BASILICATA	2	0,8
POLICORO	3	1,2	VALSINNI	2	0,8
BERNALDA	3	1,2	GRUMENTO NOVA	2	0,8
RIONERO IN VULTURE	3	1,2	BRINDISI MONTAGNA	2	0,8
MONTESCAGLIOSO	3	1,2	CALCIANO	2	0,8
IRSINA	3	1,2	CAMPOMAGGIORE	2	0,8
SCANZANO JONICO	3	1,2	CASTELLUCCIO SUPERIORE	2	0,8
TURSI	3	1,2	CERSOSIMO	2	0,8
LATRONICO	3	1,2	CIRIGLIANO	2	0,8
ROTONDA	3	1,2	CRACO	2	0,8
ACERENZA	3	1,2	FARDELLA	2	0,8
CHIAROMONTE	3	1,2	GALLICCHIO	2	0,8
SATRIANO DI LUCANIA	3	1,2	GARAGUSO	2	0,8
EPISCOPIA	3	1,2	GINESTRA	2	0,8
RIVELLO	3	1,2	MIGLIONICO	2	0,8
SAN SEVERINO LUCANO	3	1,2	MISSANELLO	2	0,8
VIETRI DI POTENZA	3	1,2	NEMOLI	2	0,8
VIGGIANELLO	3	1,2	RAPONE	2	0,8
SAN GIORGIO LUCANO	3	1,2	RUOTI	2	0,8
TERRANOVA DI POLLINO	3	1,2	SAN CHIRICO RAPARO	2	0,8
MATERA	3	1,2	SAN PAOLO ALBANESE	2	0,8
POTENZA	2	0,8	SARCONI	2	0,8
PISTICCI	2	0,8	SASSO DI CASTALDA	2	0,8
LAVELLO	2	0,8	SAVOIA DI LUCANIA	2	0,8
LAURIA	2	0,8	SPINOSO	2	0,8
AVIGLIANO	2	0,8	TEANA	2	0,8
MARSICOVETERE	2	0,8	TRIVIGNO	2	0,8
LAGONEGRO	2	0,8	GRASSANO	1	0,4
VENOSA	2	0,8	MOLITERNO	1	0,4
FERRANDINA	2	0,8	ROTONDELLA	1	0,4
MARATEA	2	0,8	PIETRAGALLA	1	0,4
TRICARICO	2	0,8	MASCHITO	1	0,4
CORLETO PERTICARA	2	0,8	OPPIDO LUCANO	1	0,4
SENISE	2	0,8	PESCOPAGANO	1	0,4
MURO LUCANO	2	0,8	SAN FELE	1	0,4
PALAZZO SAN GERVASIO	2	0,8	SAN MAURO FORTE	1	0,4
PICERNO	2	0,8	ALBANO DI LUCANIA	1	0,4
SANT'ARCANGELO	2	0,8	BELLA	1	0,4
FRANCAVILLA IN SINNI	2	0,8	ARMENTO	1	0,4
NOVA SIRI	2	0,8	CALVERA	1	0,4
POMARICO	2	0,8	CARBONE	1	0,4
TITO	2	0,8	CASTELMEZZANO	1	0,4
GENZANO DI LUCANIA	2	0,8	CASTELSARACENO	1	0,4
STIGLIANO	2	0,8	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	1	0,4
VIGGIANO	2	0,8	FILIANO	1	0,4
MONTALBANO JONICO	2	0,8	GUARDIA PERTICARA	1	0,4
ATELLA	2	0,8	OLIVETO LUCANO	1	0,4
BANZI	2	0,8	SAN CHIRICO NUOVO	1	0,4
BARAGIANO	2	0,8	SAN MARTINO D'AGRI	1	0,4
BARILE	2	0,8			
BRIENZA	2	0,8			
CALVELLO	2	0,8			
CANCELLARA	2	0,8			
COLOBRARO	2	0,8			
LAURENZANA	2	0,8			
MONTEMURRO	2	0,8			
PATERNO	2	0,8			
PIGNOLA	2	0,8			
SALANDRA	2	0,8			
TRAMUTOLA	2	0,8			
CASTELLUCCIO INFERIORE	2	0,8			
RUVO DEL MONTE	2	0,8			
ABRIOLA	2	0,8			
ACCETTURA	2	0,8			
ALIANO	2	0,8			
ANZI	2	0,8			
BALVANO	2	0,8			
CASTELGRANDE	2	0,8			
FORENZA	2	0,8			
GORGOLIONE	2	0,8			
GROTTOLE	2	0,8			
MARSICO NUOVO	2	0,8			
MONTEMILONE	2	0,8			
NOEPOLI	2	0,8			
PIETRAPERIOSA	2	0,8			
RAPOLLA	2	0,8			
RIPACANDIDA	2	0,8			
ROCCANOVA	2	0,8			
SANT'ANGELO LE FRATTE	2	0,8			
TRECCHINA	2	0,8			

COMUNE	SERVIZI SANITA'	quota % sul tot	COMUNE	SERVIZI SANITA'	quota % sul tot
POTENZA	3	1,5	MASCHITO	1	0,5
PISTICCI	3	1,5	MONTEMURRO	1	0,5
POLICORO	3	1,5	OPPIDO LUCANO	1	0,5
RIONERO IN VULTURE	3	1,5	PATERNO	1	0,5
MARSICOVETERE	3	1,5	PESCOPAGANO	1	0,5
LAGONEGRO	3	1,5	PIGNOLA	1	0,5
VENOSA	3	1,5	SAN SEVERINO LUCANO	1	0,5
TRICARICO	3	1,5	TRAMUTOLA	1	0,5
VALSINNI	3	1,5	VIETRI DI POTENZA	1	0,5
MATERA	3	1,5	RUVO DEL MONTE	1	0,5
MELFI	2	1,0	ACCETTURA	1	0,5
BERNALDA	2	1,0	ALIANO	1	0,5
LAVELLO	2	1,0	ANZI	1	0,5
LAURIA	2	1,0	BALVANO	1	0,5
MONTESCAGLIOSO	2	1,0	CASTELGRANDE	1	0,5
IRSINA	2	1,0	GORGOGNONE	1	0,5
FERRANDINA	2	1,0	MARSICO NUOVO	1	0,5
MARATEA	2	1,0	MONTEMILONE	1	0,5
CORLETO PERTICARA	2	1,0	RAPOLLA	1	0,5
SENISE	2	1,0	RIPACANDIDA	1	0,5
MURO LUCANO	2	1,0	ROCCANOVA	1	0,5
TURSI	2	1,0	SAN GIORGIO LUCANO	1	0,5
GRASSANO	2	1,0	SANT'ANGELO LE FRATTE	1	0,5
ROTONDA	2	1,0	TERRANOVA DI POLLINO	1	0,5
SANT'ARCANGELO	2	1,0	TRECCHINA	1	0,5
FRANCAVILLA IN SINNI	2	1,0	VAGLIO BASILICATA	1	0,5
NOVA SIRI	2	1,0	GRUMENTO NOVA	1	0,5
POMARICO	2	1,0	CALVERA	1	0,5
ROTONDELLA	2	1,0	CASTELLUCCIO SUPERIORE	1	0,5
ACERENZA	2	1,0	CASTELSARACENO	1	0,5
CHIAROMONTE	2	1,0	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	1	0,5
GENZANO DI LUCANIA	2	1,0	CERSOSIMO	1	0,5
PIETRAGALLA	2	1,0	CIRIGLIANO	1	0,5
STIGLIANO	2	1,0	CRACO	1	0,5
MONTALBANO JONICO	2	1,0	FADELLE	1	0,5
BANZI	2	1,0	FILIANO	1	0,5
EPISCOPIA	2	1,0	GALLICCHIO	1	0,5
LAURENZANA	2	1,0	GUARDIA PERTICARA	1	0,5
RIVELLO	2	1,0	NEMOLI	1	0,5
SALANDRA	2	1,0	OLIVETO LUCANO	1	0,5
SAN FELE	2	1,0	RAPONE	1	0,5
SAN MAURO FORTE	2	1,0	RUOTI	1	0,5
VIGGIANELLO	2	1,0	SAN MARTINO D'AGRI	1	0,5
CASTELLUCCIO INFERIORE	2	1,0	SAN PAOLO ALBANESE	1	0,5
ABRIOLA	2	1,0	SARCONI	1	0,5
ALBANO DI LUCANIA	2	1,0	SASSO DI CASTALDA	1	0,5
BELLA	2	1,0	SAVOIA DI LUCANIA	1	0,5
FORENZA	2	1,0	SPINOSO	1	0,5
GROTTOLE	2	1,0			
NOEPOLI	2	1,0			
PIETRAPERIOSA	2	1,0			
ARMENTO	2	1,0			
BRINDISI MONTAGNA	2	1,0			
CALCIANO	2	1,0			
CAMPOMAGGIORE	2	1,0			
CARBONE	2	1,0			
CASTELMEZZANO	2	1,0			
GARAGUSO	2	1,0			
MIGLIONICO	2	1,0			
MISSANELLO	2	1,0			
SAN CHIRICO NUOVO	2	1,0			
SAN CHIRICO RAPARO	2	1,0			
TEANA	2	1,0			
TRIVIGNO	2	1,0			
AVIGLIANO	1	0,5			
SCANZANO JONICO	1	0,5			
LATRONICO	1	0,5			
MOLITERNO	1	0,5			
PALAZZO SAN GERVASIO	1	0,5			
PICERNO	1	0,5			
TITO	1	0,5			
VIGGIANO	1	0,5			
SATRIANO DI LUCANIA	1	0,5			
ATELLA	1	0,5			
BARAGIANO	1	0,5			
BARILE	1	0,5			
BRIENZA	1	0,5			
CALVELLO	1	0,5			
CANCELLARA	1	0,5			
COLOBRARO	1	0,5			

COMUNE	SERVIZI SICUREZZA	quota % sul tot	COMUNE	SERVIZI SICUREZZA	quota % sul tot
POLICORO	3	2,6	PIETRAPEROSA	1	0,9
BERNALDA	3	2,6	RAPOLLA	1	0,9
POTENZA	2	1,7	RIPACANDIDA	1	0,9
MELFI	2	1,7	ROCCANOVA	1	0,9
PISTICCI	2	1,7	SAN GIORGIO LUCANO	1	0,9
RIONERO IN VULTURE	2	1,7	TERRANOVA DI POLLINO	1	0,9
LAURIA	2	1,7	VAGLIO BASILICATA	1	0,9
MARSICOVETERE	2	1,7	GRUMENTO NOVA	1	0,9
FERRANDINA	2	1,7	BRINDISI MONTAGNA	1	0,9
MARATEA	2	1,7	CALCIANO	1	0,9
SENISE	2	1,7	CASTELSARACENO	1	0,9
ROTONDA	2	1,7	CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	1	0,9
VIGGIANO	2	1,7	GALLICCHIO	1	0,9
PESCOPAGANO	2	1,7	GARAGUSO	1	0,9
MATERA	2	1,7	MIGLIONICO	1	0,9
LAVELLO	1	0,9	RUOTI	1	0,9
AVIGLIANO	1	0,9	SAN CHIRICO NUOVO	1	0,9
MONTESCAGLIOSO	1	0,9	SAN CHIRICO RAPARO	1	0,9
IRSINA	1	0,9	TRIVIGNO	1	0,9
LAGONEGRO	1	0,9			
VENOSA	1	0,9			
SCANZANO JONICO	1	0,9			
TRICARICO	1	0,9			
CORLETO PERTICARA	1	0,9			
MURO LUCANO	1	0,9			
TURSI	1	0,9			
GRASSANO	1	0,9			
LATRONICO	1	0,9			
MOLITERNO	1	0,9			
PALAZZO SAN GERVASIO	1	0,9			
PICERNO	1	0,9			
SANT ARCANGELO	1	0,9			
FRANCAVILLA IN SINNI	1	0,9			
NOVA SIRI	1	0,9			
POMARICO	1	0,9			
ROTONDELLA	1	0,9			
TITO	1	0,9			
ACERENZA	1	0,9			
CHIAROMONTE	1	0,9			
GENZANO DI LUCANIA	1	0,9			
PIETRAGALLA	1	0,9			
STIGLIANO	1	0,9			
MONTALBANO JONICO	1	0,9			
SATRIANO DI LUCANIA	1	0,9			
ATELLA	1	0,9			
BANZI	1	0,9			
BARAGIANO	1	0,9			
BARILE	1	0,9			
BRIENZA	1	0,9			
CALVELLO	1	0,9			
CANCELLARA	1	0,9			
COLOBRARO	1	0,9			
LAURENZANA	1	0,9			
MASCHITO	1	0,9			
MONTEMURRO	1	0,9			
OPPIDO LUCANO	1	0,9			
PIGNOLA	1	0,9			
RIVELLO	1	0,9			
SALANDRA	1	0,9			
SAN FELE	1	0,9			
SAN MAURO FORTE	1	0,9			
SAN SEVERINO LUCANO	1	0,9			
TRAMUTOLA	1	0,9			
VIETRI DI POTENZA	1	0,9			
VIGGIANELLO	1	0,9			
CASTELLUCCIO INFERIORE	1	0,9			
RUVO DEL MONTE	1	0,9			
ABRIOLA	1	0,9			
ACCETTURA	1	0,9			
ALBANO DI LUCANIA	1	0,9			
ALIANO	1	0,9			
ANZI	1	0,9			
BALVANO	1	0,9			
BELLA	1	0,9			
FORENZA	1	0,9			
GORGOGNONE	1	0,9			
GROTTOLE	1	0,9			
MARSICO NUOVO	1	0,9			
MONTEMILONE	1	0,9			
NOEPOLI	1	0,9			

COMUNE	Tot imprese ristorazione	quota % sul tot	COMUNE	Tot imprese ristorazione	quota % sul tot
POTENZA	258	11,6	COLOBRARO	9	0,4
MATERA	162	7,3	GARAGUSO	9	0,4
BERNALDA	112	5,0	FORENZA	8	0,4
POLICORO	66	3,0	OLIVETO LUCANO	8	0,4
PISTICCI	64	2,9	VAGLIO BASILICATA	8	0,4
MARATEA	63	2,8	PIETRAPERIOSA	8	0,4
LAURIA	58	2,6	CASTELMEZZANO	8	0,4
SENISE	51	2,3	SANT'ANGELO LE FRATTE	8	0,4
AVIGLIANO	47	2,1	RAPONE	8	0,4
LAVELLO	42	1,9	SAN CHIRICO NUOVO	0	0,0
LAGONEGRO	35	1,6	MONTEMURRO	8	0,4
LATRONICO	31	1,4	CERSOSIMO	8	0,4
SCANZANO JONICO	29	1,3	TEANA	7	0,3
SANT'ARCANGELO	29	1,3	CANCELLARA	7	0,3
TURSI	28	1,3	ANZI	7	0,3
MARSICO NUOVO	26	1,2	SAN MAURO FORTE	7	0,3
NOVA SIRI	26	1,2	CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	7	0,3
PIGNOLA	25	1,1	RAPOLLA	7	0,3
VIGGIANELLO	25	1,1	SAN PAOLO ALBANESE	7	0,3
PICERNO	22	1,0	MISSANELLO	7	0,3
TRECCHINA	22	1,0	SALANDRA	7	0,3
MONTALBANO JONICO	22	1,0	CIRIGLIANO	6	0,3
BELLA	21	0,9	MIGLIONICO	6	0,3
MONTESCAGLIOSO	20	0,9	BALVANO	6	0,3
MARSICOVETERE	19	0,9	SASSO DI CASTALDA	6	0,3
PATERNO	19	0,9	EPISCOPIA	6	0,3
TRICARICO	19	0,9	CASTELGRANDE	6	0,3
ROTONDA	18	0,8	RIPACANDIDA	6	0,3
RIVELLO	18	0,8	CALCIANO	6	0,3
ABRIOLA	18	0,8	RUVO DEL MONTE	6	0,3
POMARICO	18	0,8	ARMENTO	6	0,3
IRSINA	17	0,8	ALIANO	6	0,3
CASTELLUCCIO SUPERIORE	16	0,7	MONTEMILONE	5	0,2
CALVELLO	16	0,7	FARDELLA	5	0,2
SAN SEVERINO LUCANO	16	0,7	ALBANO DI LUCANIA	5	0,2
GENZANO DI LUCANIA	16	0,7	SAN CHIRICO RAPARO	5	0,2
GRASSANO	15	0,7	CAMPOMAGGIORE	4	0,2
SAN FELE	15	0,7	SAVOIA DI LUCANIA	4	0,2
MOLITERNO	15	0,7	MASCHITO	4	0,2
FRANCAVILLA IN SINNI	15	0,7	CARBONE	4	0,2
TERRANOVA DI POLLINO	15	0,7	GUARDIA PERTICARA	4	0,2
STIGLIANO	15	0,7	SPINOSO	4	0,2
ACCETTURA	15	0,7	BANZI	3	0,1
FERRANDINA	15	0,7	SARCONI	3	0,1
VENOSA	14	0,6	CRACO	3	0,1
SAN COSTANTINO ALBANESE	14	0,6	GALLICCHIO	2	0,1
NEMOLI	14	0,6	GINESTRA	2	0,1
RIONERO IN VULTURE	14	0,6	CALVERA	2	0,1
OPPIDO LUCANO	14	0,6			
ACERENZA	14	0,6			
PIETRAGALLA	13	0,6			
GRUMENTO NOVA	13	0,6			
BRIENZA	13	0,6			
CORLETO PERTICARA	13	0,6			
ROTONDELLA	13	0,6			
TITO	12	0,5			
CASTELLUCCIO INFERIORE	12	0,5			
SATRIANO DI LUCANIA	12	0,5			
MURO LUCANO	12	0,5			
VALSINNI	12	0,5			
VIETRI DI POTENZA	11	0,5			
CHIAROMONTE	11	0,5			
TRAMUTOLA	11	0,5			
PALAZZO SAN GERVASIO	11	0,5			
FILIANO	11	0,5			
GORGOGNONE	11	0,5			
ATELLA	11	0,5			
LAURENZANA	10	0,4			
NOEPOLI	10	0,4			
TOLVE	10	0,4			
ROCCANOVA	10	0,4			
PESCOPIAGANO	10	0,4			
SAN MARTINO D'AGRI	10	0,4			
BARILE	9	0,4			
BRINDISI MONTAGNA	9	0,4			
RUOTI	9	0,4			
CASTELSARACENO	9	0,4			
BARAGIANO	9	0,4			
VIGGIANO	9	0,4			
SAN GIORGIO LUCANO	9	0,4			

COMUNE	Tot linee trasporto extraurbano	quota % sul tot	COMUNE	Tot linee trasporto extraurbano	quota % sul tot
SCANZANO JONICO	21	4,9	VIGGIANELLO	2	0,5
BERNALDA	13	3,0	RUVO DEL MONTE	2	0,5
TURSI	11	2,6	ABRIOLA	2	0,5
CORLETO PERTICARA	8	1,9	ACCETTURA	2	0,5
MATERA	8	1,9	BELLA	2	0,5
RUOTI	8	1,9	RAPOLLA	2	0,5
SASSO DI CASTALDA	8	1,9	SANT'ANGELO LE FRATTE	2	0,5
EPISCOPIA	7	1,6	CERSOSIMO	2	0,5
OPPIDO LUCANO	7	1,6	CIRIGLIANO	2	0,5
CASTELGRANDE	7	1,6	FARDELLA	2	0,5
MONTEMILONE	7	1,6	GALLICCHIO	2	0,5
BRINDISI MONTAGNA	7	1,6	GINESTRA	2	0,5
CAMPOMAGGIORE	7	1,6	MISSANELLO	2	0,5
RAPONE	7	1,6	OLIVETO LUCANO	2	0,5
MELFI	6	1,4	SAN CHIRICO RAPARO	2	0,5
MOLITERNO	6	1,4	SAN MARTINO D'AGRI	2	0,5
CALVELLO	6	1,4	SAN PAOLO ALBANESE	2	0,5
RIVELLO	6	1,4	TRIVIGNO	2	0,5
PIETRAPERTOSA	6	1,4	LAVELLO	1	0,2
CASTRONUOVO DI SANT ANDREA	6	1,4	MONTESCAGLIOSO	1	0,2
FILIANO	6	1,4	ROTONDA	1	0,2
MIGLIONICO	6	1,4	NOVA SIRI	1	0,2
PISTICCI	5	1,2	CHIAROMONTE	1	0,2
LAURIA	5	1,2	VIGGIANO	1	0,2
MARSICOVETERE	5	1,2	BARILE	1	0,2
POMARICO	5	1,2	COLOBRARO	1	0,2
STIGLIANO	5	1,2	SAN FELE	1	0,2
SALANDRA	5	1,2	SAN SEVERINO LUCANO	1	0,2
GROTTOLE	5	1,2	TRAMUTOLA	1	0,2
TOLVE	5	1,2	ALBANO DI LUCANIA	1	0,2
POTENZA	4	0,9	BALVANO	1	0,2
POLICORO	4	0,9	GORGOGNONE	1	0,2
RIONERO IN VULTURE	4	0,9	VAGLIO BASILICATA	1	0,2
LAGONEGRO	4	0,9	CARBONE	1	0,2
VENOSA	4	0,9	CASTELLUCCIO SUPERIORE	1	0,2
SENISE	4	0,9	CASTELSARACENO	1	0,2
MURO LUCANO	4	0,9	NEMOLI	1	0,2
PALAZZO SAN GERVASIO	4	0,9			
CANCELLARA	4	0,9			
PESCOPAGANO	4	0,9			
VIETRI DI POTENZA	4	0,9			
ALIANO	4	0,9			
ANZI	4	0,9			
SAN GIORGIO LUCANO	4	0,9			
TRECCHINA	4	0,9			
CRACO	4	0,9			
SAN CHIRICO NUOVO	4	0,9			
SARCONI	4	0,9			
SPINOSO	4	0,9			
IRSINA	3	0,7			
FERRANDINA	3	0,7			
TRICARICO	3	0,7			
GRASSANO	3	0,7			
LATRONICO	3	0,7			
SANT ARCANGELO	3	0,7			
ROTONDELLA	3	0,7			
ACERENZA	3	0,7			
GENZANO DI LUCANIA	3	0,7			
BANZI	3	0,7			
BRIENZA	3	0,7			
SAN MAURO FORTE	3	0,7			
FORENZA	3	0,7			
MARSICO NUOVO	3	0,7			
RIPACANDIDA	3	0,7			
TERRANOVA DI POLLINO	3	0,7			
VALSINNI	3	0,7			
GARAGUSO	3	0,7			
GUARDIA PERTICARA	3	0,7			
SAVOIA DI LUCANIA	3	0,7			
AVIGLIANO	2	0,5			
MARATEA	2	0,5			
PICERNO	2	0,5			
TITO	2	0,5			
PIETRAGALLA	2	0,5			
SATRIANO DI LUCANIA	2	0,5			
ATELLA	2	0,5			
BARAGIANO	2	0,5			
MASCHITO	2	0,5			
MONTEMURRO	2	0,5			
PATERNO	2	0,5			

2. ANALISI DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELL'OFFERTA TURISTICA REGIONALE

L'analisi delle dotazioni di offerta affrontata nel capitolo precedente ha messo in luce, in un confronto sintetico intercomunale, le carenze e le potenzialità della regione. Si è voluto in qualche modo definire le basi ed i contorni della mappa dell'offerta turistica, individuando le punte di eccellenza e le maggiori esigenze di intervento.

