

L'IMPATTO ECONOMICO DI MATERA CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA 2019

*L'exploit 2014-2019, i rischi dopo il 2020: le nuove sfide a
Matera e in Basilicata*

Rapporto Finale
DICEMBRE 2020
(aggiornamento Maggio 2021)

Il presente rapporto di ricerca - a cura del Dr. Giovanni Padula, Direttore di CityO Srl - è stato realizzato per la Fondazione Matera-Basilicata 2019.

Si ringrazia per il loro contributo:

Il Prof. Marco Percoco - Direttore di GREEN (Centre for research in Geography, Resources, Environment, Energy and Networks) presso l'Università Bocconi di Milano.

Il Dott. Domenico Amato di Studio Geomatika.

CityO Srl

Via Sebenico 14, 20124 Milano

P. IVA 03641320969

www.cityo.com

Premessa	
L'exploit del 2019, i rischi dopo il 2020	5
Executive Summary	8
Il metodo di analisi e i suoi obiettivi	8
La stima degli impatti economici	10
1. Il metodo di stima dell'impatto economico	19
1.1 Analisi di impatto economico e tavole input-output	20
1.2 Applicazione del metodo all'evento Matera 2019	22
2. Turismo e impatto economico di Matera 2019	25
2.1 L'evoluzione delle presenze turistiche	26
2.2 Stima degli escursionisti e della spesa turistica	31
2.2.1 Stima degli escursionisti	32
2.2.2 Stima della spesa turistica media giornaliera	33
2.3 Impatto del settore turistico sul PIL in Basilicata e a Matera	35
3. Impatto economico della Fondazione	39
3.1 Fondazione Matera-Basilicata 2019 e impatto economico	39
4. Impatto economico delle infrastrutture e del settore immobiliare per il turismo	44
4.1 Definizione: infrastrutture e settore immobiliare per il turismo	44
4.2 Impatto economico degli investimenti in infrastrutture	47
4.3 Investimenti immobiliari per il turismo e impatto economico	53
5. Settore congressuale: i legami con l'alta formazione e le industrie creative	55
5.1 Il settore dei meeting e congressi e Matera 2019	56
5.2 Il settore congressuale in Italia: evoluzione del mercato	59
5.3 La struttura del settore congressuale a Matera	63
5.4 Adattamento del settore ai cambiamenti del mercato	69
5.5 Settore congressuale, industrie creative e alta formazione	70
5.5.1 I legami tra Turismo, Industrie creative, Alta formazione	75
5.5.2 Matera: settore congressuale, industrie creative e alta formazione	78
5.5 Turismo e cittadino temporaneo: il caso di Matera 2019	84
6. Conclusioni	
L'impatto di Matera 2019: un primo bilancio	91
Appendice A	
Evoluzione del turismo a Matera e in Basilicata	95
Appendice B	
Turismo e Capitale Europea della Cultura: confronto tra città ECoC	99

Premessa

L'exploit del 2019, i rischi dopo il 2020

Per Matera e per la Basilicata il traguardo del 2019 è alle spalle, l'anno di Matera Capitale Europea della Cultura ha chiuso una fase di grande crescita della notorietà internazionale della città e di forte attivazione della comunità locale attorno al formarsi di un evento culturale unico nel suo genere.

La costruzione dell'evento è durata circa dieci anni e cruciali sono stati in particolare gli anni tra il 2014 e il 2019. Questo processo ha creato una scia di impatti rilevanti per la struttura economica del territorio e in particolare per Matera, la città epicentro dell'evento.

Alla fine di questa lunga corsa Matera e la Basilicata si ritrovano in dotazione un capitale territoriale certamente più alto rispetto a dieci anni fa. Un capitale che non va disperso di fronte alle sfide imposte da un evento devastante e di portata storica come la pandemia del Covid-19 e i suoi inevitabili effetti sull'economia e sulla società.

Matera Capitale Europea della Cultura 2019 ha innescato diversi impatti economici. Nel presente studio cerchiamo di mostrare lo stretto legame tra l'evento culturale, i flussi turistici e una serie di investimenti nel campo immobiliare, culturale e delle infrastrutture.