Ma lo studio condotto finora rimarrebbe sterile, fine a se stesso, se non si volessero intravedere all'interno di quest'analisi su base comunale, delle conformità di territorio e di risorse tali da definire aree da sviluppare turisticamente verso direzioni specifiche, indicate dalla presenza e dall'organizzazione di beni e risorse di cui il territorio può vantare.

A questo scopo, sono state introdotte nello studio le variabili di censimento comunale relative alla presenza ed al numero di beni e risorse culturali (archeologici, artistici, monumentali, parchi letterari) e naturali (mare, lago, montagna, collina, parchi naturali, acque termali), di produzioni tipiche (gastronomiche, enologiche, artigianali), ma anche l'esistenza di un'organizzazione relativa alle risorse e quindi la presenza di itinerari (naturalistici, gastronomici, culturali, religiosi, ecc.), o di veri e propri centri di servizi (balneari, termali, gastronomici, archeologici, artistici, culturali, artigianali, naturalistici, ecc.) e museali (archeologici, scientifici, artistici, antropologici, ecc.).

Si è, quindi, spostato il fulcro dell'analisi verso le potenzialità di prodotto, definibili sulla base della presenza nei comuni di risorse d'eccellenza nelle varie tipologie.

Relativamente ai prodotti presenti ed ipotizzabili, sono stati così raggruppati i territori comunali (si rimanda per la metodologia alla nota in allegato statistico) ed analizzati strategicamente sulla base dei loro punti di forza e di debolezza, individuando così la geografia dei prodotti.

3. La Mappa della Domanda di Turismo

3.1 IL MOVIMENTO TURISTICO MONDIALE ED IL POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA

Il settore turismo si conferma ogni anno come una delle attività produttive più redditizie. Si tratta, infatti, di un comparto economico che vede una crescita media annuale costante sia in termini di movimento di turisti che di ricavi.

Lo scorso anno si sono registrati oltre 635 milioni di arrivi internazionali nelle destinazioni di vacanza del mondo, che hanno attivato ricavi per più di 439 mila milioni di US\$, pari a circa 659 mila miliardi di Lire.

Tali introiti mostrano una crescita media annua nell'ultimo decennio pari al +10% che, tra il 1997 ed il 1998, nelle più importanti destinazioni mondiali come l'Italia, la Francia e la Spagna, ha visto un incremento del +6,5%, riflesso di un "boom" di ripresa nell'attività turistica.

Il "trend" degli arrivi internazionali, indicatore della reale crescita dell'industria del turismo, mostra un incremento del +5% medio annuo tra il 1989 ed il 1993, resistendo così alle fluttuazioni economiche ed alle difficili congiunture politiche del periodo. Nella seconda metà del decennio (1994-1998), la crescita vede un calo al +3,5%, dovuta al lento recupero economico sulla disoccupazione nei maggiori paesi industrializzati e sulla crisi finanziaria dei mercati asiatici. Il forte recupero della congiuntura vede dunque uno slancio evidente nel 1996, con un'imposizione sul mercato turistico da parte delle destinazioni africane e sud-asiatiche.

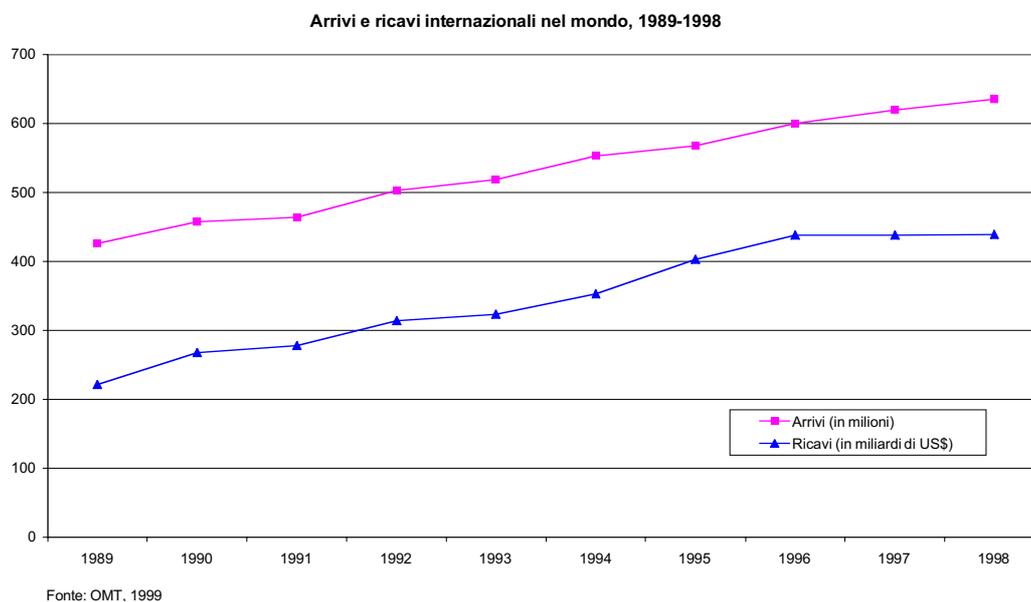
Il turismo internazionale si distribuisce nei continenti con una prevalenza di “appeal” dell’Europa (60%), seguita dalle Americhe (19,3%) e dal Pacifico/Asia Orientale (13,6%).

I mercati più nuovi dell’Africa (3,9%), del Medio Oriente (2,4%) e dell’Asia del Sud (0,8%), pur ospitando quote minime del movimento mondiale di turismo, si presentano come un’alternativa alle destinazioni tradizionali ed attraggono flussi crescenti di domanda.

Anche per quanto riguarda la crescita economica, l’Europa contende al continente americano la testa della classifica: nel 1998 infatti le entrate europee per il turismo internazionale ammontano a 228,9 miliardi di US\$ (cresciute dal 97 al 98 del +3,8%), mentre quelle americane sono pari a 120 miliardi di US\$ ed evidenziano una crescita del +0,9% rispetto al 1997. I due continenti dunque raccolgono quasi l’80% dei proventi dell’economia del turismo (Europa 52% e America 27,3%).

Di questi valori l’Italia, con oltre 30 mila arrivi stranieri, rappresenta il 5,5% degli arrivi internazionali mondiali, quarta dopo la Francia, la Spagna e gli Usa, ed il 9,1% di quelli europei.

Migliore la prestazione italiana per quanto concerne le entrate economiche del turismo: con oltre 30 miliardi di US\$, l’Italia si posiziona seconda solo agli Usa e detiene una quota del 6,9% dei ricavi mondiali, pari al 13,3% di quelli europei.



Arrivi e ricavi internazionali nel mondo, 1989 - 1998

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Var.% media annua 98/89
Arrivi (in milioni)	426	458	464	503	518	553	568	600	620	635	4,9
Ricavi (in miliardi di US\$)	221	268	278	314	323	353	403	438	438	439	9,9

Fonte: OMT, 1999

Arrivi internazionali per macro-aree, 1989 - 1998

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Var.% media annua 98/89
Africa	13,8	15,1	16,0	17,8	18,3	18,6	19,2	20,6	23,2	24,7	7,9
Americhe	87,1	93,6	96,8	103,4	103,6	106,4	110,4	114,7	118,9	122,7	4,1
Asia Orientale/Pacifico	46,3	53,1	54,9	62,7	69,6	75,2	79,7	87,0	88,0	86,6	8,7
Europa	273,0	286,7	287,9	305,1	311,9	328,2	336,4	351,6	369,8	381,1	4,0
Medio Oriente	7,7	7,6	7,0	10,5	10,9	12,1	13,7	15,3	14,8	15,0	9,6
Sud Asia	3,1	3,2	3,3	3,6	3,6	3,9	4,3	4,5	4,8	5,0	6,5
Totale Mondo	430,9	459,2	465,8	503,1	517,9	544,5	563,6	593,6	619,6	635,1	4,7

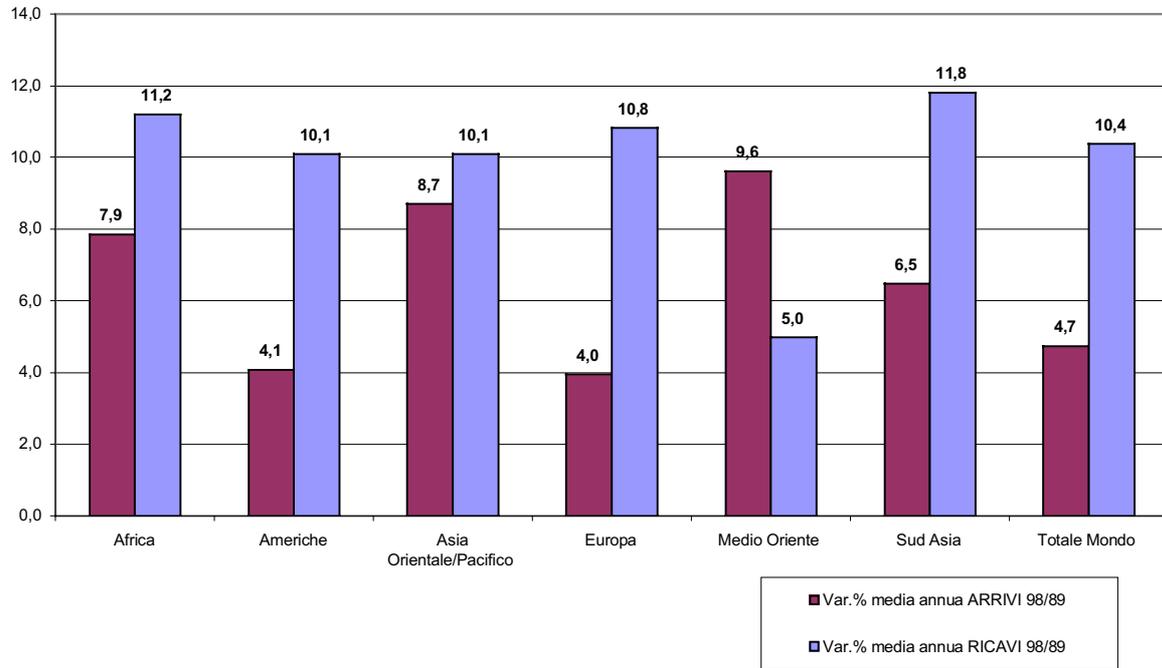
Fonte: OMT, 1999

Ricavi internazionali per macro-aree, 1989 - 1998

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Var.% media annua 98/89
Africa	4,5	5,2	5,0	5,9	5,8	6,3	7,0	8,0	9,0	9,6	11,2
Americhe	59,7	69,5	76,7	84,5	90,3	95,5	100,2	106,2	118,9	120,0	10,1
Asia Orientale/Pacifico	34,1	38,8	40,1	46,6	51,7	59,0	73,6	80,8	76,4	68,6	10,1
Europa	109,9	140,4	139,4	160,5	153,1	168,9	207,3	215,7	220,5	228,9	10,8
Medio Oriente	5,4	5,1	4,3	5,4	4,2	3,7	7,3	8,0	9,1	8,0	5,0
Sud Asia	2,0	2,0	2,0	2,0	2,2	2,4	3,6	4,0	4,3	4,3	11,8
Totale Mondo	215,6	261,0	267,5	305,0	307,4	335,8	399,0	422,7	438,2	439,4	10,4

Fonte: OMT, 1999

VARIAZIONI % MEDIE ANNUE DEGLI ARRIVI E DEI RICAVI 1998/1989



3.2 L'EVOLUZIONE DEI COMPORTAMENTI TURISTICI

Da ormai molti anni gli studi relativi al fenomeno turistico hanno mostrato un consumatore sempre più esigente ed attento alle offerte e alla qualità.

La novità sta nel fatto che ora sono proprio gli stessi consumatori ad esigere un ruolo attivo, a reclamare attenzione e a ridefinire la loro posizione di attori del mercato e non di semplici comparse.

La propensione del consumatore a fare vacanza è contraddistinta da molti fattori problematici, tra cui:

1) Una maggiore attenzione ai prodotti, dettata dalla acquisita capacità di discernimento delle caratteristiche intrinseche, di ricerca della sicurezza e di quei fattori che qualifichino il prodotto come autentico, "naturale".

2) Una maggiore attenzione ai servizi integrativi e complementari al prodotto.

3) Una maggiore attenzione alle forme di comunicazione diretta e, conseguentemente, un atteggiamento più meditato verso le forme classiche della comunicazione, specie della pubblicità.

4) Una minore fedeltà dettata sia dalla spinta motivazionale a ricercare "il nuovo", sia dalla maggiore capacità di scelta.

5) Una maggiore attenzione al rapporto qualità/prezzo.

La riduzione della capacità di spesa, soprattutto nelle fasi di recessione economica, porta ad una certa prudenza e razionalità negli acquisti, meno vincolati a fattori di moda e più orientati alla convenienza e alle occasioni.

Questi atteggiamenti rendono il consumatore più forte in quanto "consapevole di essere diventato una risorsa scarsa e più preziosa", che si può permettere di esprimere la propria soggettività e personalità nei confronti dei prodotti.

A questo proposito, l'indagine "Sinottica 1997" su "La ri-costruzione del consumatore" ⁽¹⁾ evidenzia alcune interessanti tendenze della domanda.

Innanzitutto il consumatore privilegia alcuni obiettivi di fondo: tra i primi il benessere, la salute, lo svago ed il "comfort".

I criteri guida a cui si affida nella scelta di beni e servizi sono:

- *giustificazione del prezzo* (nuove sensibilità, ricerca di evidenze e di equità specie nei servizi);
- *qualità percepita* (evidente, immediata, facile da cogliere, incontrovertibile, pacchetti di qualità autocertificata);
- *naturalità* (buoni rapporti, rispettosi e intelligenti, di continuità reale e responsabile con le risorse "di natura", ed estensione di tali garanzie sulle materie prime e sui processi);

⁽¹⁾ Sinottica "La ri-costruzione del consumatore", Eurisko, 1997

- *esperenzialità* (duttività dell'oggetto nel tradursi in progetto d'uso per la realizzabilità di un'esperienza personale);
- *stabilità* (no all'obsolescenza rapida) degli oggetti, primato della durata della conservazione o della riciclabilità sulla distruzione;
- il “*controllo delle nascite*” degli oggetti, meno cloni, meno affollamento (ricerca di armonia e di equilibrio).

Questi atteggiamenti configurano un modo di essere nuovo: quello del consumatore-persona, centrato su obiettivi e progetti esperienziali attraverso il consumo.

Il percorso di acquisizione diviene allora di importanza primaria in una prospettiva cruciale di “contesto”: la richiesta è di incontrare situazioni ed esperienze d'uso, non cose soltanto.

L'attenzione alla propria qualità della vita, al benessere, orienta e stimola comportamenti di consumo del tempo libero, dove domina l'idea del viaggio come metafora dell'esperienza.

In campo turistico, ciò si traduce in una rinnovata importanza della cultura dell'ospitalità e dell'autenticità.

I principali aspetti che caratterizzano la domanda possono essere allora individuati come segue.

Frazionamento delle partenze

In relazione al fatto che una delle motivazioni principali alla vacanza risiede nell'esigenza di "cambiare ritmo" alla vita quotidiana, si sviluppa la tendenza a ridurre la durata della vacanza al "week-end", allo scopo di spezzare quante più volte la routine.

Si conferma quindi il processo di accorciamento della vacanza principale aggiungendo ad essa altri viaggi più o meno brevi, distribuiti durante l'arco dell'anno.

Questa tendenza è presente anche in Italia dove si è registrata dal 1985 in poi una crescita marcata delle seconde e terze vacanze.

Consumi più sofisticati

I cittadini europei hanno accumulato una quantità di esperienze turistiche che li rende oggi in grado di scegliere e valutare con competenza le proposte che l'industria dei viaggi propone loro. Questa maturità dei turisti si traduce in una disaffezione sempre più evidente verso i pacchetti standardizzati "sole&mare".

Oggi il turista medio europeo non desidera più semplicemente sole, mare e relax per le proprie vacanze, ma vuole anche un adeguato contorno di servizi, di divertimenti alternativi, di proposte culturali efficienti, di sport e relative attrezzature, di grandi "comfort" alberghieri, di gite culturali e di prodotti come sauna, palestra, vasche per idromassaggio, centro fitness nelle strutture ricettive.

Anche se i programmi balneari attirano ancora significative quote di mercato, tutte le indagini confermano ormai questa tendenza.

3.3 L'ANDAMENTO NAZIONALE DELLA DOMANDA DI TURISMO

Il movimento turistico in Italia dal 1980 ad oggi mostra un andamento significativo dell'evoluzione del mercato dei viaggi, in conseguenza al frazionamento della vacanza ed alla relativa diminuzione della durata dei soggiorni.

Infatti, nel ventennio dal 1980 ad oggi, appare evidente:

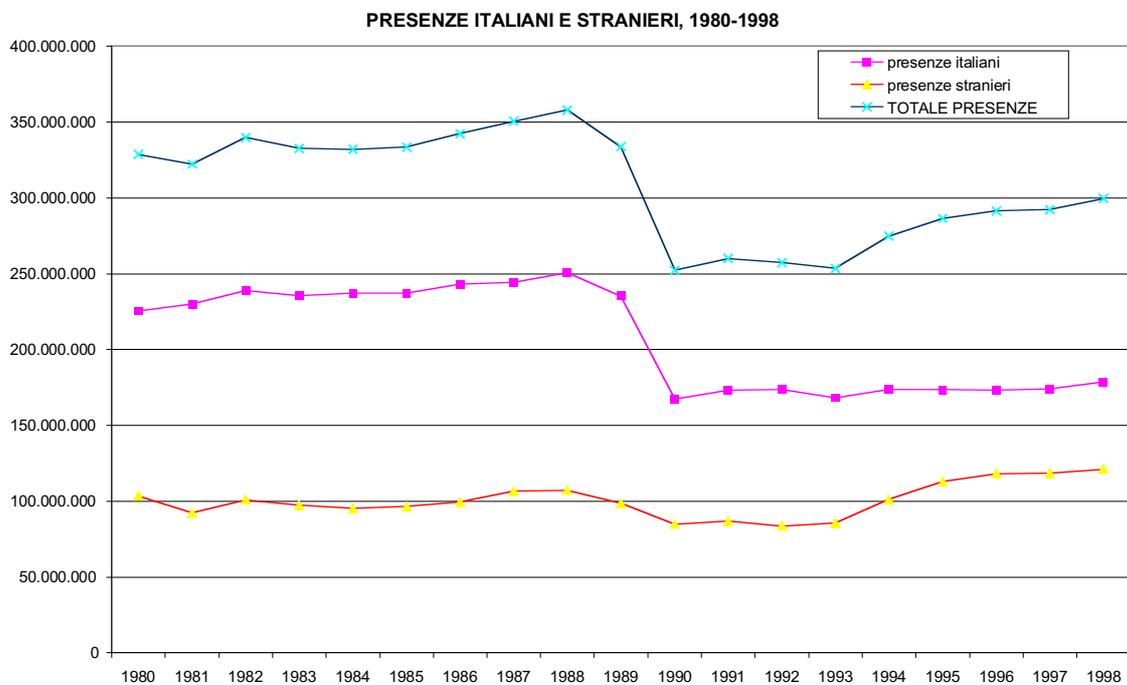
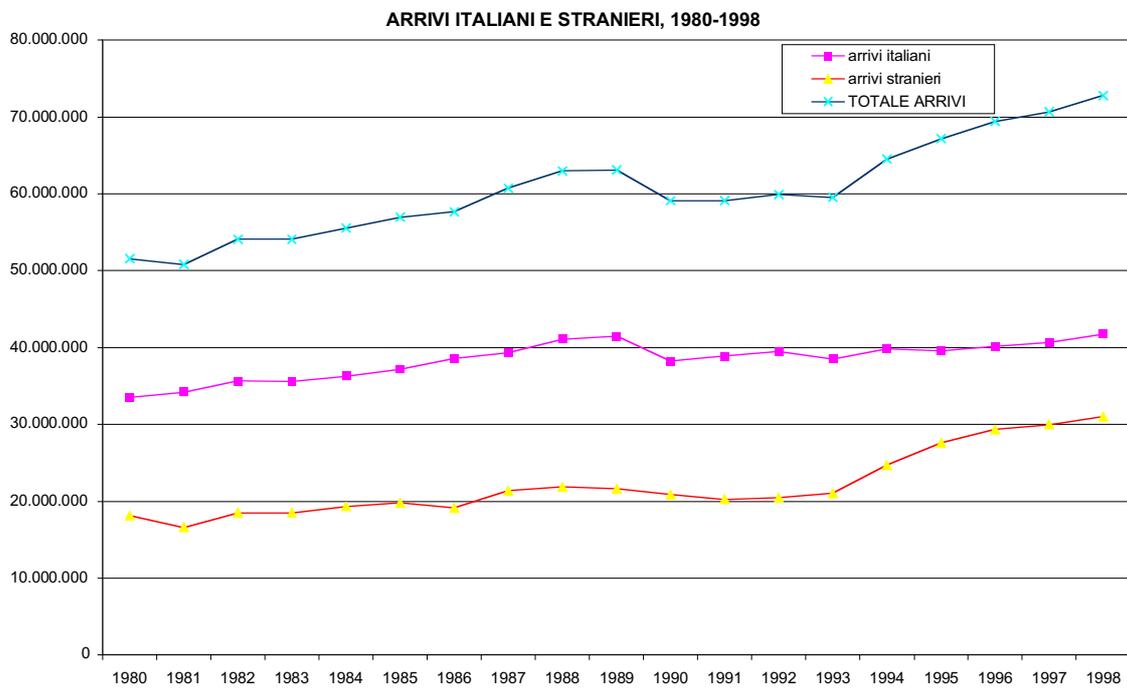
- la crescita sostanziale del numero di arrivi turistici, che aumenta dai 51,6 milioni nel 1980 ai 72,8 del 1998, con un aumento assoluto del +41%;
- ma dal 1989 al 1990 si registra una flessione degli arrivi totali da 63,1 milioni a 59,1, dovuta in particolare alla diminuzione del mercato turistico interno (arrivi italiani -8%);
- un crollo nelle numero di notti soggiornate dai turisti italiani, che nel 1988 ammontavano a circa 251 milioni, e nel 1990 scendevano a 167,5 milioni, per poi riprendere lentamente fino al 1998 (178,6 milioni di presenze) senza però recuperare i valori iniziali;
- un'impennata degli arrivi stranieri dal 1993 (21 milioni) al 98 (31 milioni) con una crescita netta del + 47,6% ed una media annua del +8%;
- la stabilità nell'"appeal" sui mercati stranieri, anche nel numero delle presenze, che dal 1995 al 1998 superano il massimo storico del ventennio (oltre 121 milioni).

Arrivi e presenze di italiani e stranieri, serie storica 1980 – 1998

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
arrivi italiani	33.442.582	34.208.835	35.614.749	35.562.560	36.264.066	37.164.154
arrivi stranieri	18.121.622	16.580.348	18.458.567	18.483.325	19.279.279	19.783.976
TOTALE ARRIVI	51.564.204	50.789.183	54.073.316	54.045.885	55.543.345	56.948.130
	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Presenze italiani	225.489.184	229.969.679	239.041.053	235.391.691	237.002.126	237.004.017
Presenze stranieri	103.282.488	92.383.478	100.759.113	97.242.132	95.144.339	96.524.499
TOTALE PRESENZE	328.771.672	322.353.157	339.800.166	332.633.823	332.146.465	333.528.516

	1986	1987	1988	1989	1990	1991
arrivi italiani	38.535.901	39.341.984	41.100.038	41.470.947	38.194.481	38.859.010
arrivi stranieri	19.092.676	21.349.188	21.851.403	21.607.711	20.862.965	20.241.217
TOTALE ARRIVI	57.628.577	60.691.172	62.951.441	63.078.658	59.057.446	59.100.227
	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Presenze italiani	242.965.691	244.153.706	250.835.816	235.309.983	167.496.129	173.188.941
Presenze stranieri	99.286.309	106.493.689	107.030.118	98.524.812	84.719.910	86.734.917
TOTALE PRESENZE	342.252.000	350.647.395	357.865.934	333.834.795	252.216.039	259.923.858

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
arrivi italiani	39.471.964	38.509.559	39.810.201	39.587.608	40.086.751	40.671.342	41.740.000
arrivi stranieri	20.424.982	21.025.353	24.663.870	27.581.077	29.324.237	29.963.670	31.009.000
TOTALE ARRIVI	59.896.946	59.534.912	64.474.071	67.168.685	69.410.988	70.635.012	72.749.000
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Presenze italiani	173.720.901	168.183.485	173.748.270	173.494.221	173.346.659	173.916.564	178.546.000
Presenze stranieri	83.642.567	85.430.773	101.004.689	113.000.571	118.023.647	118.359.759	121.067.000
TOTALE PRESENZE	257.363.468	253.614.258	274.752.959	286.494.792	291.370.306	292.276.323	299.613.000



Nel complesso, comunque, il mercato domestico rappresenta il 57% sul totale degli arrivi e il 59,6% sulle presenze.

Dalle statistiche ufficiali, il Mezzogiorno raccoglie circa il 23% dei flussi italiani e solo l'11% di quelli stranieri.

In questo dato, comunque, sfugge la maggioranza degli arrivi nelle seconde case di vacanza, fenomeno di particolare rilievo proprio nel Sud Italia.

Infatti, considerando il numero dei viaggi degli italiani, per destinazione, la quota rappresentata dal Sud Italia è decisamente più alta, pari al 36,3% del totale viaggi.

Inoltre, se si considera la vacanza principale (prevalentemente estiva) la stessa quota sale al 45,6%, distinta per il 10,5% in Calabria, il 10,1% in Sardegna, il 7,6% in Puglia, il 7,4% in Campania, il 6,8% in Sicilia, 2,3% in Abruzzo, lo 0,5% in Molise e lo 0,4% in Basilicata.

E' evidente quindi che la maggioranza dei flussi verso il Mezzogiorno sfugge alla rilevazione statistica ufficiale. Il Mezzogiorno italiano costituisce pertanto una delle destinazioni principali del turismo domestico.

Ma, considerando le caratteristiche della domanda turistica, che presenta una tendenza alla ricerca di vacanze/prodotti sempre più personalizzati, sempre meno legata alla destinazione e sempre più alla soddisfazione delle proprie esigenze, e quindi meno fedele, non basta affidarsi e contare sullo spontaneismo della scelta della domanda nazionale.

Numero viaggi in Italia per durata, tipologia del viaggio e per regione di destinazione

(dati in migliaia)

	Vacanza	Lavoro	Totale viaggi
Piemonte	22.957	2.348	25.305
Valle d'Aosta	6.538	75	6.613
Lombardia	29.153	7.268	36.421
Liguria	33.434	1.333	34.767
<i>Nord ovest</i>	<i>92.082</i>	<i>11.024</i>	<i>103.106</i>
Trentino-Alto Adige	22.036	1.191	23.227
Veneto	31.969	2.442	34.411
Friuli-Venezia Giulia	10.094	1.247	11.341
Emilia-Romagna	51.079	3.516	54.595
<i>Nord est</i>	<i>115.178</i>	<i>8.396</i>	<i>123.574</i>
Toscana	37.348	3.263	40.611
Umbria	4.436	590	5.026
Marche	18.036	1.091	19.127
Lazio	40.410	5.148	45.558
<i>Centro</i>	<i>100.230</i>	<i>10.092</i>	<i>110.322</i>
Abruzzo	17.001	557	17.559
Molise	3.227	62	3.288
Campania	27.373	2.471	29.843
Puglia	37.016	1.229	38.245
Basilicata	5.598	178	5.776
Calabria	27.939	2.073	30.012
Sicilia	29.902	3.583	33.485
Sardegna	27.303	1.140	28.443
<i>Sud</i>	<i>175.359</i>	<i>11.293</i>	<i>186.651</i>
<i>Totale</i>	<i>482.850</i>	<i>40.804</i>	<i>523.654</i>
<i>Nord ovest</i>	<i>19,1</i>	<i>27,0</i>	<i>19,7</i>
<i>Nord est</i>	<i>23,9</i>	<i>20,6</i>	<i>23,6</i>
<i>Centro</i>	<i>20,8</i>	<i>24,7</i>	<i>21,1</i>
<i>Sud</i>	<i>36,3</i>	<i>27,7</i>	<i>35,6</i>

Fonte: ISTAT - Indagine sui viaggi della popolazione residente in Italia, 1998.

Regione italiana di destinazione della vacanza (val. %)

	%
Nord	34.7
Centro	19.7
Sud	45.6
Calabria	10.5
Sardegna	10.1
Campania	7.4
Sicilia	6.8
Puglia	7.6
Abruzzo	2.3
Molise	0.5
Basilicata	0.4

Fonte: Rilevazione diretta Isnat

Se i flussi di turismo domestico verso il sud evidenziano una lieve diminuzione dei viaggi italiani, si fa però interessante la crescita dell'”appeal” delle mete meridionali sui mercati stranieri.

Già la variazione tra il 97 ed il 96 evidenziava un incremento dei flussi turistici internazionali in tutte le regioni del Mezzogiorno, con l'eccezione del Molise.

Le prime due destinazioni del mezzogiorno per il turismo straniero sono la Campania e la Sicilia, ma le regioni che evidenziano una crescita maggiore di arrivi risultano la Calabria e la Basilicata, che pur partendo da movimenti più marginali dimostrano di conquistare nuovi spazi di mercato.

Movimento dei clienti stranieri negli esercizi ricettivi, per tipologia di località e per regione - Anno 1997 (valori assoluti in migliaia e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)

	ALBERGHI				COMPLEMENTARI				TOTALE			
	Arrivi	Var.%	Presenze	Var.%	Arrivi	Var.%	Presenze	Var.%	Arrivi	Var.%	Presenze	Var.%
ABRUZZO												
Città d'arte e capoluoghi	2	13,9	4	21,3	-	-	-	-	2	13,9	4	21,3
Località montane, collinari e termali	17	4,6	43	-2,7	2	20,4	5	3,6	19	6,1	48	-2,0
Località marine e lacuali	60	20,1	331	9,9	21	6,8	225	-1,3	81	16,3	556	5,0
Altre località	24	12,5	104	12,1	4	19,4	34	17,8	28	13,6	138	13,5
Totale	103	15,4	482	9,2	27	9,7	264	0,9	130	14,1	746	6,1
% sul totale Italia	0,4		0,6		0,6		0,8		0,4		0,6	
MOLISE												
Città d'arte e capoluoghi	3	16,3	15	136,2	-	-	-	-	3	16,3	15	136,2
Località montane, collinari e termali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Località marine e lacuali	4	-8,4	8	-10,1	0	49,3	1	-4,1	4	-5,5	9	-9,3
Altre località	3	-0,2	12	15,6	2	-33,9	12	-51,2	5	-15,3	24	-33,3
Totale	10	0,9	35	36,8	2	-27,4	13	-48,8	12	-5,3	48	-8,0
% sul totale Italia	0,04		0,04		0,04		0,04		0,04		0,04	
CAMPANIA												
Città d'arte e capoluoghi	264	-0,7	657	2,3	31	0,0	105	1,3	295	-0,6	762	2,1
Località montane, collinari e termali	87	15,3	468	1,8	1	-56,6	7	-77,1	88	12,9	475	-3,3
Località marine e lacuali	736	8,2	3.750	0,9	50	2,3	226	-22,3	786	7,8	3.976	-0,8
Altre località	218	7,3	1.096	13,1	134	4,8	1.825	7,0	352	6,3	2.921	9,2
Totale	1.305	6,6	5.971	3,2	216	2,7	2.163	1,5	1.521	6,0	8.134	2,7
% sul totale Italia	5,24		7,04		4,51		6,58		5,12		6,91	
PUGLIA												
Città d'arte e capoluoghi	58	0,8	135	1,3	3	-32,6	6	-25,7	61	-1,3	141	-0,3
Località montane, collinari e termali	17	-4,4	68	7,0	1	-36,9	4	-30,8	18	-7,1	72	3,6
Località marine e lacuali	19	-0,6	81	19,2	25	40,3	254	44,1	44	19,1	335	37,1
Altre località	39	2,8	204	1,7	27	-22,8	263	-21,5	66	-9,8	467	-12,8
Totale	133	0,5	488	4,9	56	-5,1	527	0,3	189	-1,3	1.015	2,5
% sul totale Italia	0,53		0,58		1,17		1,60		0,64		0,86	
BASILICATA												
Città d'arte e capoluoghi	6	23,2	11	21,0	-	-	-	-	6	24,5	11	22,3
Località montane, collinari e termali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Località marine e lacuali	3	43,9	17	52,4	0	16,9	1	1,0	3	41,1	18	49,2
Altre località	4	-7,4	17	-25,3	10	20,0	96	4,8	14	9,6	113	-1,3
Totale	13	14,1	45	4,4	10	20,6	97	4,9	23	16,8	142	4,7
% sul totale Italia	0,05		0,05		0,21		0,30		0,08		0,12	

CALABRIA

Città d'arte e capoluoghi	7	-1,0	26	-17,7	-	23,6	4	5,2	7	0,1	30	-15,4
Località montane, collinari e termali	1	79,0	3	200,3	-	-100,0	-	-100,0	1	68,2	3	148,8
Località marine e lacuali	32	56,2	171	66,8	4	-9,3	26	-29,3	36	45,2	197	41,4
Altre località	21	21,3	104	80,7	5	1,1	35	-2,2	26	17,0	139	48,1
Totale	61	33,8	304	57,7	9	-3,0	65	-15,0	70	27,7	369	36,8
% sul totale Italia	0,24		0,36		0,19		0,20		0,24		0,31	

SICILIA

Città d'arte e capoluoghi	426	6,2	935	8,9	12	-6,9	33	-5,6	438	5,8	968	8,4
Località montane, collinari e termali	46	-3,0	178	-13,3	2	-30,1	4	-27,6	48	-4,3	182	-13,7
Località marine e lacuali	423	3,9	1.722	0,5	30	10,8	150	7,6	453	4,3	1.872	1,0
Altre località	215	2,6	809	-2,4	24	32,8	116	14,1	239	4,9	925	-0,6
Totale	1.110	4,2	3.644	1,0	68	12,1	303	7,6	1.178	4,6	3.947	1,5
% sul totale Italia	4,46		4,29		1,42		0,92		3,97		3,35	

SARDEGNA

Città d'arte e capoluoghi	8	13,2	16	9,9	1	-11,8	2	-16,6	9	9,6	18	5,4
Località montane, collinari e termali	5	17,1	16	20,0	-	-	-	-	5	17,1	16	20,0
Località marine e lacuali	130	3,0	658	1,1	44	7,4	279	5,2	174	4,1	937	2,3
Altre località	89	20,5	463	2,6	52	14,4	272	15,5	141	18,1	735	7,0
Totale	232	9,7	1.153	2,0	97	10,8	553	9,9	329	10,0	1.706	4,4
% sul totale Italia	0,93		1,36		2,03		1,68		1,11		1,45	

ITALIA

Città d'arte e capoluoghi	12.379	-0,2	28.769	-1,2	1.321	-5,2	7.251	-2,8	13.700	-0,7	36.020	-1,5
Località montane, collinari e termali	3.959	-2,8	20.400	-6,9	784	70,8	4.755	90,0	4.743	4,7	25.155	3,0
Località marine e lacuali	6.247	0,3	28.765	-4,5	2.058	5,2	15.625	2,8	8.305	1,5	44.390	-2,1
Altre località	2.315	4,0	6.911	2,4	623	6,4	5.234	5,5	2.938	4,5	12.145	3,7
Totale	24.900	-0,1	84.845	-3,5	4.786	8,9	32.865	9,1	29.686	1,2	117.710	-0,3

Se il 1997 ha segnato, quindi, la ripresa del turismo internazionale, il 1998, dai dati non ufficiali, e da rilevazioni di vari Istituti di ricerca, ha sottolineato la continua crescita dei mercati internazionali verso il Sud Italia.

Secondo i dati diffusi dal Dipartimento al turismo, inoltre, per il 1999 il turismo straniero è in ascesa, anche nel primo semestre (estate esclusa) tra il 2 ed il 3%. Ma anche l'estate conferma l'andamento positivo: per la settimana di FerrAgosto, l'incremento dei flussi esteri è stato per il Sud del +11,3% (dati Istat)

Nonostante ciò, il turismo nel Sud, ad esclusione della Campania, riesce a raccogliere in entrate valutarie ben poco rispetto al resto d'Italia.

Infatti, sono solo circa 4.500 i miliardi spesi nelle destinazioni meridionali dai turisti internazionali (il 9,2% sul totale delle entrate per turismo in Italia).

Eppure considerando la spesa media per turista (stimata in base alle informazioni raccolte dall'UIC e dall'Istituto Tagliacarne) i dati sono confortanti. In media il turista straniero spende da un milione e seicentomila ai circa 3 milioni.

Stesse cifre circa del turista italiano, che però rappresenta una quota di arrivi di ben altre proporzioni, con una capacità di spesa, per la sola vacanza estiva, di oltre 25mila miliardi nel Mezzogiorno.

La spesa media degli stranieri per le vacanze 1998 nelle destinazioni del Mezzogiorno

	Spesa media per le vacanze nel 1998 per tutta la famiglia	Spesa media per le vacanze nel 1998 per sé
ABRUZZO	2.700.000	2.150.000
MOLISE	2.300.000	1.900.000
CAMPANIA	3.300.000	2.200.000
PUGLIA	1.900.000	1.400.000
BASILICATA	2.400.000	1.800.000
CALABRIA	2.800.000	1.600.000
SICILIA	2.400.000	1.600.000
SARDEGNA	4.000.000	2.700.000

Fonte: stima Isnart su fonti U.I.C, Ist. Tagliacarne, TCI, 1999

La spesa media degli italiani per le vacanze 1998 nelle destinazioni del Mezzogiorno

	Spesa media per le vacanze nel 1998 per tutta la famiglia	Spesa media per le vacanze nel 1998 per sé
ABRUZZO	2.571.000	1.139.000
MOLISE	3.125.000	1.150.000
CAMPANIA	3.745.000	1.284.000
PUGLIA	2.640.000	1.183.000
BASILICATA	3.167.000	1.133.000
CALABRIA	4.006.000	1.283.000
SICILIA	3.266.000	1.430.000
SARDEGNA	4.063.000	1.661.000

Fonte: Rilevazione diretta Isnart, 1999

Movimenti valutari per partite invisibili della bilancia dei pagamenti per turismo

dati anno 1998 in miliardi di lire

	Entrate	%
Veneto	9.293	18,4
Lazio	8.874	17,6
Lombardia	7.700	15,2
Toscana	6.394	12,6
Emilia Romagna	3.186	6,3
Friuli Venezia Giulia	2.904	5,7
Trentino A. Adige	2.629	5,2
Liguria	1.893	3,7
Piemonte	1.545	3,1
Campania	1.423	2,8
Sicilia	953	1,9
Puglia	868	1,7
Marche	704	1,4
Umbria	525	1,0
Sardegna	501	1,0
Abruzzo	397	0,8
Valle d'Aosta	291	0,6
Calabria	286	0,6
Molise	111	0,2
Basilicata	82	0,2
Italia	50.559	100,0
Nord-Ovest	11.429	22,6
Nord-Est	18.012	35,6
Centro	16.497	32,6
Sud	3.167	6,3
Isole	1.454	2,9

Fonte: indagine Istituto G. Tagliacarne-Unioncamere, 1998

3.4 L'ANDAMENTO DELLA DOMANDA DI TURISMO IN BASILICATA

Lo sviluppo del turismo in Basilicata vede una marcata differenza tra le due provincie. Infatti, nel Potentino l'attrattività maggiore si registra tra gli Italiani, ben 642 mila presenze l'anno, mentre nel Materano si rileva un "appeal" considerevole tra i mercati stranieri (il 20,2% sul totale delle presenze nella provincia).

Nel complesso, comunque, gli arrivi e le presenze tra le due provincie si equivalgono, con 112 mila arrivi per Potenza e 115mila per Matera, e con rispettivamente 684mila e 656mila presenze.

Il confronto turistico tra le due provincie è essenzialmente nel merito legato ai due litorali, quello potentino con Maratea, in testa, e quello materano con il Metapontino. E se a questo si unisce anche l'"appeal" di Matera come città d'arte più rappresentativa della regione, si spiega il fenomeno di maggiore capacità di attrattiva rispetto alla domanda internazionale.

E', quindi, maggiormente comprensibile che l'area di Matera abbia una vocazionalità maggiore per i mercati esteri, unendo la vacanza balneare a quella culturale, rispetto a quella di Potenza che, invece, si sviluppa e si specializza quasi esclusivamente sul prodotto balneare.

Arrivi e presenze nel 1998 in Basilicata

	Stranieri		Italiani		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Potenza	9.419	41.971	103.046	642.510	112.465	684.481
Matera	18.799	132.373	96.246	523.539	115.045	655.912
BASILICATA	28.218	174.344	199.292	1.166.049	227.510	1.340.393

Dall'analisi del "trend" di crescita dei soggiorni in Basilicata nell'ultimo ventennio, si evince chiaramente uno sviluppo ed una stabilità delle destinazioni lucane sul mercato delle vacanze.

Appare, però, interessante come l'aumento percentuale delle presenze pari al +152% dal 1980 al 1998, abbia visto crescere in maniera più che proporzionale le destinazioni turistiche della provincia di Potenza (+223,7%), mentre in misura più lieve quelle situate in provincia di Matera (+ 105,1%).

La tipologia di clientela per provenienza ha delineato un aumento maggiore dell'attrattività sul mercato domestico (+172,5% italiani), soprattutto nuovamente verso le destinazioni del Potentino (+217,3%), ma anche nel Materano (+132,3%).

Il turismo straniero, che nel complesso non ha avuto un trend di crescita pari a quello italiano, dimostrando ancora una volta le carenze sulla notorietà e sulla commercializzazione dei prodotti lucani verso l'estero, vede una variazione percentuale nel ventennio pari solo al +68,7%. Un dato molto rilevante, che si inserisce nel quadro di crescita della domanda delle destinazioni nella provincia di Potenza, è la crescita di presenze straniere che risulta quintuplicata rispetto alla

crescita media regionale. Infatti, mentre nella provincia di Potenza risulta una variazione percentuale pari a +370,8%, in quella di Matera il mercato straniero è cresciuto in misura assai minore (+ 40,2%). Bisogna ricordare però che lo sviluppo del posizionamento dell'offerta materana sui mercati stranieri è iniziato già negli anni '80, a motivazione di questa variazione di minor rilievo.

Relativamente alla stagionalità del turismo internazionale nelle due province appare evidente come l'influenza dell'alta stagione estiva sia prevalente nella provincia di Matera, nei comuni del Metapontino, con una punta ad Agosto per quanto riguarda gli arrivi e tra Luglio e Agosto per le presenze.

Nel comune di Matera invece, coerentemente con gli andamenti del prodotto città d'arte, le punte dei flussi si concentrano nei mesi di Maggio e Settembre-Ottobre.

In provincia di Potenza, il turismo estero vede il suo culmine nel mese di Settembre, dove risulta trainante il dato del comune di Maratea, e nel mese di Maggio quando negli altri comuni della provincia, escluso il capoluogo, vi è un afflusso interessante dall'estero.

Anche dallo studio sui mercati di provenienza del turismo internazionale in Basilicata, si evince come la distribuzione delle provenienze dei flussi negli esercizi alberghieri delle due province sia caratterizzata da alcune differenze.

La presenza di flussi internazionali negli esercizi alberghieri della provincia di Matera, dove si rileva la maggiore concentrazione dei movimenti internazionali, delinea il quadro sui bacini di provenienza del turismo estero in Basilicata.

Il primo mercato, risulta quello francese (27,8% di arrivi e 36% di presenze) sia per la rinomata passione dei turisti francesi per il connubio di prodotto mare+cultura, sia per la presenza di strutture ricettive internazionali in particolare

villaggi turistici, che rappresentano la tipologia di alloggio tra le più utilizzate per la loro vacanza e dove il soggiorno risulta semplificato per l'uso della loro lingua.

La Germania costituisce il secondo bacino di provenienza (15,2% di arrivi e 15,5% di presenze), seguita dal Regno Unito e dal Belgio e la Svizzera pari merito. Gli Stati Uniti, con una quota minore, sono al quinto posto.