Come nel resto dell'Italia e del mondo, l'emergenza sanitaria ha imposto una decisa frenata al turismo e alle spese ad esso collegate; ha messo temporaneamente in crisi investimenti nel settore alberghiero ed extralberghiero da cui famiglie e imprese si aspettavano un ritorno anche dopo il 2019; ha creato, e sta ancora creando, difficoltà a molte imprese del settore culturale e creativo. Gli stessi investimenti in infrastrutture, innescati o accelerati in preparazione dell'evento culturale del 2019, hanno accumulato ritardi rispetto alla tabella di marcia stabilita.

Serve ora uno sforzo per condurre analisi previsionali utili a impostare misure di politica economica locale e regionale nel corso del 2021 in modo, per esempio, da distinguere le

tendenze innescate dall'emergenza sanitaria che rimarranno in vita, anche quando la pandemia sarà sedata, e le tendenze che invece perderanno forza.

Serve anche un'attenzione maggiore alla verifica della sostenibilità ambientale, economica e sociale degli investimenti: l'esperienza di Matera 2019 indica infatti come per molti (se non per la totalità dei grandi e piccoli investimenti in infrastrutture associati all'evento) non sia possibile trovare uno studio ex ante di fattibilità economica ad essi collegato; né sia possibile trovare tentativi di stima della loro sostenibilità ambientale sulla base - per esempio - di approcci come il *social return on investment* (SROI), la finanza sostenibile o il *social impact investing*, che vengono sempre più associati anche al programma *Next Generation EU*.

Inoltre, la previsione su spese e investimenti nel turismo, nel settore ricettivo, nel settore culturale e creativo va elaborata nei prossimi mesi sullo sfondo di megatrend globali e nazionali come per esempio: le tendenze del turismo sostenibile, il futuro delle linee aeree e dei trasporti legati al turismo, l'attrattività delle grandi città e la mobilità dei giovani che si spostano da città medie - soprattutto da aree come il Mezzogiorno d'Italia - e che rappresentano il cuore del capitale umano del settore culturale e creativo.

Alla luce di queste diverse tendenze, rischi e opportunità per un territorio con meno di 600.000 abitanti come la Basilicata vanno quindi studiati e soppesati con attenzione.

Sia nel caso dei successi portati in dote dall'evento del 2019, sia nel caso dei danni e dei rischi legati all'irruzione della pandemia, emerge per la Basilicata e per Matera un dato chiaro e per molti versi nuovo: si sono rafforzati i legami della regione e delle sue città con le tendenze dell'economia globale. Gli attori che hanno un interesse economico legato al territorio, dalla singola impresa alle reti di stakeholder locali, devono affinare la loro capacità di leggere e anticipare le tendenze future.

Negli anni '60 il medico umanitario alsaziano Albert Schweitzer ha affermato, a proposito della capacità degli uomini di affrontare le catastrofiche epidemie, che "la vera lebbra del mondo è quella di non saperla curare in tempo". Lo stesso può dirsi dei fenomeni economici e sociali e degli impatti territoriali che da essi derivano. Orientarsi nelle scelte è oggi un'attività cruciale. Per Enrico Giovannini, economista esperto nello sviluppo sostenibile e

Ministro delle infrastrutture e della mobilità sostenibile del nuovo governo italiano, è fondamentale “preparare e prevenire il futuro, per esempio discutendo di cosa l’Italia sarà fra dieci o trent’anni. Vorrei che da questa crisi imparassimo che il futuro si costruisce e non si subisce. Il senso della resilienza trasformativa, in economia e nella società, è anche questo”.

Executive Summary

Quando nel 2009 Matera ha avviato il percorso di candidatura a Capitale Europea della Cultura, un tema molto presente nel dibattito sulla debole crescita economica in Italia riguardava le risorse sottoutilizzate del Mezzogiorno. La scarsa valorizzazione del turismo e del patrimonio artistico e culturale del Sud, insieme all'esodo dei giovani e alla depauperizzazione del capitale umano meridionale, erano alcune delle principali criticità viste come freno alla crescita.

Complici una serie di fattori "abilitanti" emersi nel corso del decennio, il processo di costruzione dell'evento Matera 2019 ha rappresentato un'occasione di mobilitazione di risorse sottoutilizzate a favore della crescita territoriale.

Il metodo di analisi e i suoi obiettivi

Il nostro studio cerca di misurare l'entità economica di alcuni impatti che Matera 2019 ha contribuito a generare. Il principale strumento utilizzato è quello dei moltiplicatori basati sulle tavole intersettoriali dell'economia. I canali attraverso cui questi effetti hanno preso piede sono diversi.