Per quanto riguarda la stagionalità dei flussi, i turisti francesi riempiono la stagione estiva, allargata ai mesi di Maggio e Settembre. Sempre in estate, i Tedeschi sono il primo mercato del mese di Settembre, mentre i Britannici sono presenti in tutta la bella stagione. I turisti dalla Svizzera costituiscono il secondo mercato del mese di Luglio, seguiti dai Belgi.

Nel resto dell'anno, i mesi di Dicembre, Gennaio e Marzo vedono quote interessanti di Giapponesi e di Statunitensi che ne costituiscono i primi due mercati, mentre nel mese di Febbraio risalgono i flussi dalla Francia e dalla Germania. Quest'ultima costituisce la quota più significativa dei turisti del mese di Ottobre.

Entrando nel merito del fenomeno nell'area del comune di Matera, la situazione muta presentando le seguenti caratteristiche:

- i Tedeschi diventano il primo mercato, seguiti in quota minore dai Francesi, dagli Statunitensi e dai Giapponesi, minore risulta la quota di turisti Britannici, pari a quelli Svizzeri;
- la caratteristica di città d'arte legata al prodotto culturale e archeologico fa sì che si presenti una maggiore destagionalizzazione dei flussi rispetto all'estate, ad esclusione del mercato francese che si concentra a Luglio ed Agosto;
- il resto dei flussi presentano una stagionalità simile a quella provinciale.

A conferma che il prodotto balneare è trainante sul mercato francese, l'andamento stagionale negli altri comuni del Materano, con un'offerta prevalente di prodotti legati al balneare della costa del Metapontino, vede in testa proprio questo mercato da Maggio a Settembre. Inoltre, si registra un picco di arrivi francesi nel mese di Marzo, in concomitanza con le loro vacanze primaverili.

I flussi tedeschi sembrano particolarmente più significativi nei mesi estremi della stagione estiva e in primavera. Così come i Britannici che vengono anche nei mesi di Maggio, Giugno e Ottobre.

Una nota a parte va fatta per i turisti giapponesi, che si confermano come particolarmente attratti da Matera comune e non dal prodotto balneare della provincia. Tale comportamento è comunque in linea con il resto d'Italia, che vede il mercato giapponese quasi esclusivamente interessato alle proposte culturali italiane.

Nella provincia di Potenza, il primo mercato straniero è invece quello tedesco (17,2% di arrivi e 21,3% di presenze), seguito da quello britannico (14,6% di arrivi e 13,2% di presenze).

I flussi provenienti dagli Usa e dalla Francia si contendono il 3° posto della graduatoria: le presenze francesi costituiscono il 10,9% del totale, mentre quelle statunitensi l'8,7%, viceversa, per quanto riguarda gli arrivi, gli Usa rappresentano una quota del 12% e la Francia dell'11,3%.

Chiude la Svizzera al quinto posto, con una quota di arrivi del 4,6% e di presenze del 4,1%.

Per quanto riguarda la stagionalità dei movimenti turistici, appare interessante come in estate, il mercato tedesco sia maggiormente presente (in proporzione

rispetto al totale mensile) nel mese di Settembre e ad Agosto, quello britannico a Giugno e Settembre, quello francese a Luglio e Agosto, e quello statunitense a Luglio.

Tra gli altri, il mercato svizzero durante l'estate costituisce una quota significativa, circa il 7% a Luglio ed Agosto, quello belga pesa per l'8,7% sugli arrivi di Luglio.

Per quanto riguarda il resto dell'anno si segnala una forte presenza nel mese di Aprile, Novembre e Dicembre. Il mercato britannico spicca invece nei mesi di Maggio e Ottobre per la quota relativa agli arrivi. Il mercato statunitense costituisce nei mesi di Marzo ed in autunno quote sostanziali dei flussi esteri della provincia. Il turismo francese che viaggia fuori stagione, risulta interessante nei mesi da Gennaio ad Aprile.

Una quota interessante di turisti giapponesi è presente nei mesi di Dicembre e di Marzo-Aprile.

Nel comune di Potenza, entrando nello specifico, si possono delineare tendenze interessanti:

- i Francesi sono il primo mercato estero e prediligono l'estate ed i mesi di Febbraio, Aprile, Novembre;
- i Tedeschi, al secondo posto, preferiscono l'autunno, da Settembre a Novembre;
- gli Statunitensi invece arrivano per le feste nei mesi di Dicembre, Marzo e Luglio;
- una piccola quota del mercato britannico, forte sul resto della provincia, visita la città nel mese di Giugno;

- infine, appare interessante come il mercato giapponese rappresenta nel comune una quota più elevata della media provinciale, soprattutto in Aprile, maggio e Giugno.

Un altro spaccato appare rilevante per quanto riguarda il comune di Maratea:

- prevale il mercato tedesco, nei mesi estivi canonici da Luglio a Ottobre, con una punta nel mese di Aprile dove costituisce quasi la metà dei flussi esteri;
- il mercato britannico (17,5% totale dei flussi dell'anno) è particolarmente interessante nei mesi di Settembre e Maggio;
- mentre il mercato francese si concentra nei mesi di Luglio e Agosto, quello statunitense costituisce la gran parte degli arrivi del resto dell'anno, in particolare nei mesi di Gennaio (100% dei flussi del mese), Novembre, Febbraio e Marzo;
- una quota interessante del mese di Dicembre è rappresentata dalla domanda giapponese con il 34,7% degli arrivi ed il 33,3% delle presenze.

Negli altri comuni della provincia di Potenza, caratterizzati da un mercato di dimensioni minori, si evidenzia comunque una presenza di turismo britannico nel mese di Giugno, mentre in Luglio e Agosto si concentrano i principali mercati esteri (tedesco, francese, svizzero e statunitense). Nel mese di dicembre si rileva una quota del mercato giapponese pari al 10% degli arrivi.

Da questi spaccati si evince chiaramente come le tendenze rilevate per il totale provinciale sono particolarmente influenzate dai movimenti turistici presenti nel comune di Maratea, e dall'”appeal” che il prodotto balneare ha sui principali mercati esteri.

Più interessante in termini di consistenza numerica appare il turismo domestico nella provincia di Potenza.

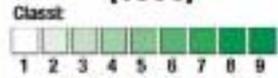
La provenienza regionale dei flussi italiani nelle strutture alberghiere della provincia evidenziano una prevalenza di turisti provenienti dalla Puglia (23,6%), dalla Campania (16%) e dalla Basilicata (10,3%). Seguono nella graduatoria i turisti dal Lazio (10,1%) e dalla Lombardia (6,9%).

Mentre il turismo di prossimità, rappresentato dalla quota di pugliesi e dai residenti lucani, predilige i mesi limitrofi all'alta stagione estiva, rimandando ad un turismo di "week-end" o legato alle occasioni festive, i turisti campani, laziali e lombardi si recano nelle destinazione potentine nella bella stagione di Luglio e Agosto.

Più in generale, la stagionalità del turismo italiano nelle destinazione potentine evidenzia tre comportamenti:

- il primo, legato al turismo balneare ed al comune di Maratea, che da solo raccoglie il 35% degli arrivi e delle presenze alberghiere della provincia e che concentra la sua punta nel mese di Agosto, con una stagione in ascesa dall'apertura di Aprile e che ridiminuisce gradualmente fino al mese di chiusura di Ottobre;
- il secondo, legato al turismo di affari ed al capoluogo, con una stagionalità piatta ed un ridimensionamento proprio nel mese di Agosto;
- il terzo è quello relativo agli altri comuni turistici del potentino, che raccolgono nel complesso il 48% dei flussi italiani e che si spiega in parte con il turismo di ritorno (con una punta nel mese di Gennaio per le feste di Natale e per Pasqua ad Aprile-Maggio), in parte invece su di un turismo termale, naturalistico che si espleta nei "week-end" invernali e primaverili, ma anche nel mese di Agosto, in particolare dalla Puglia e dalla Campania.

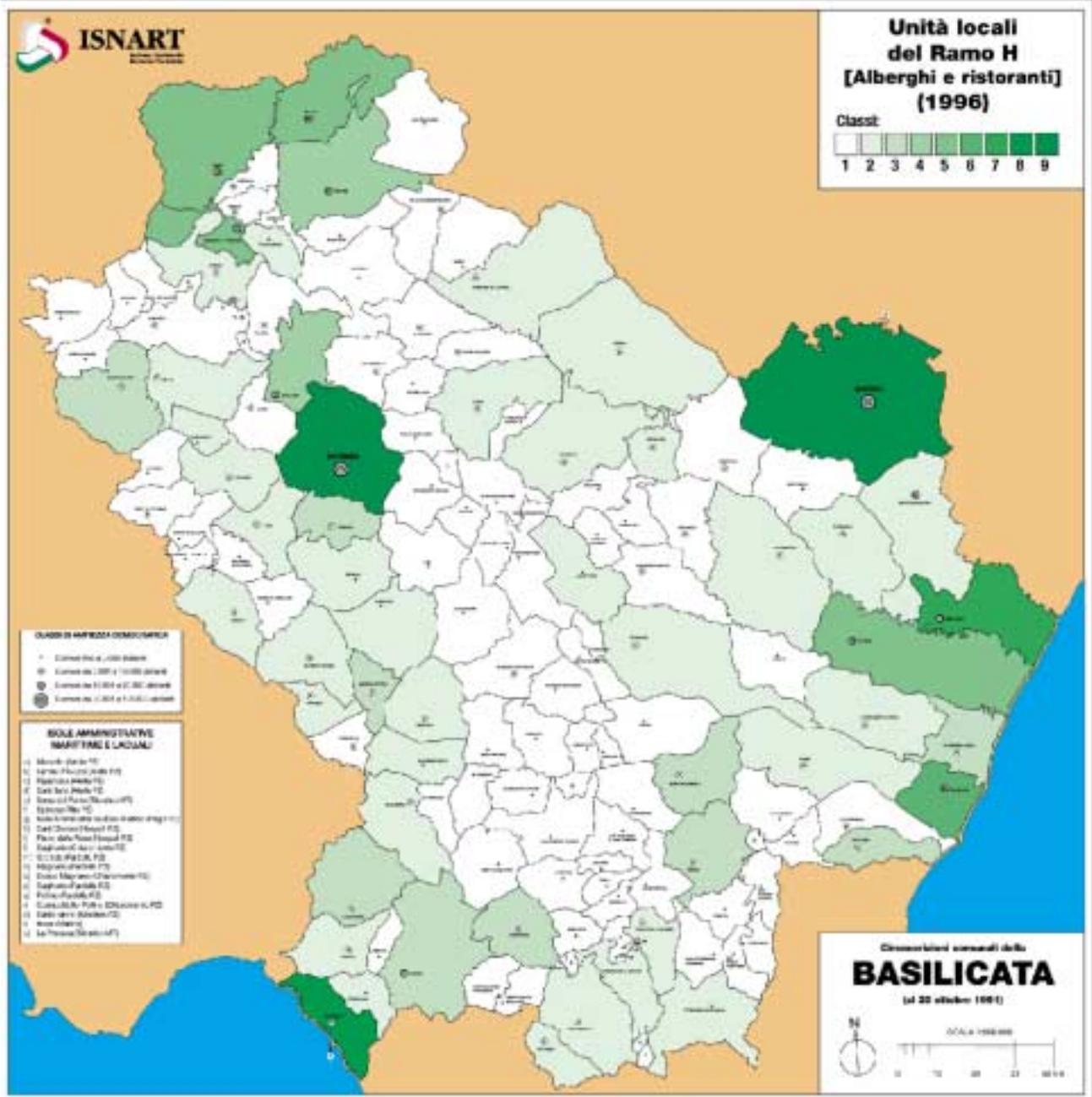
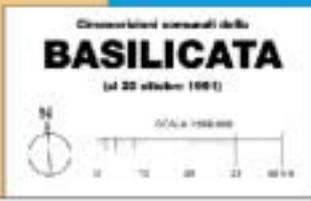
**Unità locali
 del Ramo H
 [Alberghi e ristoranti]
 (1996)**



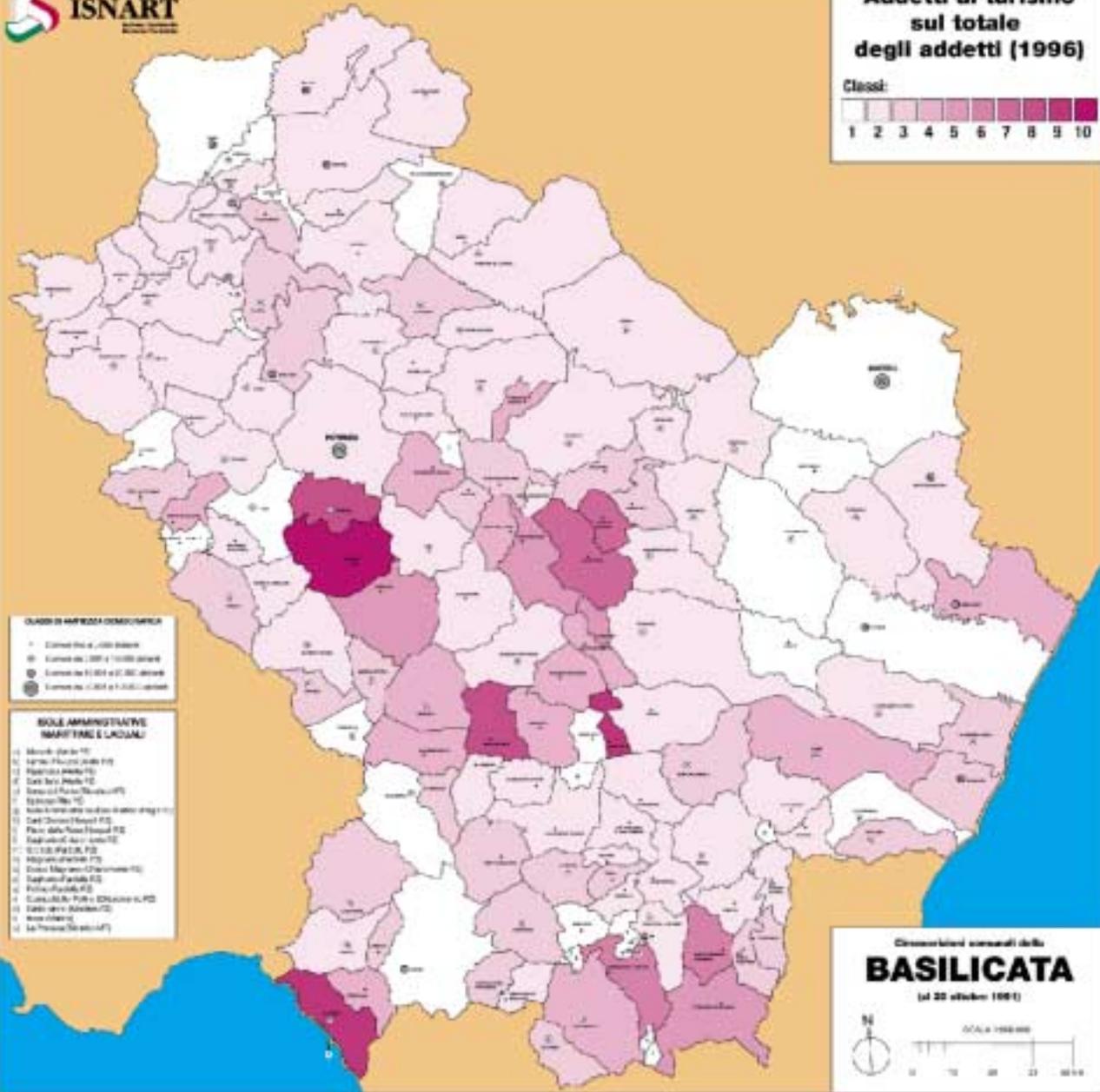
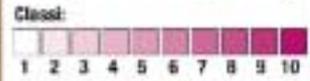
CLASSE DI ABBEZZATA COMMERCIALE

- Comune da 1.000 abitanti
- Comune da 1.001 a 10.000 abitanti
- Comune da 10.001 a 25.000 abitanti
- Comune da 25.001 a 100.000 abitanti

- ESSE AMMINISTRATIVE
 MARITIME E LOCALI**
- 12 Basilicata (Città) (C)
 - 13 Agrigoro (Città) (C)
 - 14 Agrigoro (Rurali) (C)
 - 15 Caltanissetta (Città) (C)
 - 16 Caltanissetta (Rurali) (C)
 - 17 Enna (Città) (C)
 - 18 Enna (Rurali) (C)
 - 19 Palermo (Città) (C)
 - 20 Palermo (Rurali) (C)
 - 21 Siracusa (Città) (C)
 - 22 Siracusa (Rurali) (C)
 - 23 Catania (Città) (C)
 - 24 Catania (Rurali) (C)
 - 25 Messina (Città) (C)
 - 26 Messina (Rurali) (C)
 - 27 Reggio Calabria (Città) (C)
 - 28 Reggio Calabria (Rurali) (C)
 - 29 Calabria (Città) (C)
 - 30 Calabria (Rurali) (C)
 - 31 Campania (Città) (C)
 - 32 Campania (Rurali) (C)
 - 33 Puglia (Città) (C)
 - 34 Puglia (Rurali) (C)
 - 35 Basilicata (Città) (C)
 - 36 Basilicata (Rurali) (C)
 - 37 Sicilia (Città) (C)
 - 38 Sicilia (Rurali) (C)
 - 39 Calabria (Città) (C)
 - 40 Calabria (Rurali) (C)
 - 41 Campania (Città) (C)
 - 42 Campania (Rurali) (C)
 - 43 Puglia (Città) (C)
 - 44 Puglia (Rurali) (C)
 - 45 Basilicata (Città) (C)
 - 46 Basilicata (Rurali) (C)
 - 47 Sicilia (Città) (C)
 - 48 Sicilia (Rurali) (C)
 - 49 Calabria (Città) (C)
 - 50 Calabria (Rurali) (C)
 - 51 Campania (Città) (C)
 - 52 Campania (Rurali) (C)
 - 53 Puglia (Città) (C)
 - 54 Puglia (Rurali) (C)
 - 55 Basilicata (Città) (C)
 - 56 Basilicata (Rurali) (C)
 - 57 Sicilia (Città) (C)
 - 58 Sicilia (Rurali) (C)
 - 59 Calabria (Città) (C)
 - 60 Calabria (Rurali) (C)
 - 61 Campania (Città) (C)
 - 62 Campania (Rurali) (C)
 - 63 Puglia (Città) (C)
 - 64 Puglia (Rurali) (C)
 - 65 Basilicata (Città) (C)
 - 66 Basilicata (Rurali) (C)
 - 67 Sicilia (Città) (C)
 - 68 Sicilia (Rurali) (C)
 - 69 Calabria (Città) (C)
 - 70 Calabria (Rurali) (C)
 - 71 Campania (Città) (C)
 - 72 Campania (Rurali) (C)
 - 73 Puglia (Città) (C)
 - 74 Puglia (Rurali) (C)
 - 75 Basilicata (Città) (C)
 - 76 Basilicata (Rurali) (C)
 - 77 Sicilia (Città) (C)
 - 78 Sicilia (Rurali) (C)
 - 79 Calabria (Città) (C)
 - 80 Calabria (Rurali) (C)
 - 81 Campania (Città) (C)
 - 82 Campania (Rurali) (C)
 - 83 Puglia (Città) (C)
 - 84 Puglia (Rurali) (C)
 - 85 Basilicata (Città) (C)
 - 86 Basilicata (Rurali) (C)
 - 87 Sicilia (Città) (C)
 - 88 Sicilia (Rurali) (C)
 - 89 Calabria (Città) (C)
 - 90 Calabria (Rurali) (C)
 - 91 Campania (Città) (C)
 - 92 Campania (Rurali) (C)
 - 93 Puglia (Città) (C)
 - 94 Puglia (Rurali) (C)
 - 95 Basilicata (Città) (C)
 - 96 Basilicata (Rurali) (C)
 - 97 Sicilia (Città) (C)
 - 98 Sicilia (Rurali) (C)
 - 99 Calabria (Città) (C)
 - 100 Calabria (Rurali) (C)



**Addetti al turismo
sul totale
degli addetti (1996)**

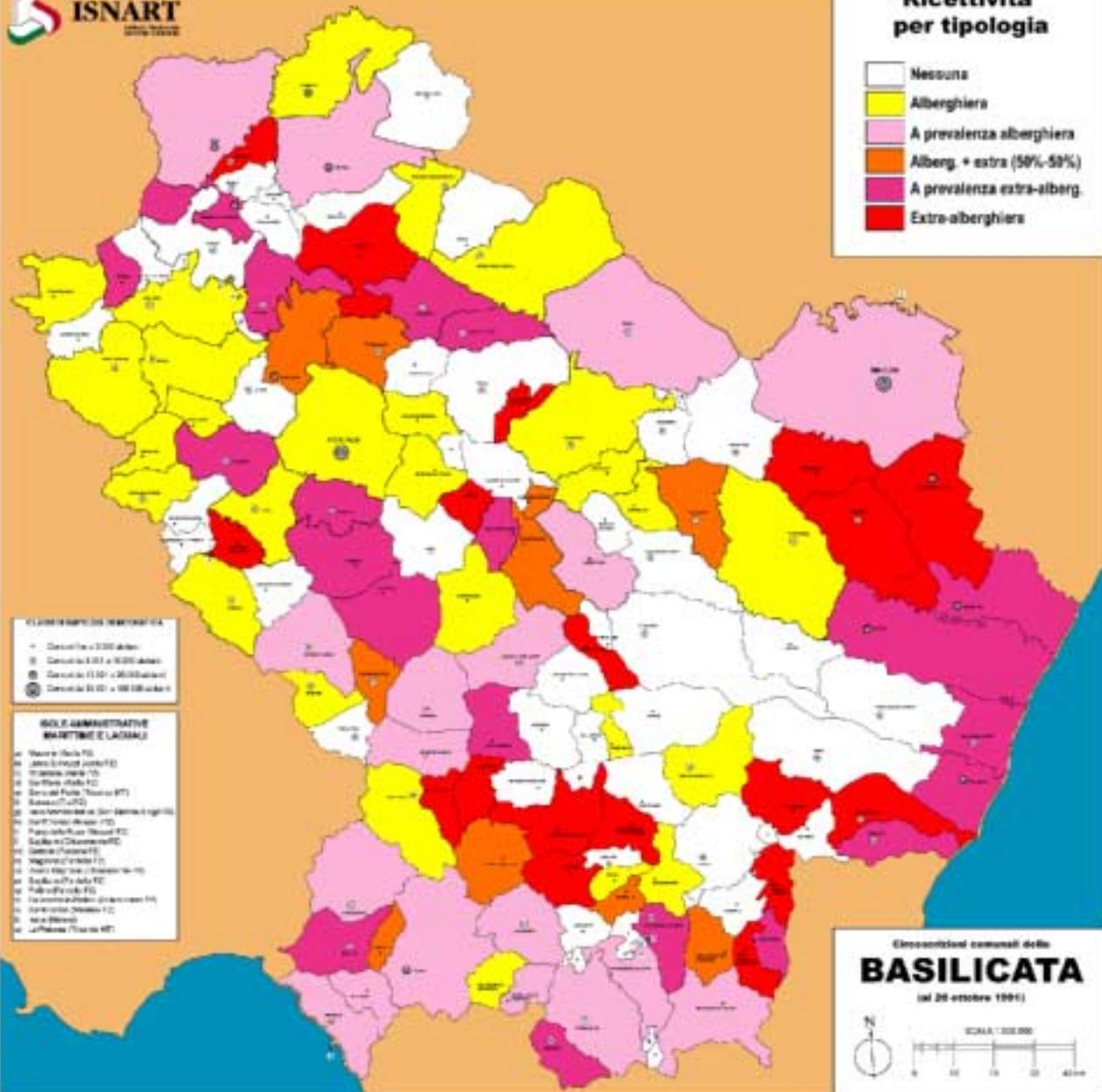


- CLASSI DI ABBONDANZA DEMOGRAFICA**
- Comune fino a 1.000 abitanti
 - ◉ Comune da 1.001 a 10.000 abitanti
 - ◐ Comune da 10.001 a 25.000 abitanti
 - ◑ Comune da 25.001 a 100.000 abitanti

- BOLE AMMINISTRATIVE
MUNICIPALI E LOCALI**
- 1) Mottola (Potenza) (C)
 - 2) Agrotur (Potenza) (C)
 - 3) Agrotur (Mottola) (C)
 - 4) Grottole (Potenza) (C)
 - 5) Grottole (Mottola) (C)
 - 6) Grottole (Mottola) (C)
 - 7) Grottole (Mottola) (C)
 - 8) Grottole (Mottola) (C)
 - 9) Grottole (Mottola) (C)
 - 10) Grottole (Mottola) (C)
 - 11) Grottole (Mottola) (C)
 - 12) Grottole (Mottola) (C)
 - 13) Grottole (Mottola) (C)
 - 14) Grottole (Mottola) (C)
 - 15) Grottole (Mottola) (C)
 - 16) Grottole (Mottola) (C)
 - 17) Grottole (Mottola) (C)
 - 18) Grottole (Mottola) (C)
 - 19) Grottole (Mottola) (C)
 - 20) Grottole (Mottola) (C)



Ricettività per tipologia

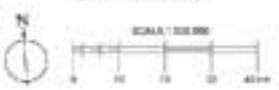


CLASSIFICAZIONE DEMOGRAFICA

- Comuni con 2000 abitanti
- ◉ Comuni da 1001 a 10000 abitanti
- ◉ Comuni da 1001 a 10000 abitanti
- ◉ Comuni da 1001 a 10000 abitanti

- ISOLE AMMINISTRATIVE MARITIME E LAGUNALI**
- 41. Marone (SA) (CI)
 - 42. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 43. Marone (SA) (CI)
 - 44. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 45. Marone (SA) (CI)
 - 46. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 47. Marone (SA) (CI)
 - 48. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 49. Marone (SA) (CI)
 - 50. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 51. Marone (SA) (CI)
 - 52. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 53. Marone (SA) (CI)
 - 54. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 55. Marone (SA) (CI)
 - 56. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 57. Marone (SA) (CI)
 - 58. San Felice a Paolis (SA) (CI)
 - 59. Marone (SA) (CI)
 - 60. San Felice a Paolis (SA) (CI)

Comunità locali comunali della
BASILICATA
(al 30 ottobre 1991)



Abitazioni non occupate per vacanza (1991)

Classi:



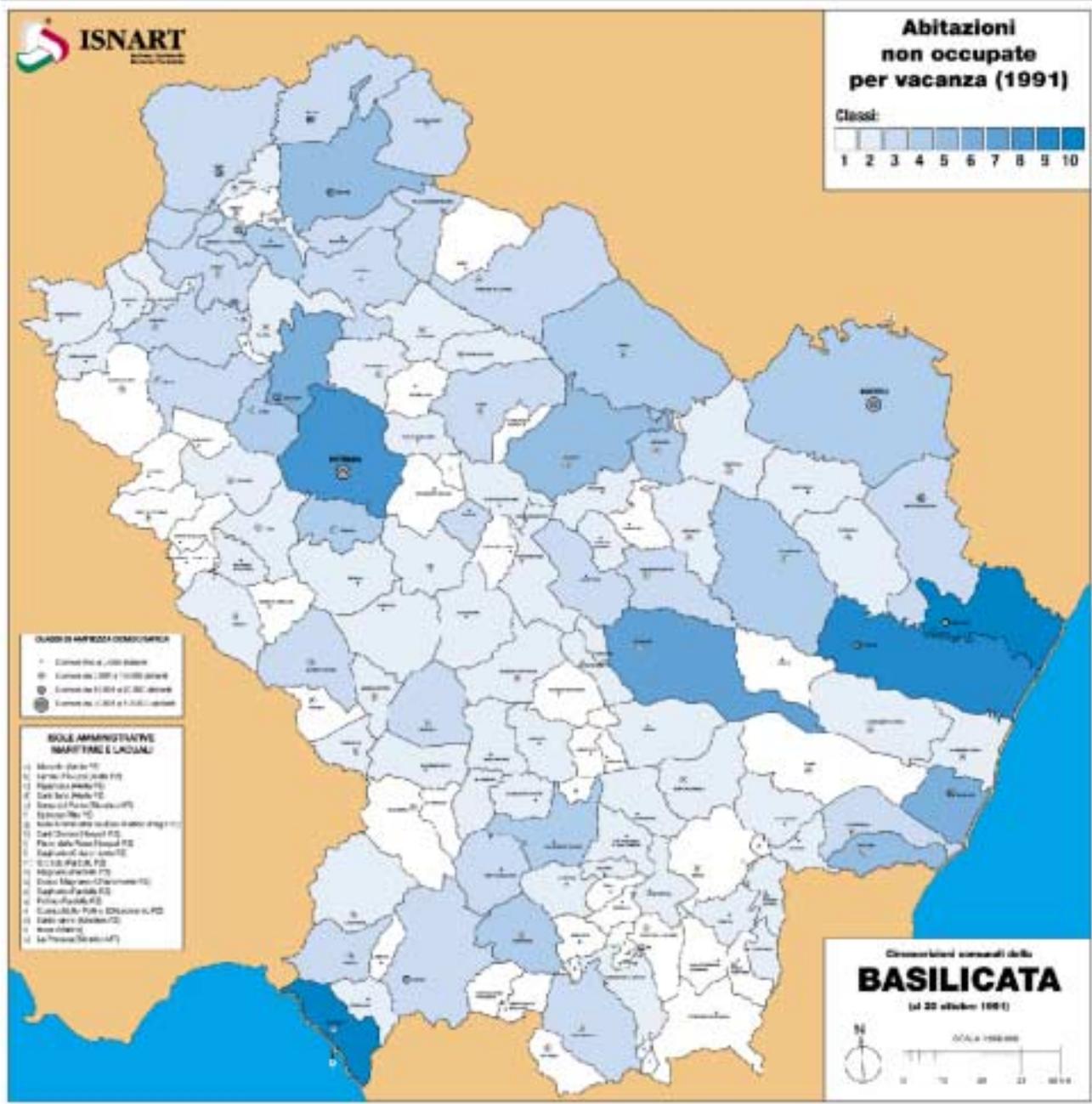
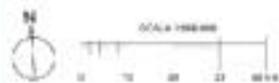
CLASSE DI ABBEZZATA DEMOGRAFICA

- 1 Comune fino a 1.000 abitanti
- 2 Comune da 1.001 a 10.000 abitanti
- 3 Comune da 10.001 a 25.000 abitanti
- 4 Comune da 25.001 a 100.000 abitanti

BOLE AMMINISTRATIVE MARITIME E LOCALI

- 10 Bovino (CB) (C)
- 11 Agropoli (SA) (C)
- 12 Sperlonga (LT) (C)
- 13 Grotto (AN) (C)
- 14 Porto Cervo (CA) (C)
- 15 Sperlonga (LT) (C)
- 16 Porto Cervo (CA) (C)
- 17 Porto Cervo (CA) (C)
- 18 Porto Cervo (CA) (C)
- 19 Porto Cervo (CA) (C)
- 20 Porto Cervo (CA) (C)
- 21 Porto Cervo (CA) (C)
- 22 Porto Cervo (CA) (C)
- 23 Porto Cervo (CA) (C)
- 24 Porto Cervo (CA) (C)
- 25 Porto Cervo (CA) (C)
- 26 Porto Cervo (CA) (C)
- 27 Porto Cervo (CA) (C)
- 28 Porto Cervo (CA) (C)
- 29 Porto Cervo (CA) (C)
- 30 Porto Cervo (CA) (C)

Comuni comunali della
BASILICATA
 (al 30 ottobre 1991)



Ricettività e risorse culturali



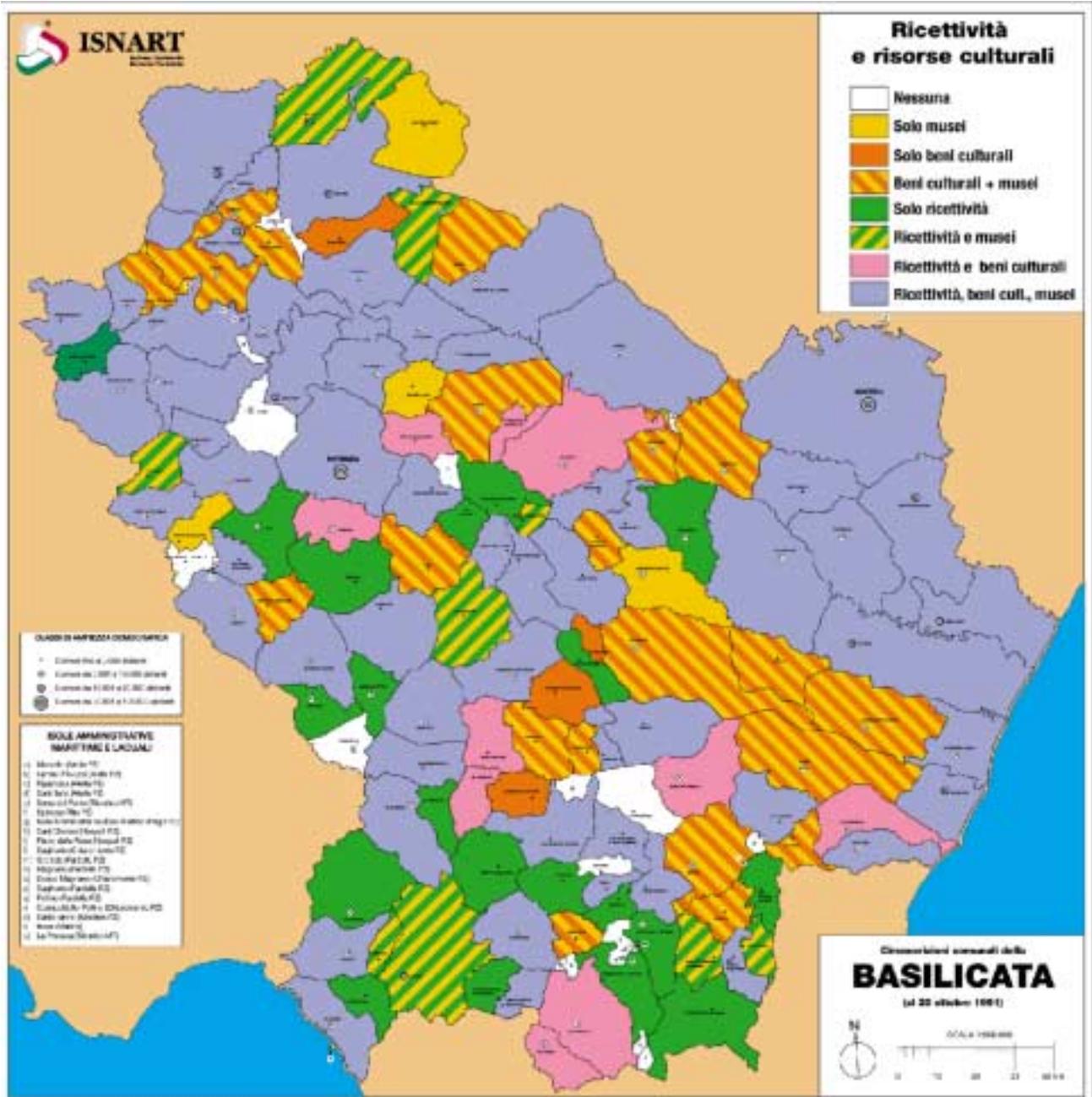
CLASSE DI ABBONDANZA DEMOGRAFICA

- Comune da 1.000 abitanti
- Comune da 2.000 a 10.000 abitanti
- Comune da 11.000 a 25.000 abitanti
- Comune da 25.000 a 100.000 abitanti

SCHELETTRO AMMINISTRATIVO TERRITORIALE E LOCALI

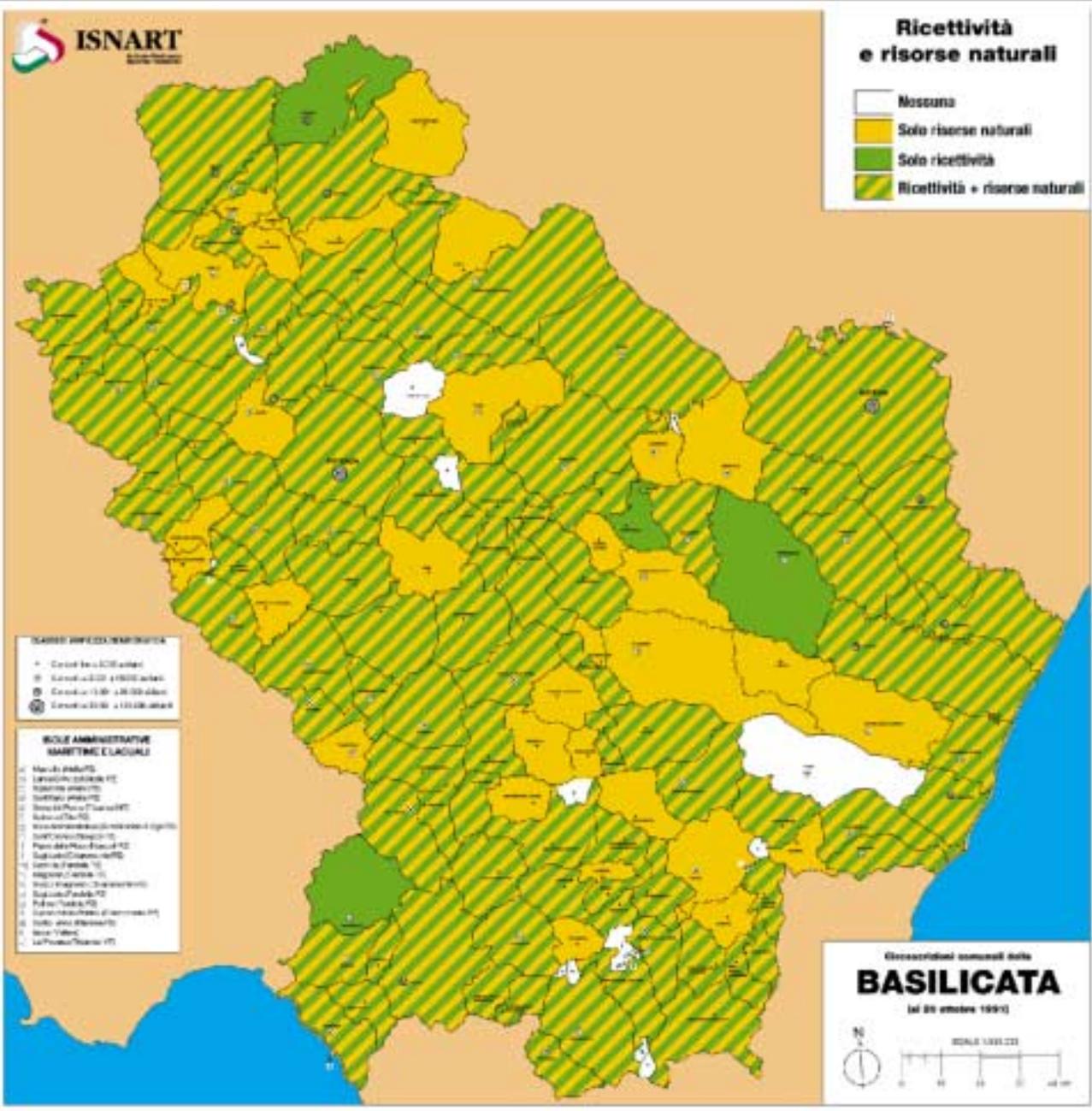
- 1) Mottola (TA) (C)
- 2) Aprano (Potenza) (PS)
- 3) Spigno (AV) (C)
- 4) S. Maria (SA) (C)
- 5) S. Maria (SA) (C)
- 6) S. Maria (SA) (C)
- 7) S. Maria (SA) (C)
- 8) S. Maria (SA) (C)
- 9) S. Maria (SA) (C)
- 10) S. Maria (SA) (C)
- 11) S. Maria (SA) (C)
- 12) S. Maria (SA) (C)
- 13) S. Maria (SA) (C)
- 14) S. Maria (SA) (C)
- 15) S. Maria (SA) (C)
- 16) S. Maria (SA) (C)
- 17) S. Maria (SA) (C)
- 18) S. Maria (SA) (C)
- 19) S. Maria (SA) (C)
- 20) S. Maria (SA) (C)

Comuni e territori comunali della
BASILICATA
(al 31 ottobre 1991)



Ricettività e risorse naturali

-  Mancuna
-  Solo risorse naturali
-  Solo ricettività
-  Ricettività + risorse naturali

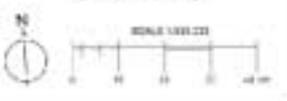


ICARDI ANFITEATRALI

- Cortile di S. Costantino
- Cortile di S. Maria
- Cortile di S. Maria
- Cortile di S. Maria

- SCHE AMMINISTRATIVE MARITIME E LOCALI**
- 1. Marone (SA) (SA)
 - 2. Marone (SA) (SA)
 - 3. Marone (SA) (SA)
 - 4. Marone (SA) (SA)
 - 5. Marone (SA) (SA)
 - 6. Marone (SA) (SA)
 - 7. Marone (SA) (SA)
 - 8. Marone (SA) (SA)
 - 9. Marone (SA) (SA)
 - 10. Marone (SA) (SA)
 - 11. Marone (SA) (SA)
 - 12. Marone (SA) (SA)
 - 13. Marone (SA) (SA)
 - 14. Marone (SA) (SA)
 - 15. Marone (SA) (SA)
 - 16. Marone (SA) (SA)
 - 17. Marone (SA) (SA)
 - 18. Marone (SA) (SA)
 - 19. Marone (SA) (SA)
 - 20. Marone (SA) (SA)
 - 21. Marone (SA) (SA)
 - 22. Marone (SA) (SA)
 - 23. Marone (SA) (SA)
 - 24. Marone (SA) (SA)
 - 25. Marone (SA) (SA)
 - 26. Marone (SA) (SA)
 - 27. Marone (SA) (SA)
 - 28. Marone (SA) (SA)
 - 29. Marone (SA) (SA)
 - 30. Marone (SA) (SA)
 - 31. Marone (SA) (SA)
 - 32. Marone (SA) (SA)
 - 33. Marone (SA) (SA)
 - 34. Marone (SA) (SA)
 - 35. Marone (SA) (SA)
 - 36. Marone (SA) (SA)
 - 37. Marone (SA) (SA)
 - 38. Marone (SA) (SA)
 - 39. Marone (SA) (SA)
 - 40. Marone (SA) (SA)
 - 41. Marone (SA) (SA)
 - 42. Marone (SA) (SA)
 - 43. Marone (SA) (SA)
 - 44. Marone (SA) (SA)
 - 45. Marone (SA) (SA)
 - 46. Marone (SA) (SA)
 - 47. Marone (SA) (SA)
 - 48. Marone (SA) (SA)
 - 49. Marone (SA) (SA)
 - 50. Marone (SA) (SA)
 - 51. Marone (SA) (SA)
 - 52. Marone (SA) (SA)
 - 53. Marone (SA) (SA)
 - 54. Marone (SA) (SA)
 - 55. Marone (SA) (SA)
 - 56. Marone (SA) (SA)
 - 57. Marone (SA) (SA)
 - 58. Marone (SA) (SA)
 - 59. Marone (SA) (SA)
 - 60. Marone (SA) (SA)
 - 61. Marone (SA) (SA)
 - 62. Marone (SA) (SA)
 - 63. Marone (SA) (SA)
 - 64. Marone (SA) (SA)
 - 65. Marone (SA) (SA)
 - 66. Marone (SA) (SA)
 - 67. Marone (SA) (SA)
 - 68. Marone (SA) (SA)
 - 69. Marone (SA) (SA)
 - 70. Marone (SA) (SA)
 - 71. Marone (SA) (SA)
 - 72. Marone (SA) (SA)
 - 73. Marone (SA) (SA)
 - 74. Marone (SA) (SA)
 - 75. Marone (SA) (SA)
 - 76. Marone (SA) (SA)
 - 77. Marone (SA) (SA)
 - 78. Marone (SA) (SA)
 - 79. Marone (SA) (SA)
 - 80. Marone (SA) (SA)
 - 81. Marone (SA) (SA)
 - 82. Marone (SA) (SA)
 - 83. Marone (SA) (SA)
 - 84. Marone (SA) (SA)
 - 85. Marone (SA) (SA)
 - 86. Marone (SA) (SA)
 - 87. Marone (SA) (SA)
 - 88. Marone (SA) (SA)
 - 89. Marone (SA) (SA)
 - 90. Marone (SA) (SA)
 - 91. Marone (SA) (SA)
 - 92. Marone (SA) (SA)
 - 93. Marone (SA) (SA)
 - 94. Marone (SA) (SA)
 - 95. Marone (SA) (SA)
 - 96. Marone (SA) (SA)
 - 97. Marone (SA) (SA)
 - 98. Marone (SA) (SA)
 - 99. Marone (SA) (SA)
 - 100. Marone (SA) (SA)

Elaborazioni basate sulle
BASILICATA
 (al 31 ottobre 1991)



SCALE 1:500.000

3.5 L'ECONOMIA DEL TURISMO LUCANO

I flussi turistici analizzati delineano un settore, quello turistico, in crescita, seppure le dimensioni del mercato siano ancora marginali se rapportate in un confronto nazionale.