Il metodo di valutazione di impatto che abbiamo adottato può essere rappresentato in due passaggi.

1. In primo luogo abbiamo identificato i settori e i comparti economici che, in base ai dati disponibili, hanno mostrato una dinamica positiva mentre parallelamente il processo di costruzione dell'evento faceva il suo corso. Una correlazione non indica causazione come spesso, giustamente, si ribadisce. In base alle evidenze disponibili abbiamo quindi cercato di cogliere l'esistenza di un nesso causale tra i comportamenti economici messi in moto da Matera 2019 e le dinamiche positive di alcuni settori in Basilicata e a Matera. Questo nesso causale è passato attraverso diversi canali.

Il canale delle spese della Fondazione. Le risorse di cui è stata dotata la

Fondazione Matera-Basilicata 2019, dirette all'organizzazione dell'evento culturale, vanno ovviamente annoverate tra le spese che hanno generato impatti economici sul territorio. Si è trattato di un'iniezione straordinaria di risorse, in parte consistente provenienti dal governo italiano, che ha di fatto favorito il prodursi degli altri impatti economici considerati.

Il canale del turismo. Nel caso dell'eccezionale incremento dei flussi turistici abbiamo messo in evidenza il ruolo, a nostro avviso determinante, giocato dal richiamo mediatico nazionale e internazionale che l'evento Matera 2019 ha innescato, con un beneficio non solo per la città dei Sassi ma - in parte - anche per la regione Basilicata.

Il canale degli investimenti in infrastrutture e degli investimenti immobiliari legati al turismo. Una serie di importanti investimenti pubblici e privati in infrastrutture presentano un legame con Matera 2019.

Per una parte di questi investimenti il legame è di tipo "istituzionale" e deriva da una programmazione pubblica multilivello (Governo, Regione, Comune), come nel caso del Contratto Istituzionale di Sviluppo (CIS) sottoscritto nel 2017 ed esplicitamente legato a Matera 2019. Per un'altra parte si tratta di investimenti pubblici già programmati ma sbloccati o accelerati grazie a Matera 2019, anche in assenza di una specifica cornice istituzionale.

E' stato considerato anche il forte incremento di investimenti privati nel settore ricettivo registrato nel decennio 2009-2019 per aumentare la dotazione di strutture alberghiere e di più piccole strutture extra-alberghiere (incluso il fenomeno delle case vacanze): questa tendenza è in grande misura legata al crescente ottimismo delle imprese e delle famiglie sulla possibilità che una meta turistica come Matera potesse entrare nel novero delle città d'arte di dimensioni medio piccole ma di rango internazionale¹: luoghi in grado di attirare un pubblico di turisti culturali da aree ad

¹ Le potenzialità delle piccole e medie città nel panorama economico italiano ed europeo è un tema che abbiamo affrontato in diverse occasioni e ribadito nel corso dei lavori del processo di candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura. Si veda per esempio: *Le piccole e medie città nell'economia della conoscenza, Ronzio a intensità variabile nella regione urbana*, Rapporto di ricerca realizzato da CityO per il Dipartimento Attività Produttive, Politiche dell'Impresa ed Innovazione tecnologica della Regione Basilicata, 2009.

elevato reddito e, soprattutto, con comportamenti e abitudini di visita sensibili ai temi della sostenibilità e della conoscenza approfondita dei luoghi.

In sintesi, quindi, il presente rapporto analizza quattro canali di impatto economico nell'arco di tempo tra il 2014 e il 2019: le spese della Fondazione Matera-Basilicata 2019 e gli investimenti in infrastrutture, entrambi di natura prevalentemente pubblica; le spese dei turisti affluiti nella città e nella regione e gli investimenti di famiglie e imprese per rafforzare la dotazione ricettiva, entrambi di natura privata.

2. Nel secondo passaggio abbiamo utilizzato le tavole intersettoriali della regione Basilicata, o i moltiplicatori di impatto economico di specifici settori, per stimare il valore dell'impatto economico generato dai quattro canali identificati: spese dei turisti; spese e investimenti della Fondazione Matera-Basilicata 2019; investimenti in infrastrutture e nel settore ricettivo e della ristrutturazione delle abitazioni a scopo turistico.