In termini economici, più che di capacità di spesa dei turisti in Basilicata, sia degli italiani che degli stranieri, che è pari al resto del Mezzogiorno, le piccole dimensioni sono dovute essenzialmente all'entità dei flussi.

Infatti, in Basilicata, il turista italiano in media spende individualmente 1 milione 133 mila lire per la vacanza e per tutta la famiglia 3 milioni 167 mila lire.

Considerando che la permanenza media degli italiani in Basilicata è di circa sei notti, la spesa non sottende la scelta della Basilicata come vacanza economica. Anche per gli stranieri la spesa media, infatti, risulta di medio livello, pari a 1 milione 800 mila lire per individuo e a 2 milioni e 400 mila per la famiglia (con in media un numero di componenti inferiore a quello italiano).

La spesa media degli italiani per le vacanze in Basilicata nel 1998

Spesa media per le vacanze nel 1998 per sé	1.133.000
Spesa media per le vacanze nel 1998 per tutta la famiglia	3.167.000

Fonte: Rilevazione diretta Isnart, 1999

La spesa media degli stranieri per le vacanze in Basilicata nel 1998

Spesa media per le vacanze nel 1998 per sé	1.800.000
Spesa media per le vacanze nel 1998 per tutta la famiglia	2.400.000

Fonte: stima Isnart su fonti U.I.C, Ist. Tagliacarne, TCI, 1999

Nel totale il turismo straniero fa fatturare alla regione 82 miliardi (1998) con una crescita rispetto al 1997 del +13,9%, in controtendenza con il dato sui movimenti totali valutari per partite invisibili della bilancia dei pagamenti della regione che diminuiscono del -12%.

Le entrate del turismo domestico possono invece stimarsi in oltre 200 miliardi, portando così le entrate totale generate dal settore a circa 300 miliardi di lire.

La capacità di generare un buon grado di ricchezza nonostante l'esiguità degli arrivi è dovuta più alla permanenza media più elevata rispetto alle altre destinazioni turistiche, che non alle tariffe medie applicate nelle strutture ricettive della regione. Infatti, le tariffe applicate sono piuttosto economiche se rapportate alle altre mete nazionali e soprattutto del Mezzogiorno.

Prezzi medi per provincia e per tipo di alloggio

	5 stelle	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella	Agriturismo
MEDIA POTENZA	430.000	182.150	95.688	64.069	43.903	52.500
MEDIA MATERA		165.000	83.285	55.000	39.750	63.458
MEDIA BASILICATA	430.000	173.575	89.486	59.535	41.826	57.979

Fonte: stima Isnart

3.6 LA CONGIUNTURA DELL'ESTATE 1999

L'andamento dell'estate 1999 per gli operatori turistici lucani evidenzia un trend tutto positivo.

Occupazione delle camere (%)

	alberghi 2 stelle	alberghi 3 stelle	alberghi 4 stelle	Campeggi
Mese di Agosto				
Dal 30 al 50%	20,0	25,0	16,7	0,0
Dal 51 al 75%	30,0	35,7	16,7	0,0
Fino al 100%	50,0	39,3	66,7	100,0
Mese di settembre				
Dal 5 al 25%	20,0	36,0	0,0	50,0
Dal 26 al 50%	80,0	36,0	50,0	50,0
Dal 50 al 75%	0,0	24,0	33,3	0,0
Fino al 100%	0,0	4,0	16,7	0,0

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

% media di occupazione delle camere per categoria

	Agosto	Settembre
Alberghi 2 stelle	72,3	31,3
Alberghi 3 stelle	68,0	35,5
Alberghi 4 stelle	80,5	58,3
Campeggi	91,6	15,0
Totale	73,2	34,9

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

L'occupazione delle camere negli alberghi della regione nel mese di Agosto è stata molto alta: in oltre la metà degli alberghi (52%), infatti, si è rilevata un'occupazione tra il 76% ed il 100% delle camere.

In particolare, questa situazione di tendenza al tutto esaurito è più diffusa tra gli alberghi di categoria alta, tra cui il 66,7% delle strutture dichiara di avere tassi di occupazione elevati.

Anche per il mese di Settembre si sono registrati tassi di occupazione soddisfacenti: il 48,9% degli alberghi lucani non occupa mai meno del 25% delle sue camere, ed il 22,2% ne vede occupate più della metà (17,8% di alberghi con un tasso di occupazione tra il 50% ed il 75%; 4,4% di esercizi tra il 76% ed il 100% di occupazione delle stanze).

Anche in Settembre sono gli hotel a 4 stelle a registrare i tassi di occupazione più alti.

Infatti, dal 22,2% di alberghi con occupazione tra il 50% ed il 100% si arriva per questa sola categoria al 50% di strutture con un'occupazione che supera la metà delle camere (33,3% di alberghi con un tasso di occupazione tra il 50% ed il 75%; 16,7% di esercizi tra il 76% ed il 100% di occupazione delle stanze).

% di clientela italiana (%)

	Italiana
Fino al 50%	15,0
Dal 51 al 75%	12,5
Dal 76 al 90%	22,5
Dal 91 al 100%	50,0
Totale	100,0

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

La clientela ospitata nelle strutture lucane è prevalentemente italiana: il 72,5% degli alberghi dichiara, infatti, di avere una clientela italiana per il 90-100% del totale.

% di clientela straniera (%)

	Straniera
Fino al 15%	33,3
Dal 16 al 50%	47,6
Dal 51 al 100%	19,0
Totale	100,0

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

Nelle strutture dove quest'estate sono stati presenti turisti stranieri, questi ultimi hanno costituito una quota tra il 50% ed il 100% della clientela nel 19% delle strutture. Nel 47,6% degli alberghi, comunque, il turismo straniero ha costituito una quota dal 16% al 50% della clientela.

Rispetto allo scorso anno, sia il turismo italiano che quello straniero appare stabile, tendente all'aumento.

Andamento rispetto allo scorso anno (%)

	Aumentato	Stabile	Diminuito	Totale
Italiani	35,4	52,1	12,5	100,0
Stranieri	25,0	65,6	9,4	100,0

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

Per quanto concerne il turismo domestico, nel 35,4% degli esercizi ricettivi i turisti italiani risultano in aumento rispetto alla scorsa estate e nel 52,1% sono tendenzialmente stabili.

Anche relativamente alle presenze straniere il 25% degli esercizi le dichiara in aumento rispetto allo scorso anno, ed il 65,6% ne dichiara la stabilità.

Un'ulteriore conferma alla stabilità di mercato è data dalla percentuale di clientela "fedele" che torna nella stessa struttura ricettiva.

Percentuale di clientela fedele

	%
Dall'1 al 19%	33,3
Dal 20 al 50%	43,6
Dal 51 all'80%	23,1
Totale	100,0

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

Il 23,1% degli alberghi dimostra di avere una quota di clienti "fedeli" tra il 51 e l'80% del totale dei clienti, dato rafforzato dal 43,6% di strutture ricettive che dichiara una fetta di clienti che tornano ogni anno tra il 20 ed il 50%, garantendo così una presenza costante in termini di occupazione.

Un dato significativo della stabilità del mercato, per ciò che riguarda il processo di adeguamento tecnologico, è quello relativo all'utilizzo di strumenti di prenotazione in rete.

Presenza su Internet

	%
no	38,0
si	62,0
se si	
per pubblicità	100,0
per prenotazioni	22,6

(più risposte possibili)

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta O.T.R.

Prenotazioni ricevute via Internet = 6,9 % della clientela

In particolare, gli operatori lucani si sono inseriti in quella grande rete che è il sistema Web, utilizzando la vetrina Internet nel 62% dei casi.

Tra questa quota di operatori turistici ricettivi presenti in Internet, tutti hanno un sito a carattere pubblicitario ed il 22,6% dispongono inoltre della possibilità di prenotazione via Web.

Appare, quindi, molto interessante la quota di clientela che si è prenotata nelle strutture ricettive lucane via Internet, che è pari in media al 6,9% della clientela di quest'estate.

4. Analisi dei punti di Forza e Debolezza della domanda

Dall'analisi dei dati sulla clientela rilevati dagli operatori lucani e confermati nelle statistiche ufficiali, si evincono considerazioni che da un lato si uniformano alla tendenza generale dei principali mercati internazionali di turismo verso l'Italia, dall'altra però mettono in luce un quadro complessivo delle debolezze di pianificazione del settore.

Per quanto concerne il mercato domestico, i flussi verso la regione vedono prevalentemente presenze di turisti provenienti dalla Puglia e dalla Campania, che costituiscono circa la metà delle presenze italiane nella regione. Si tratta di un turismo di prossimità, che congiuntamente al mercato interno regionale, costituisce lo zoccolo duro del movimento turistico, anche in virtù della consistenza numerica che vede la prevalenza sostanziale del mercato nazionale.

Appare necessario sottolineare come in tutto il Mezzogiorno, ed in particolare in Basilicata, esista un fenomeno stabilizzato che vede una grande quota di flussi turistici cosiddetti "di ritorno". Dall'inizio del secolo, il sud Italia è stata l'area più interessata dal fenomeno dell'emigrazione che ha visto consistenti flussi di residenti muoversi prima verso i continenti americani e australiani, e verso i paesi forti dell'Europa, e poi verso il nord Italia.

Tale mobilità ha innestato un processo di collegamento tra le famiglie ormai residenti in altre regioni/paesi ed il territorio di origine, che trova i suoi momenti di punta proprio in concomitanza alla vacanza.

E' per queste valutazioni che tali spostamenti si inseriscono tra i movimenti turistici rilevati, pur risultando difficile circoscrivere questa motivazione di viaggio dalle altre, e che questa quota di vacanzieri di ritorno costituisce un potenziale economico per il settore del turismo, pur necessitando di specifiche azioni strategiche.

Molto interessanti risultano, però, anche le quote di turisti italiani provenienti dalla Lombardia e dal Lazio, che come grandi viaggiatori (sono infatti le regioni italiane da cui partono le quote maggiori di turisti) mettono in luce una certa attrattività delle destinazioni lucane.

Ancora nel complesso, quote residue ma comunque significative di turisti provengono dal Piemonte, dall'Emilia Romagna e dalla Toscana, ed in misura minore dalla Sicilia, dal Veneto e dalla Calabria.

I flussi turistici internazionali, anche se numericamente limitati, mostrano un quadro sostanzialmente in linea con quello della tendenza nazionale.

Il primo mercato estero di provenienza del turismo lucano è infatti la Germania, che in Italia rappresenta circa il 40% dei flussi stranieri.

Seguono i turisti dal Regno Unito, dalla Francia e dagli Usa ed in minor misura dalla Svizzera. Questi mercati si inseriscono da un lato come quota dei più generali flussi verso l'Italia di cui sono da anni bacini di riferimento, dall'altro sono in parte riconducibili ad una quota internazionale del turismo di ritorno.

Ciò detto, a fronte di una potenzialità di mercato in particolare sul prodotto balneare e culturale, su bacini di domanda forti come i grandi paesi

emettitori di turismo europei e per l'Italia il Lazio e la Lombardia, grandi vacanzieri, lo sviluppo turistico della Basilicata non ha ancora raggiunto un grado sufficiente di utilizzo delle risorse di ospitalità.

Infatti, a livello teorico, a fronte di circa 18 mila posti letto, l'occupazione massima potenziale potrebbe raggiungere un totale di presenze pari a 6,5 milioni, mentre attualmente se ne ricavano 1,3 milioni, con un rapporto di utilizzo del potenziale del solo 20%. Anche considerando l'alta stagione, quando nei tre mesi estivi si ottengono presenze maggiori rispetto al resto dell'anno, tale utilizzo del potenziale arriva solo in media al 45% e solo nel mese di Agosto si raggiunge l'80% di occupazione.

Considerando anche la percentuale di clientela fedele, che per la Basilicata risulta in media pari al 32%, quindi utilizzabile per azioni concrete di "direct marketing" e di veicolo dell'esperienza positiva verso il passaparola. Quest'ultimo infatti rappresenta uno degli strumenti di comunicazione per la scelta della destinazione tra i più convincenti per il 26% dei turisti italiani, e che, secondo la CCIAA di Matera per il Metapontino, sale addirittura al 46,7%.

Esiste poi una grossa carenza per quanto riguarda la commercializzazione dei prodotti turistici sia verso il turismo domestico, che verso l'estero. Infatti nella rilevazione estiva presso gli operatori, si è rilevato come la media di % di clientela organizzata dal sistema di intermediazione sia pari solo al 10%, quando la stessa media nazionale è pari al doppio.

Si tratta pertanto di una carenza, questa, che se risolta potrebbe incidere decisamente sullo sviluppo futuro del turismo in Basilicata, anche in virtù di un sistema di accoglienza che vede una capacità in termini di posti letto poco utilizzata.

Inoltre, anche considerando la Basilicata in termini di prodotto turistico offerto sul mercato, si nota che:

- il prodotto balneare è quello più appetibile allo stato attuale;
- il prodotto culturale, con la punta nell'offerta di Matera, soffre di un turismo escursionistico dalle altre destinazioni turistiche e non riesce ancora ad attirare flussi consistenti di soggiornanti;
- il prodotto verde, termale, legato alle motivazioni di relax e di ritrovarsi con la famiglia, attrae ancora solo il turismo di prossimità, sottolineando come non esista una vera e propria strategia di commercializzazione mirata a questa tipologia di prodotto.

La sensazione è che il turismo in Basilicata sia ancora troppo legato ad una spontaneità di scelta della domanda e che non vi sia un controllo strategico basato su proposte mirate ai prodotti, che permetta di sviluppare una pianificazione di marketing legata alle motivazioni della vacanza (che si traducono nei prodotti offerti), piuttosto che alle destinazioni di punta.

E' inoltre importante considerare come l'offerta di servizi ai turisti presenti nelle destinazioni di punta sia ancora poco sviluppata e come si imposti ancora lo sviluppo del settore turistico più sulla presenza delle risorse connesse e non sull'utilizzo delle stesse in chiave del loro "management" e di riorganizzazione del territorio verso l'ospite.

5. I PRODOTTI TURISTICI ATTUALI E POTENZIALI

Sulla base delle variabili considerate sono stati identificati 9 tipologie di turismi possibili in base alle risorse esistenti nella regione: mare, affari, archeologico, culturale, ricerca del tipico, naturalistico, termale, religioso e di ritorno.

Sono state pertanto ricondotte a tale tipologia le variabili di analisi con il seguente raggruppamento:

PRODOTTO	VARIABILI
MARE	Numero stabilimenti balneari
	Presenza di mare
	Presenza di centro balneare
AFFARI	Numero sedi congressuali
	Presenza di centro fieristico
ARCHEOLOGICO	Presenza di beni archeologici
	Presenza di centro archeologico
	Numero musei archeologici
	Numero siti archeologici
CULTURALE	Presenza di beni artistici
	Presenza di beni monumentali
	Presenza di parco letterario
	Presenza di itinerario storico artistico culturale
	Presenza di centro artistico culturale
	Numero altri musei
	Numero monumenti storici
	Numero castelli e dimore
	Numero manifestazioni folkloristiche
Numero eventi	
TIPICO	Presenza di produzioni enogastronomiche
	Presenza di produzioni artigianali
	Presenza di itinerario enogastronomico
	Presenza di centro gastronomico
	Presenza di centro artigianale

(segue)

PRODOTTO	VARIABILI
NATURALISTICO	Presenza di mare
	Presenza di lago
	Presenza di montagna
	Presenza di centro sciistico
	Presenza di collina
	Presenza di parco naturale
	Presenza di acque termali
	Presenza di itinerario naturalistico ambientale
	Presenza di centro naturalistico ambientale
TERMALE	Presenza di acque termali
	Presenza di centro termale
	Presenza di centro estetico
RELIGIOSO	Presenza di itinerario religioso
TURISMO DI RITORNO	Rapporto abitazioni non occupate utilizzate per vacanza su totale abitazioni '91

Sono stati quindi costruiti indicatori sintetici di prodotto ed analizzati i comuni secondo le caratteristiche espresse relativamente agli indicatori dei diversi turismi individuati.

Tramite un'elaborazione degli indicatori per comune, con il metodo della "cluster analysis", sono stati raggruppati i comuni secondo la presenza prevalente delle caratteristiche di prodotto.

Secondo tale raggruppamento poi si è verificata la capacità dei flussi e le modalità di comportamento della clientela.

L'analisi così condotta ha pertanto individuato 7 gruppi di comuni, le cui specificità sono descritte nel paragrafo che segue.

5.1 LA GEOGRAFIA DEI PRODOTTI

Lo studio territoriale, effettuato sulla base di tutte le variabili considerate, ha permesso di individuare 7 gruppi di prodotto/località:

GRUPPO 1: “*le Testimonianze della memoria*”

GRUPPO 2: “*le Fonti del benessere*”

GRUPPO 3: “*le Onde della cultura*”

GRUPPO 4: “*le Stelle marine*”

GRUPPO 5: “*le Radici della tradizione*”

GRUPPO 6: “*le Dolci vette*”

ed in ultimo il GRUPPO 7: “*l’Altro turismo*”.

GRUPPO 1: Le Testimonianze della memoria

COMUNI: Aliano, Banzi, Craco, Castronuovo di Sant'Andrea, Ferrandina, Grumento Nova, Irsina, Matera, Miglionico, Montalbano Jonico, Montescaglioso, Muro Lucano, Potenza, Ruvo del Monte, Satriano di Lucania, Senise, Tolve, Tricarico, Tursi, Vaglio Basilicata, Venosa.

Questo gruppo si caratterizza per la forte presenza di beni e risorse di tipo archeologico e culturale. Inoltre risulta rilevante la dotazione di risorse naturalistiche di pregio e di produzioni tipiche.

Per quanto riguarda la capacità di accoglienza ⁽²⁾ questa ipotesi di prodotto conta 47 esercizi ricettivi per un totale di 2.159 posti letto. Si tratta di strutture prevalentemente aperte tutto l'anno (apertura annuale 85,2%) con una media di addetti pari a 5,8 ed una percentuale di lavoratori stagionali più bassa della media regionale (solo 15,5%).

Spiccano per dotazione i capoluoghi di provincia, il comune di Montescaglioso, con un numero elevato di siti archeologici, e quello di Irsina per i suoi musei e le sue manifestazioni folkloristiche. Segue il comune di Senise, per i suoi beni monumentali e per la numerosità degli eventi ospitati.

Bisogna però distinguere tra i comuni che, oltre a vantare un'offerta archeologico-culturale di pregio, risultano capaci di ricettività turistica, da quelli dove non è presente nessuna consistenza ricettiva, come Aliano, Banzi, Craco, Montalbano Jonico, Ruvo del Monte, Senise, Tolve e Tursi.

²⁾ dati Istat 1997, inferiori per la diversa modalità di rilevamento al censimento O.T.R.. Sono stati in quest'ambito utilizzati i dati ufficiali per una maggiore coerenza con i dati relativi ai flussi.

In questi comuni si potrà ipotizzare di collegare a circuito queste destinazioni con altre di prossimità già dotate di una consistenza ricettiva.

La tipologia ricettiva prevalente risulta, nel gruppo, quella alberghiera, con l'eccezione del comune di Montescaglioso, dove vi è una presenza interessante di strutture agrituristiche.

Il gruppo si distingue inoltre per la dotazione di servizi di intermediazione turistica, con in testa i capoluoghi, e bancari. I servizi di ristorazione risultano molto buoni solo nei comuni-capoluogo, a Satriano di Lucania, ed in misura minore a Montalbano Jonico e Montescaglioso.

Le carenze più evidenti riguardano i collegamenti da/verso la regione ed i servizi di sicurezza.

Per quanto riguarda poi la qualità delle dotazioni nelle strutture ricettive, in questi comuni risulta una presenza sostanziale di requisiti di base per l'accoglienza (il bagno in camera, il riscaldamento, il telefono e la tv), definendo questo gruppo tra i migliori per qualità dei servizi negli esercizi ricettivi.

Messe in luce le dotazioni di offerta, appare interessante segnalare come tali risorse siano particolarmente coerenti anche con le motivazioni di viaggio/soggiorno.

Infatti la motivazione turistica della clientela di questo gruppo è, oltre a quella di lavoro, prevalentemente quella legata all'archeologia.

Si tratta prevalentemente di turisti d'affari, di gruppi scolastici di giovani e di un turismo della terza età, sia di gruppo che d'élite.

La gran parte di questi flussi è italiana (91,8%) proveniente dalla Lombardia, dalla Puglia, dalla stessa Basilicata e dalla Campania. Risulta interessante sottolineare come sia l'unico gruppo dove i principali turisti italiani provengano dalla Lombardia (16,3%), giustificabile in buona parte dal turismo d'affari ma anche dall'interesse archeologico-culturale.

Quest'ultima motivazione di vacanza sembra attrarre anche, seppur in misura minore, i turisti provenienti dal Piemonte, dalla Toscana e dal Lazio.

Il turismo straniero, invece, pari ad una quota dell'8,2%, proviene principalmente dalla Germania, dagli Stati Uniti, dalla Francia e dalla Gran Bretagna. Tale quota può ricondursi ad un turismo di motivazione culturale, inserito spesso in circuiti nazionali, di più ampia visitazione.

Oltre i bacini primari di domanda, esistono allo stato attuale quote interessanti anche di turisti olandesi, australiani e giapponesi.

Queste considerazioni possono portare alla opportunità di realizzare un vero e proprio prodotto turistico come circuito archeologico-culturale, sia date le dotazioni di offerta, sia per la tipologia di domanda che già vi si rivolge.

Appare però necessario da una parte considerare la possibilità di sviluppare l'offerta in maniera tale da realizzare una rete sistematica per la commercializzazione, dall'altra di puntare ad una strategia di promocomunicazione non sulle singole destinazioni ma sul prodotto nel suo complesso.

GRUPPO 2: Le Fonti del benessere

COMUNI: Avigliano, Bella, Latronico, Rapolla, Tramutola.

Questo gruppo si delinea come dotato di risorse per il “fitness”, la cura del corpo, il benessere e le cure termali. Si tratta di comuni inseriti in ambienti di pregio naturalistico, tra i quali spiccano in particolare Latronico, per la presenza di un parco naturale, di itinerari naturalistici (insieme ad Avigliano e Bella) e di produzioni tipiche enogastronomiche.

Infatti, in relazione a quest’ultima risorsa, si evidenzia anche la presenza di eventi e manifestazioni a carattere folkloristico e di degustazione.

Ad eccezione del comune di Tramutola, si tratta di comuni turisticamente ricettivi. Mentre Latronico emerge nel gruppo per una numerosità rilevante di strutture (soprattutto alberghiere), la tipologia ricettiva appare a carattere misto con strutture alberghiere ed extralberghiere, ma numericamente non elevata.

Infatti, si contano in questo gruppo 12 esercizi ricettivi per 410 posti letto, aperti tutto l’anno, ma che si caratterizzano per una qualità delle dotazioni più bassa rispetto ai servizi di base. Infatti, mentre si evince la presenza di servizi di riscaldamento, bagni in camera e telefono, più della metà degli esercizi non dota le stanze di televisione, radio e frigobar.

Per quanto riguarda l’occupazione del personale addetto, in media 4,5 per esercizio, si tratta di strutture a carattere prevalentemente familiare che si rivolge prevalentemente ai lavoratori stagionali nei periodi di maggiore afflusso (83,3% sul totale occupati).

Mentre appaiono sufficienti i servizi di ristorazione (in alcuni casi addirittura numerosi come ad Avigliano e Latronico), questo gruppo di comuni risulta mediamente tra i meno dotati di infrastrutture di collegamento e di servizi di mobilità. In generale i servizi ai residenti si presentano ai limiti della sufficienza.

La tipologia di clientela attuale di questo prodotto è tipicamente di vacanza. Infatti, si tratta di un turismo “leisure” composto da giovani, famiglie e terza età. La prima motivazione di vacanza è quella del relax, seguita dallo stare con la famiglia e dall’interesse per la qualità ambientale del territorio.

Per quanto riguarda la provenienza, è un turismo prevalentemente domestico, interno alla regione e di prossimità (Puglia e Campania), ad eccezione dei turisti provenienti dal Lazio.

Il turismo internazionale (7,5%) risulta minimale e proviene prevalentemente dalla Svizzera, caratterizzandosi come un turismo di ritorno.

Vi è una potenzialità di prodotto in questa ipotesi, ma non può ancora assurgere a vera e propria proposta turistica. Le problematiche prevalenti da risolvere sono da collegarsi alla qualità delle strutture ricettive, ad una tipologia di clientela troppo legata al territorio e poco motivata specificamente dall’interesse per la salute, il “fitness” e il benessere, ma ancora solo potenzialmente vicina a queste motivazioni di viaggio nella scelta di destinazioni dove trovare relax e qualità ambientale. Il quadro che ne esce pertanto è di una presenza di risorse e di vocazioni del territorio verso il prodotto benessere, di cui però la domanda non tiene conto, ma che visita per più generali motivazioni.

GRUPPO 3: Le Onde della cultura

COMUNI: Bernalda, Policoro, Scanzano Jonico.

Il gruppo si caratterizza tra le punte d'eccellenza dell'offerta, presentando caratteristiche di valorizzazione sia delle risorse marine, che culturali.

Infatti, questi comuni marini presentano risorse come siti archeologici (in particolare nel comune di Bernalda), centri e musei. Inoltre Bernalda e Scanzano Jonico risultano dotati di beni culturali e storici, come castelli e dimore, e di un'organizzazione che vede la numerosità di manifestazioni folkloristiche.

E' il gruppo dove si concentra la ricettività turistica, sia per tipologia (tutti i comuni presentano strutture sia alberghiere che extralberghiere) che per la consistenza numerosa delle strutture alberghiere, dei campeggi (Bernalda), ed addirittura esplosiva degli agriturismi (Scanzano Jonico).

Infatti, questi comuni contano nel complesso ben 5.369 posti letto, ma queste 51 strutture si caratterizzano per una forte stagionalità: solo il 29% rimane aperto tutto l'anno.

Tale stagionalità si ripercuote fortemente nella politica di reperimento delle risorse umane, che per il 71,3% risultano stagionali. Le imprese sono prevalentemente a carattere familiare e occupano in media 2,6 addetti per esercizio.

Si tratta delle località tra le più note ai turisti della Basilicata e risultano infatti le più sviluppate anche da un punto di vista di dotazione di servizi sia bancari, che di sicurezza.

Anche la qualità delle dotazioni di servizi negli esercizi ricettivi è medio alta, presentando valori significativi sufficienti per le dotazioni di servizi di base.

Questo gruppo spicca poi per la varietà e numerosità di imprese di ristorazione (il solo comune di Bernalda ne conta più di cento), così come per il fatto di essere le destinazioni turistiche meglio collegate al territorio.

Il gruppo risulta, tra quelli evidenziati dall'analisi, tra i più avanzati sulla strategia di prodotto, per aver organizzato un'offerta congiunta di mare e cultura, che tanto bene si sposa con le motivazioni di viaggio della domanda turistica.

Bisogna però sottolineare che la clientela attuale appare più consapevole dell'offerta balenare che non di quella culturale. Le motivazioni di vacanza risultano infatti il mare, il relax e lo stare con la famiglia, tipiche del turista "leisure" ed in particolare delle famiglie con bambini. Esiste poi una quota interessante anche di clientela d'affari.

Per quanto riguarda le provenienze dei flussi, questo prodotto appare tra i preferiti dei turisti stranieri. Infatti, la quota di turismo internazionale si attesta oltre il 10% contro la media regionale dell'8,9%. Germania, Svizzera, Francia e Gran Bretagna sono i primi bacini di provenienza per questo prodotto, e sembrano essere proprio i più interessati al binomio mare-cultura nella scelta della destinazione della vacanza.

Il turismo domestico, comunque principale mercato (89,7%), presenta come bacini regionali di provenienza oltre a quelli di prossimità, anche il Lazio, l'Emilia Romagna e la Lombardia.

La forza di questo prodotto sul mercato nazionale è testimoniata anche dalla presenza di quote interessanti di turisti provenienti un po' da tutte le regioni.

Vista l'analisi, appare allora economicamente opportuno, per allargare la stagionalità di un prodotto già configurato e su cui poter contare anche in termini di flussi, implementare l'aspetto culturale dell'offerta, che notoriamente attira una domanda fuori stagione, rendendola maggiormente fruibile in termini di organizzazione delle risorse in rete, e attivare relative azioni di promocomunicazione e commercializzazione.

GRUPPO 4: Le Stelle marine

COMUNI: Maratea, Nova Siri, Pisticci, Rotondella.

Luoghi rinomati della cultura balneare lucana, le “Stelle marine” emergono per la dotazione di centri e stabilimenti balneari. A differenza del gruppo precedentemente illustrato, pur manifestando la presenza di beni archeologici, non emerge un’organizzazione mirata su queste risorse.

Si tratta quindi di località del turismo balneare, dotate di una buona ricettività sia alberghiera che extralberghiera, dove spiccano rispettivamente Maratea per la prima e Pisticci per la seconda tipologia. I campeggi (tipologia di alloggio caratteristicamente balneare) prevalgono nel comune di Nova Siri.

Nel complesso questi 4 comuni contano infatti da soli 58 esercizi ricettivi per un totale di oltre 5 mila posti letto e costituiscono con il gruppo 3 oltre la metà dell’offerta di posti letto regionale. Solo la metà degli esercizi però rimane aperta tutto l’anno. Gli esercizi di questo gruppo presentano il più forte carattere di stagionalità, anche per quanto riguarda l’occupazione delle risorse umane. Infatti, pur totalizzando una media di addetti per esercizio pari a 7, superiore alla media regionale di 4,1 addetti, di questi ben l’86,9% sono lavoratori stagionali.

Eventi e itinerari sia naturalistici che religiosi costituiscono l’offerta “soft” sul territorio.

Buona la dotazione di servizi bancari e di sanità, mentre è scarsa quella dei collegamenti, ad eccezione del comune di Pisticci, che si posiziona meglio rispetto al gruppo.

Per ciò che concerne la qualità delle dotazioni nelle strutture ricettive, questo gruppo presenta un livello medio-alto, seppur inferiore a quello rilevato nel gruppo 3. Oltre la metà sono infatti forniti di quasi tutte le dotazioni di base, dal telefono al frigobar.

Molto elevato risulta, inoltre, il numero delle imprese di ristorazione, in particolare nei comuni di Maratea e Pisticci.

La clientela attuale degli esercizi di questi comuni è prevalentemente italiana sul versante potentino, mentre una maggiore attrattiva sui mercati esteri si rileva nella costa metapontina.

Si tratta di una clientela “leisure”, di famiglie con bambini, i cosiddetti “nidi pieni”, attratta dal mare, dal relax e dalla qualità dell’ambiente.

I turisti italiani provengono dalle aree di prossimità, ma con quote comunque interessanti anche da tutte le altre regioni italiane (in particolare Lombardia, Lazio, Piemonte, Emilia Romagna). Anche quelli stranieri provengono oltre che dai principali mercati di riferimento (Germania, Regno Unito, Francia e Svizzera) anche da altri paesi europei (Austria, Olanda) e dai paesi dell’Est.

Appare opportuno introdurre un’argomentazione sul turismo balneare: le destinazioni balneari italiane hanno subito a livello nazionale una maturità di prodotto che ha sviluppato una tendenza alla specializzazione dell’offerta, mirando quest’ultima a “target” o microprodotti specifici.

Infatti sono sempre più frequenti sul territorio nazionale le offerte specifiche sul segmento “famiglie” o “piccoli ospiti”, come nel caso della costiera emiliano-romagnola ed in particolare della provincia di Rimini, dove “Papo”, il simpatico animaletto/bambino, divenuto simbolo dell’offerta balneare specializzata verso i bambini, ha letteralmente incantato la clientela e sul quale si basano le azioni commerciali e promozionali oltre che il “direct marketing” alla clientela fidelizzata.

Altre destinazioni hanno invece puntato le azioni di rivisitazione dell’offerta in chiave di una specializzazione verso i micro prodotti sportivi (dal “diving” al “surfing”, ecc.), mirando così la promo-commercializzazione sui segmenti interessati.

E’ in questo senso che l’offerta italiana di mare sta muovendo, anche tramite la creazione di associazioni volontarie d’impresa, consorzi e club di prodotto.

Appare allora necessario, anche per la spontanea presenza di un turismo definito quale quello delle famiglie, pianificare una riorganizzazione delle proposte, mirando alla creazione di nuovi servizi ad hoc, che puntino ai target specifici del prodotto: dalle famiglie, al turismo sportivo e balneare per i giovani.

GRUPPO 5: Le Radici della tradizione

COMUNI: Acerenza, Castelluccio Inferiore, Corleto Perticara, Episcopia, Francavilla in Sinni, Lavello, Melfi, Rionero in Vulture, Rivello, Rotonda, Sasso di Castalda, Terranova di Pollino, Trecchina, Viggianello, Viggiano.

Questo gruppo si caratterizza per la prevalenza della risorsa naturalistica e dalla presenza di una montagna tutta da scalare, risorse che, unite alla numerosa esistenza di produzioni tipiche, ne fanno territori orientabili verso il turismo montano e rurale e di riscoperta delle tradizioni locali: molto numerose sono infatti le manifestazioni folkloristiche (oltre dieci a Corleto e Rivello) e diffusi gli itinerari religiosi.

In aggiunta alla presenza di produzioni tipiche, appare molto interessante la specializzazione dei molti esercizi ristorativi verso la gastronomia tipica locale, apprezzata attualmente sia dalla domanda turistica italiana che straniera.

In questo gruppo, poi, si evince una presenza non sottovalutabile di beni e risorse culturali ed archeologiche (anche se in misura minore rispetto ai gruppi caratterizzati da questi elementi), di musei nel comune di Acerenza, aggiunti alla dotazione di parchi letterari nei comuni di Corleto, Lavello, Melfi, Rivello e Sasso di Castalda.

Ma anche la presenza dei laghi e di parchi naturali contribuiscono a farne un gruppo turisticamente molto interessante, sia per la varietà delle potenzialità di prodotto, che al contempo per la caratteristica delle stesse che li accomuna sotto la voce della “tipicità lucana”.

Si tratta, infine, di comuni già dotati di strutture ricettive (ad eccezione dei comuni di Episcopia e Sasso di Castalda) con una numerosità sufficiente (almeno 4 esercizi) ed in alcuni casi molto dotati. Infatti, i comuni di Viggianello e Rionero spiccano per numero di alberghi, rispettivamente 10 e 7. Rionero, inoltre, ospita anche 20 strutture agrituristiche.

Nel complesso, in questo gruppo si contano 85 esercizi per 2.226 posti letto, aperti tutto l'anno nel 90% dei casi e che risultano tra i meno sottoposti all'influenza stagionale. Infatti, anche l'occupazione dipendente rispetto a quella totale (3,4 addetti in media) è pari ad una quota dell'81,2%.

Per quanto riguarda la diffusione di servizi, il gruppo denota da un lato una carenza di collegamenti e di servizi di sicurezza, dall'altro però si connota come il secondo gruppo (dopo il gruppo 3) per l'offerta di uffici di informazioni turistiche, presenza di Pro-Loce e di servizi di utilità comuni, come quelli postali.

Anche le dotazioni di servizi nelle strutture ricettive sono diffuse e presentano un livello qualitativo medio-alto, offrendo in oltre il 60% dei casi tutti i servizi di base.

Si tratta di un prodotto turistico a tutti gli effetti. Infatti, la clientela attuale negli esercizi di questi comuni vi si reca per turismo. Non è un turismo familiare ma di adulti, coppie, alla ricerca dell'ambiente incontaminato del Parco, di relax e della qualità ecologica del territorio. Questa tipologia di clientela meglio si applica ad un turismo consapevole, quasi d'élite, pronto ad assaporare la riscoperta dei valori e dei sapori della tradizione.

Questa tipologia di offerta costituisce un prodotto che sta acquisendo sul mercato quote sempre più interessanti di domanda.

Si pensi alla Toscana o al turismo rurale della Camargue, che ha fatto sì che la tipicità delle tradizioni di quei luoghi divenisse motivazione trainante di una domanda alla ricerca della riscoperta dei valori della memoria, dei costumi locali, del vissuto.

Certo, destinare una località a questo prodotto significa però realizzare un'offerta che "trasudi" il carattere del tipico in tutte le sue manifestazioni, dai servizi offerti (ospitalità e ristorazione) fino al carattere degli arredamenti, mettendo in rete tutto il territorio coinvolto, dalle strutture ai residenti.

La potenzialità di sviluppo in termini di domanda acquisita vede la presenza di un turismo straniero dai principali paesi emettitori di turismo, tra cui primo quello dalla Germania, dove la qualità ambientale è diventata per prima motivazione di turismo.

Anche sul mercato italiano, pur prevalendo ancora la presenza di turisti dai bacini di prossimità, si evince una quota nascente di turisti provenienti dalle altre regioni, come il Lazio, la Lombardia ed il Piemonte.

Nonostante la marginalità dei flussi, allora, lo sviluppo di questo prodotto appare un investimento auspicabile, e con la giusta promozione e commercializzazione potrebbe diventare una delle offerte forti della regione.

GRUPPO 6: Le Dolci vette

COMUNI: Abriola, Accettura, Albano di Lucania, Anzi, Armento, Atella, Balvano, Brienza, Calciano, Calvello, Calvera, Campomaggiore, Carbone, Castelgrande, Castelluccio Superiore, Castelmezzano, Castelsaraceno, Cersosimo, Chiaromonte, Cirigliano, Colobrarò, Fardella, Filiano, Forenza, Gallicchio, Gorgoglione, Guardia Perticara, Lagonegro, Laurenzana, Lauria, Marsico Nuovo, Marsicovetere, Moliterno, Montemurro, Nemoli, Noepoli, Paterno, Pescopagano, Picerno, Pietragalla, Pietrapertosa, Pignola, Rapone, Ruoti, San Chirico Raparo, San Costantino Albanese, San Fele, San Giorgio Lucano, San Martino D'agri, San Paolo Albanese, San Severino Lucano, Sant'Arcangelo, Sant'Angelo le Fratte, Sarconi, Spinoso, Stigliano, Teana, Trivigno, Valsinni, Vietri di Potenza.

E' il gruppo più numeroso: sono i comuni montani e collinari del "trekking" e delle passeggiate nella natura "open-air", località immerse in parchi naturali e che già hanno attrezzato itinerari ambientalistici.

Nei territori montani non potevano mancare castelli e dimore storiche, numerose come a Colobrarò, a Marsico Nuovo ed a Moliterno.

Il gruppo si caratterizza per la presenza di molte imprese di ristorazione, soprattutto a Lauria, Lagonegro e Sant'Arcangelo, e di produzioni tipiche della gastronomia (Calvera, Chiaromonte, Cirigliano, Fardella, Forenza, Marsico Nuovo, Noepoli, Picerno, Sant'Angelo le Fratte, Stigliano) e dell'artigianato locale.

Esiste una ricettività capillare (ad esclusione di 15 comuni sui 60 totali) di tipo alberghiero a San Severino, Lagonegro e Lauria, ma prevalentemente extralberghiero ed agriturismo, soprattutto ad Abriola e Pignola, mentre la ricettività più tipicamente montana si evidenzia nei rifugi a Rapone, San Severino e Spinoso.

Con un totale di 106 esercizi ricettivi per 2.469 posti letto, questi comuni potrebbero potenzialmente accogliere un turismo destagionalizzato. Infatti solo il 7,5% apre stagionalmente mentre la quasi totalità lavora tutto l'anno, anche in virtù della stagione turistica invernale. Questo permette di occupare i lavoratori in maniera permanente (solo il 35,5% di stagionali) e di impiegare in media 3,3 addetti.

Le dotazioni di servizi nelle strutture risulta qualitativamente soddisfacente.

Dallo studio sulla clientela attuale si evince un dato interessante: secondo gli operatori, la quota di turismo internazionale è pari all'11,1%, la più alta nella regione. Si tratta comunque sempre di numeri esigui rispetto alle destinazioni più note, ma che indicano un interesse da non sottovalutare. I bacini di riferimento sono in linea con quelli della regione (Germania, Regno Unito, Francia e Svizzera), ma esistono anche clienti provenienti dagli altri Paesi europei, come l'Olanda e l'Austria. In particolare, questi ultimi due bacini possono essere interessanti per una promocommercializzazione futura, dato che tra le motivazioni al viaggio principali di questi turisti vi è proprio la ricerca di un ambiente incontaminato e la possibilità di usufruire di itinerari e passeggiate attrezzati.

Per quanto riguarda invece la clientela italiana, questi comuni sono soprattutto frequentati dal turismo di prossimità e interno, anche se non mancano turisti provenienti dal Lazio e la Lombardia.

La motivazione al viaggio che spinge questa clientela è collegata alla presenza di un ambiente preservato, ai parchi e al relax. Si tratta di segmenti turistici familiari e della terza età.

Su questo prodotto, le tendenze di mercato evidenziano la necessità di un'offerta messa a circuito (es.: gli agriturismi della Basilicata, i rifugi di montagna lucani, ecc.) che ponga le basi per un'offerta standardizzata non verso la mancanza di specificità delle singole imprese, ma nella direzione di una qualità percepita parimenti in tutti gli esercizi.

Ciò significa predisporre accordi tra operatori per la messa a punto di centrali di prenotazione e di promozioni congiunte verso l'esterno e verso i target identificati.

GRUPPO 7: L'Altro Turismo

COMUNI: Baragiano, Barile, Brindisi Montagna, Cancellara, Garaguso, Genzano Di Lucania, Ginestra, Grassano, Grottole, Maschito, Missanello, Montemilone, Oliveto Lucano, Oppido Lucano, Palazzo San Gervasio, Pomarico, Ripacandida, Roccanova, Salandra, San Chirico Nuovo, San Mauro Forte, Savoia di Lucania, Tito.

E' un gruppo numericamente significativo, il secondo per numerosità dopo i comuni montani, ma che si aggrega non per tipologia di prodotto, quanto per il fatto di essere composto da comuni che, non appartenendo compiutamente alle specificità individuate nei gruppi precedenti, risultano, ad oggi, poco coinvolti nel fenomeno turistico.

Si tratta infatti di un gruppo dove 10 comuni su 23 risultano peraltro già dotati di strutture ricettive di tipo alberghiero o agriturismo.

Sono 18 le strutture ricettive, con 347 posti letto, aperti tutto l'anno, e che risentono poco della stagionalità. Infatti la clientela è preponderantemente di lavoro.

Nel complesso comunque, in tali comuni si è sviluppata un'occupazione media in addetti pari a 4,8, di cui il 67,7% dipendenti.

In questi comuni, più interessati da un fenomeno di mobilità turistica legata agli affari, si è anche sviluppata una migliore qualità nelle strutture ricettive. E' infatti noto che il segmento affari richiede una qualità standardizzata maggiore rispetto al turista "leisure".

Sono, inoltre, comuni serviti dalle attività basilari, come la posta e la farmacia, e di un certo numero di esercizi ristorativi, ma nel complesso risultano, ad un'analisi di prodotto, relativamente interessanti per uno sviluppo nel settore del turismo tradizionale.

Certo nulla esclude che una dedica del territorio in termini di organizzazione ed investimenti non possa permettere ad alcuni di questi comuni di inserirsi nel gruppo 5, ai quali si avvicinano maggiormente, o di specializzarsi nel segmento "business".

5.2 STRATEGIE TERRITORIALI PER PRODOTTO

L'assunto di base di questo osservatorio è che affinché una località possa generare il desiderio di essere visitata deve essere in grado di mostrare\vantare dei fattori di eccellenza o, in una versione ancor più evoluta degli strumenti di marketing, deve poter basare la propria offerta sull'unicità, ricercando tutti gli elementi di diversa origine e radice che potranno conferire anche al turismo tale carattere.

L'integrazione delle unicità (dai monumenti, alle caratteristiche della gente, ai prodotti tipici ecc.) è in grado di generare quel forte impatto verso l'esterno che può non esserci per la mancanza del concetto di valorizzazione turistica dell'insieme delle risorse.

Inoltre, l'integrazione delle diverse attività in un'economia locale, è in grado di generare e trattenere quel valore aggiunto che si crea ad ogni passaggio della catena produzione-consumo.

L'evoluzione dell'offerta turistica nella sua ampia accezione di prodotto turistico, come mix di alberghi, servizi, bellezze paesaggistiche naturali, patrimonio culturale e sociale, segue i seguenti stadi.

1) Il prodotto turistico più elementare fa leva sulle potenzialità peculiari di una località (natura, cultura, ecc.) con un'offerta alberghiera semplice e medio-bassa.

2) Nascono e si sviluppano i servizi complementari e collaterali (ristoranti, bar, ecc.), i servizi turistici (attrezzature sportive, servizi informativi, eventi,

ecc.) che permettono al turista di “fare delle cose” durante la sua permanenza.

3) Cresce l’attenzione dedicata ai fattori immateriali, sia in termini di opzioni di scelta per il turista, che di professionalità e di investimenti.

4) L’ultimo stadio è quello di un ulteriore sviluppo dei fattori “soft” (capacità imprenditoriali, qualità del personale, individuazione e sviluppo di nuove forme di turismo), ma soprattutto del passaggio da località a sistema.

Località limitrofe mature e conosciute a livello individuale, tendono a mettersi a sistema collegandosi fra loro con attrezzature “hard” (collegamenti e infrastrutture) e “soft” (reti informatiche, promozione, comunicazione): è il caso della costa romagnola, con il distretto turistico della provincia di Rimini.

E’ un tracciato d’evoluzione complesso, dall’offerta all’industria ospitale del turismo, e richiede capacità di investimento che in Italia sono ancora immature.

Ma non basta. Per stimolare l’immaginario è necessaria un’idea forte, che identifichi qualcosa di talmente singolare da non poterla trovare in altri luoghi.

Essere caratterizzati da una “unicità” non asportabile geograficamente, divenire i detentori monopolistici di una particolare offerta che accordi il carattere della società con le risorse del territorio, sia spontanee che realizzate appositamente, colpendo un desiderio e trasformandolo in bisogno: è l’idea, il *concept* alla base della rete di offerta, la “marca” che rende irresistibile un polo.

Attualmente la Basilicata presenta delle potenzialità di prodotto che porrebbero rispondere alle caratteristiche di unicità, sebbene la notorietà delle risorse e della sua offerta è ancora limitata.

Infatti dalla lettura dei dati rilevati dall'indagine della DOXA per il Dipartimento del Turismo nel 1998 "Immagine e conoscenza dell'Italia all'estero attraverso un'indagine sulla Popolazione", si evincono alcuni riferimenti significativi sull'immagine della Basilicata nei 14 Paesi oggetto di indagine (Argentina, Austria, Belgio, Canada, Cina, Francia, Germania, Giappone, Inghilterra, Olanda, Polonia, Russia, Spagna, Usa)

Lo 0,15% del complesso della popolazione intervistata conosce la Basilicata, di cui lo 0,07% conosce la regione, lo 0,07% conosce la città di Matera, e lo 0,01% conosce la città di Potenza.

Si tratta dei residenti in Argentina, Austria, Usa, Germania, Belgio e Canada.

Appare interessante come la città di Matera risulti un fattore trainante della conoscenza all'estero della regione, risultato rafforzato dal fatto che lo 0,05% degli intervistati che hanno visitato l'Italia è stato a Matera nell'ultimo viaggio.

Per quanto riguarda il desiderio di viaggio, tra coloro che prevedono di fare un viaggio in Italia, lo 0,04% vorrebbe visitare la Basilicata, in particolare coloro che risiedono in Austria e Argentina.

Pur non trattandosi di grossi volumi, appare interessante sottolineare che la notorietà della Basilicata si distingue da quella del resto delle regioni del Mezzogiorno per una caratteristica di positività, lontana dalle problematiche di disorganizzazione e mafia che caratterizzano le altre destinazioni del sud.

Dall'analisi della presenza della Basilicata sulla stampa estera, pur contando pochi articoli che la riguardano, questi risultano di tono positivo, soprattutto in Belgio.

Nel complesso gli articoli riguardano argomenti come lo sport, e l'arte e la cultura, il teatro e la musica e la località maggiormente citata è Matera.

Da queste considerazioni si può pertanto dedurre che pur evidenziando una notorietà appena sufficiente sui mercati esteri, la regione beneficia di un'immagine molto positiva legata all'offerta culturale ed artistica, posizionandosi nell'immaginario turistico degli stranieri come un'oasi serena tra le altre regioni del Mezzogiorno.

In sintesi, allora, la Basilicata si trova a vivere un momento di passaggio tra un turismo ancora basato sulle caratteristiche delle risorse, con una domanda più o meno spontanea, senza aver compiuto il passo che porta alla creazione di una vera e propria industria dell'ospitalità. Mancano, infatti, servizi dedicati e reti di offerta per prodotto.

Non si può pensare allora alla Basilicata come una destinazione per il turismo di massa, ma si deve volere una destinazione per un turismo alla ricerca di peculiarità, che tende al recupero dei valori ambientali e della tradizione, della riscoperta delle testimonianze dell'antichità.

Si è quindi ribaltata la logica di analisi alla ricerca di quelle unicità che rendano appetibili le offerte esistenti.

MATRICE PRODOTTI TURISTICI / OFFERTA ATTUALE

PRODOTTO	GRUPPO 1: "le Testimonianze della memoria"	GRUPPO 2: "le Fonti del benessere"	GRUPPO 3: "le Onde della cultura"	GRUPPO 4: "le Stelle marine"	GRUPPO 5: "le Radici della tradizione"	GRUPPO 6: "le Dolci vette"	GRUPPO 7: "l'Altro turismo"
MARE							
AFFARI							
ARCHEOLOGICO							
CULTURALE							
TIPICO							
NATURALISTICO							
TERMALE							
RELIGIOSO							

MATRICE PRODOTTI TURISTICI / MOTIVAZIONI DI VACANZA

MOTIVAZIONE DI VACANZA	GRUPPO 1: "le Testimonianze della memoria"	GRUPPO 2: "le Fonti del benessere"	GRUPPO 3: "le Onde della cultura"	GRUPPO 4: "le Stelle marine"	GRUPPO 5: "le Radici della tradizione"	GRUPPO 6: "le Dolci vette"	GRUPPO 7: "l'Altro turismo"
MARE							
LAVORO							
ARCHEOLOGIA							
CULTURALE							
FAMIGLIA							
RELAX							
AMBIENTE							
PARCO							
SPORT							
RELIGIOSO							

Come si può dedurre dalle matrici di sintesi dello stato attuale di offerta e delle motivazioni della clientela attualmente presente nelle strutture ricettive lucane, il modello proposto dall'Osservatorio Turistico Regionale appare evidentemente congruente con la realtà delle risorse del territorio.

I gruppi evidenziati dallo studio dell'offerta territoriale trovano, infatti, riscontro sulle caratteristiche della clientela, che si differenzia proprio sulla base delle peculiarità dei gruppi.

L'analisi eseguita ha permesso di definire le potenzialità dei prodotti turistici della Basilicata dal punto di vista delle dotazioni di offerta di risorse, beni, imprenditorialità e servizi, e tipologia della clientela turistica.

Si è delineato come i prodotti più maturi del turismo in Basilicata, risultino essere il prodotto "archeologico", quello "balneare-culturale", e quello a totale dedica "balneare" (Gruppi 1, 3 e 4).

Ci sono però delle considerazioni interessanti per quanto riguarda il Gruppo 1 (Le Testimonianze della Memoria), che ha una forte connotazione archeologica ma che soffre, come nel caso di Matera, di un turismo "mordi e fuggi" e che non riesce ancora, nonostante la risorsa dei Sassi sia patrimonio culturale mondiale, ad essere inserita nei circuiti di commercializzazione delle città d'arte italiane.

Inoltre, il prodotto del Gruppo 3 (Le Onde della Cultura) risulta sbilanciato più sulla motivazione balneare che non su quella culturale. Dato che è caratteristica di questi comuni l'apertura stagionale, una maggiore enfasi sulla dotazione culturale può aiutare un processo di destagionalizzazione.

Anche nel Gruppo 4 (Le Stelle Marine) il buon posizionamento sul mercato balneare nazionale dovrebbe incentivare maggiormente quei turismi di nicchia legati alle attività da svolgere in loco, come lo sport o il divertimento, per le quali si evidenzia una carenza di dotazione e servizi atti a soddisfare le esigenze della domanda.

I prodotti che avrebbero invece bisogno di essere costruiti, partendo già da discreti flussi di domanda anche internazionale, sono quelli relativi ai gruppi 5 e 6, forti di caratteristiche come la “tipicità lucana” e la montagna/natura organizzata e fruibile.

Il prodotto, infatti, è nato spontaneamente dalla presenza delle risorse e dalla caratteristica del territorio, senza aver basato il suo sviluppo su strategie di marketing.

Inoltre, il prodotto “termale”, allo stato attuale solo ipotetico, andrebbe invece pensato creando un sistema di accoglienza mirato, soprattutto nei servizi, alla realizzazione di un’immagine di questi territori basata sul concept del “benessere”, sfruttando così risorse già presenti sul territorio ma che ancora non sono dedicate a questo prodotto.

Rispetto agli altri, questo si posiziona come quello di più difficoltosa realizzazione nel breve periodo, sia perché il prodotto stesso sta subendo un processo di cambiamento verso un’immagine di turismo termale legato alla cura estetica del corpo, del “fitness” e dello sport, e non più di cura delle malattie, sia perché l’appeal del prodotto in Italia è più basso rispetto ad altre motivazioni.

Affinchè sia possibile realizzare/sviluppare politiche di prodotto/gruppo, appare però necessario comprendere all’interno di ogni gruppo/prodotto i diversi stadi di sviluppo, individuando così le realtà trainanti e quelle da far crescere.

Al fine di analizzare sinteticamente il grado di avanzamento turistico, ogni comune è stato valutato con dei parametri che permettessero di posizionarlo.

E' stato così elaborato un "codice", indicatore sintetico, per permettere di verificare annualmente l'andamento del comune all'interno del gruppo, e quindi anche del prodotto nel suo complesso.

Tale indicatore è stato costruito tramite l'analisi congiunta delle variabili che più intervengono nel processo economico (posti letto, arrivi, entrate, addetti, risorse) ed al variare delle quali, varia inevitabilmente anche l'indicatore (da 0 a 500).

Sono state così individuate 5 classi di area di sviluppo: A) comuni trainanti, B) comuni già sviluppati; C) comuni mediamente sviluppati; D) comuni in sviluppo potenziale; E) comuni marginali (attualmente non turistici).

E' così possibile individuare all'interno di ogni gruppo i comuni più trainanti/sviluppati (appartenenti cioè alle classi A B e C) attorno ai quali far ruotare l'offerta di punta e contemporaneamente mettere a sistema le altre proposte comunali, cosicché anche le politiche e le strategie possano indirizzarsi su due fronti:

- il primo sui comuni sviluppati (investimenti di immagine, promozione, commercializzazione e sui servizi turistici)
- il secondo sui comuni potenziali e in sviluppo (investimenti strutturali ed infrastrutturali ("hard" e "soft") coordinati con le caratteristiche di prodotto del gruppo).

Ne fuoriesce pertanto un quadro sintetico utilizzabile come strumento di valutazione delle progettualità da mettere in opera. Tale progettualità può essere anche tarata sulle singole variabili analizzate (laddove il punteggio si avvicina a 100 non appaiono indispensabili azioni, mentre laddove si avvicina allo 0 queste appaiono fondamentali), individuando così non solo la carenza ma la tipologia di investimento da effettuare.

I risultati ottenuti dall'elaborazione delle informazioni raccolte dall'O.T.R., hanno così permesso di individuare quali linee di prodotto perseguire e quali invece abbinare in azioni di promozione congiunta (mare + cultura; natura + tradizione + religione), e soprattutto quali territori dedicare ai prodotti individuati e su quali carenze sovrastrutturali intervenire.

	n. esercizi ricettivi 1997	posti letto 1997	apertura annuale	% addetti stagionali su totale addetti	% stranieri	% italiani	Top provenienze italiani	Top provenienze stranieri	Tipologia clientela	Motivazioni
GRUPPO 1: "le Testimonianze della memoria"	47	2.159	85,20%	15,48%	8,20	91,80	Lombardia Puglia Basilicata Campania	Germania. Usa, Francia, Regno Unito	Affari Giovani Terza età	Lavoro Archeologia
GRUPPO 2: "le Fonti del benessere"	12	410	100,00%	83,30%	7,50	92,50	Basilicata Puglia Campania Lazio	Svizzera, Regno Unito, Usa, Spagna	Leisure Giovani Famiglie Terza età	Relax Famiglia Ambiente
GRUPPO 3: "le Onde della cultura"	51	5.369	29,10%	71,30%	10,30	89,70	Puglia Basilicata Campania Lazio	Germania, Svizzera, Francia, Regno Unito	Leisure Bambini	Mare Relax Lavoro Famiglia
GRUPPO 4: "le Stelle marine"	58	5.018	46,80%	86,90%	9,00	91,00	Puglia Campania Lombardia Lazio	Germania, Regno Unito, Francia, Svizzera	Leisure Bambini Adulti	Mare Relax Ambiente
GRUPPO 5: "le Radici della tradizione"	85	2.226	90,14%	18,80%	7,70	92,30	Puglia Campania Basilicata Lazio	Germania, Regno Unito, Francia, Usa	Leisure Adulti	Parco Relax Ambiente
GRUPPO 6: "le Dolci vette"	106	2.469	92,50%	35,50%	11,10	88,90	Puglia Campania Basilicata Lazio-Lombardia	Germania, Regno Unito, Francia, Svizzera	Leisure Bambini Terza età	Ambiente Lavoro Relax Parco
GRUPPO 7: "I Marginali"	18	347	100,00%	32,26%	8,20	91,80	Puglia Campania Basilicata Lazio-Lombardia	Germania, Francia, Regno Unito, Spagna	Affari Adulti	Lavoro Ambiente
Totale	377	17.998	76,40%	56,60%	8,90	91,10	Puglia Campania Basilicata Lombardia-Lazio	Germania, Svizzera, Regno Unito, Francia	Leisure Adulti	Lavoro Mare Ambiente Relax

ALLEGATO – METODOLOGIA E TAVOLE DI ANALISI

L'analisi delle possibilità reali e potenziali di offerta di prodotto turistico da parte della regione Basilicata è stata condotta effettuando un'analisi per gruppi ("cluster analysis").

Tale metodologia consente di raggruppare le unità statistiche oggetto d'analisi in gruppi ("clusters") omogenei secondo le variabili considerate, offrendo la possibilità di valutare tale omogeneità in base alla distanza dai centri di equilibrio di tali gruppi; allo stesso tempo, l'analisi della varianza all'interno dei gruppi e tra i gruppi stessi, permette un'analisi ancor più approfondita dell'attendibilità della definizione dei gruppi e dell'appartenenza a questi ultimi.

Essendo l'indagine orientata principalmente allo studio delle possibilità di prodotto, una prima analisi per gruppi è stata condotta utilizzando quali variabili di aggregazione alcuni indicatori sintetici delle possibilità di realizzazione dei singoli prodotti turistici (ne sono stati definiti dieci). Tali indicatori sono stati calcolati come media aritmetica degli indicatori relativi alle singole componenti della realizzabilità di ogni prodotto.

La "cluster analysis" è stata impostata scegliendo, tra le altre possibili, una suddivisione in sette gruppi di prodotto, che presentava i risultati più soddisfacenti dal punto di vista dell'omogeneità dei gruppi. Tale scelta ha portato alla definizione di sette profili di caratterizzazione dei territori.

Una volta definiti i sette "gruppi di prodotto", si sono volute verificare le effettive condizioni di ricettività dei comuni appartenenti a ciascun gruppo, al fine di individuare, almeno all'interno dei gruppi più numerosi, dei

sottogruppi omogenei per caratteristiche di ricettività. A questo scopo è stata utilizzata ancora la “cluster analysis”, definendo come variabili di aggregazione gli indicatori del tipo di ricettività prevalente nei territori; è stata scelta in questo caso una suddivisione in quattro “clusters”, imponendo una variabile-filtro (sono stati esclusi i comuni che non presentano alcun tipo di ricettività).

E’ stato possibile effettuare tale analisi solo per i quattro gruppi di numerosità maggiore; per i tre gruppi minori è stata effettuata una lettura diretta dei dati.

Al fine di caratterizzare ulteriormente i profili territoriali, e per individuare al meglio le effettive potenzialità di sviluppo dei comuni lucani, è stata effettuata infine una lettura diretta dei dati sull’offerta di servizi da parte dei territori appartenenti ai diversi “gruppi di prodotto”, resasi necessaria data la carenza di aggregazioni significative rispetto alle caratteristiche di dotazione di servizi.

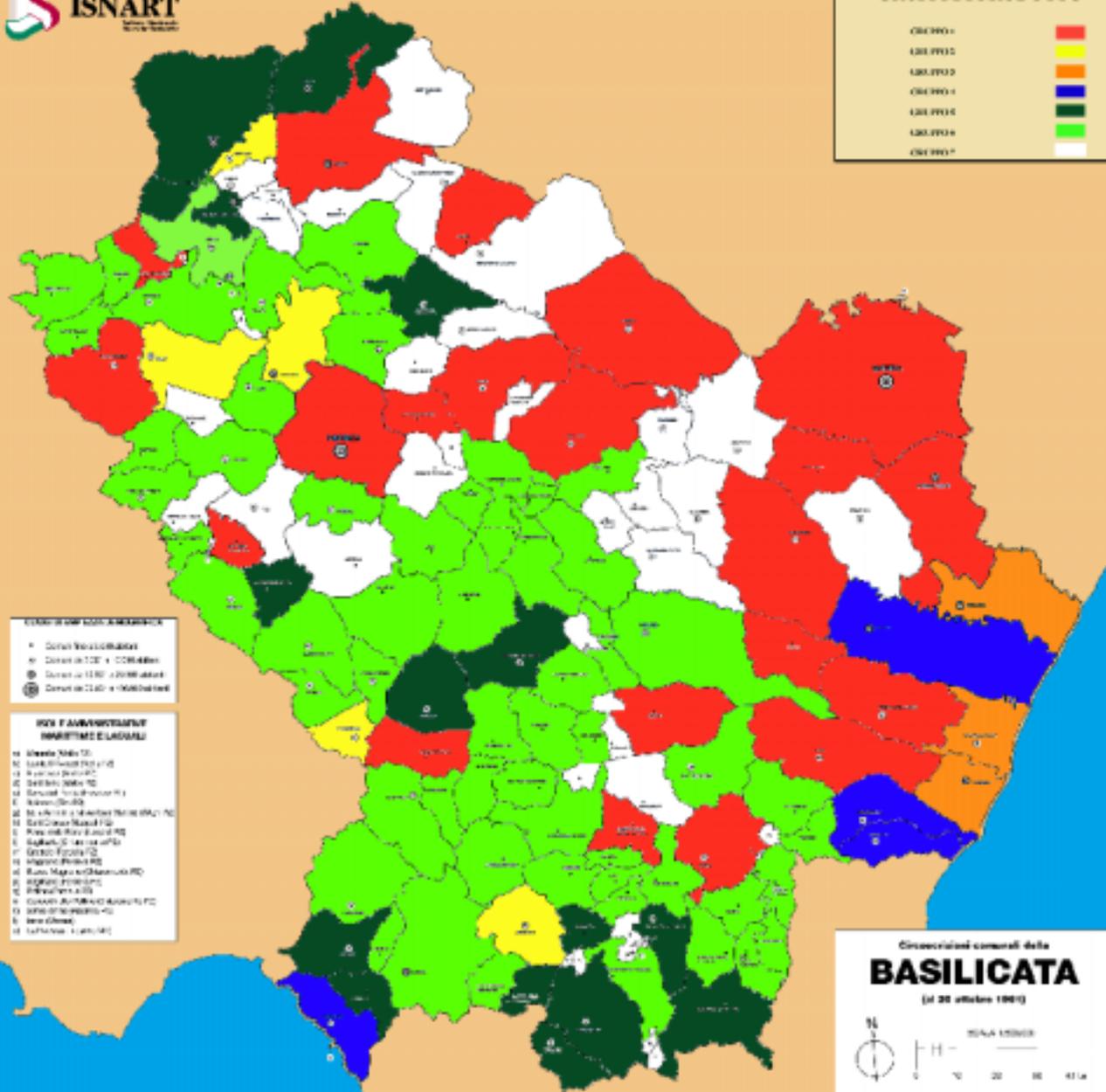
Per completare l’analisi sul versante della domanda sono state condotte operazioni differenti:

- una rilevazione diretta agli operatori turistici sulla quantità e qualità della loro clientela
- una rilevazione telefonica ad un panel rappresentativo di operatori turistici sull’andamento della stagione estiva
- una rielaborazione dei dati ufficiali secondo le ipotesi di raggruppamento sortite dalla cluster analisi sull’offerta
- rielaborazione del database complessivo rispetto ai gruppi evidenziati
- stime relative ai flussi comunali ed alle entrate (spesa italiani e stranieri) calcolate con moltiplicatori standardizzati sulla base dei dati disponibili.

Nella realizzazione delle valutazioni finali è stato poi costruito un indicatore sintetico tramite indicizzazione delle variabili posti letto, arrivi, entrate, addetti, e risorse, basandosi sul sistema dei rating. Ogni indice varia da 0 a 100 prendendo come 100 il valore massimo comunale; pertanto l'indicatore sintetico dato dalla somma dei singoli 5 indici, varia da 0 ad un massimo teorico di 500, e l'indicatore complessivo vede una classe di sviluppo E con indicatore totale inferiore a 100 ma con rating posti letto pari a 0, una classe D con punteggio da 1 a 100 e con rating posti letto superiori a 0, una classe C con punteggio tra 101 e 200, una classe B tra i 201 ed i 300 punti, e la classe di sviluppo A con punteggio di rating totale superiore a 300.

GRUPPI DI PRODOTTO

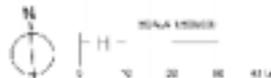
GRUPPO 1	Red
GRUPPO 2	Yellow
GRUPPO 3	Orange
GRUPPO 4	Blue
GRUPPO 5	Green
GRUPPO 6	Dark Green
GRUPPO 7	White



- CLASSE DI POPOLAZIONE**
- Comuni Superurbani
 - Comuni da 100 a 200 abitanti
 - Comuni da 1000 a 20000 abitanti
 - Comuni da 10000 a 100000 abitanti

- PER FAMIGLIAMENTO
MUNICIPALITÀ CLASSATE**
- 1) Gravina (MT)
 - 2) Lucera (BN)
 - 3) Mottola (FG)
 - 4) Santeramo (FG)
 - 5) Santeramo (FG)
 - 6) Santeramo (FG)
 - 7) Santeramo (FG)
 - 8) Santeramo (FG)
 - 9) Santeramo (FG)
 - 10) Santeramo (FG)
 - 11) Santeramo (FG)
 - 12) Santeramo (FG)
 - 13) Santeramo (FG)
 - 14) Santeramo (FG)
 - 15) Santeramo (FG)
 - 16) Santeramo (FG)
 - 17) Santeramo (FG)
 - 18) Santeramo (FG)
 - 19) Santeramo (FG)
 - 20) Santeramo (FG)

**Comunicazioni comunali della
BASILICATA**
(al 30 ottobre 1991)



Scala 1:50000