Il capitolo 1 contiene una illustrazione del metodo di analisi e degli strumenti utilizzati e il modo in cui tali strumenti sono stati utilizzati nel caso di Matera 2019.

Le stime di impatto economico, per ciascuno dei canali considerati, sono contenute nei capitoli 2, 3 e 4.

La stima degli impatti economici

Il capitolo 2 prende in esame l'impatto della spesa turistica. Come cerchiamo di mostrare, **l'eccezionale riflesso sui media di Matera, in particolare nel periodo 2014-2019, è stato determinante nel provocare uno straordinario aumento nel tasso di crescita dei flussi turistici diretti a Matera.** Il graduale processo di costruzione dell'evento **ha inoltre posto le basi per lo sviluppo di più forti legami di interdipendenza economica tra il settore turistico e il settore culturale, della ricerca e dell'alta formazione.**

Il forte legame tra l'eccezionalità della crescita del turismo a Matera e la costruzione dell'evento Matera 2019 è desumibile anche dal confronto tra Matera ed altre città d'arte italiane (si rimanda al capitolo 2: Tab. 2 e Fig. 2): Matera ha mostrato i tassi di crescita del turismo di gran lunga più elevati tra le città d'arte italiane.

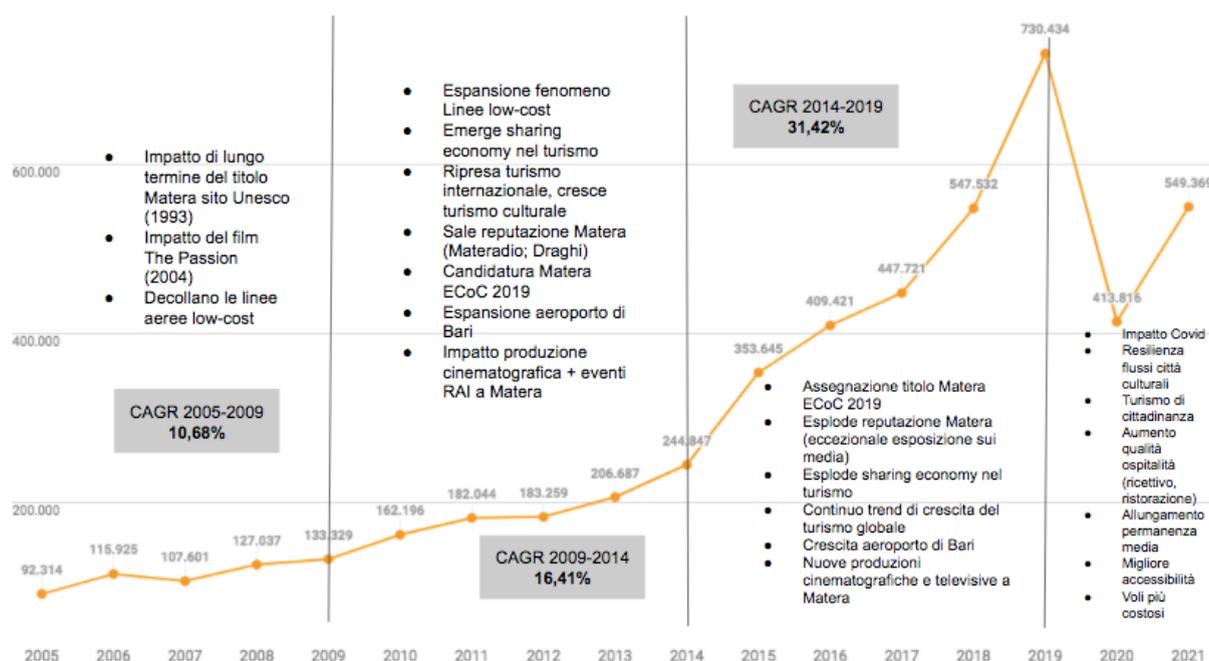
Inoltre, utilizzando come arco di tempo di riferimento il periodo dei tre anni precedenti l'evento, abbiamo condotto nell'Appendice B un **originale confronto tra Matera e altre 13 città designate Capitale Europea della Cultura nel recente passato**². Anche in questo caso Matera ha prodotto la crescita delle presenze turistiche più consistente nel periodo di tempo considerato con una crescita delle presenze turistiche tra il 2014 e il 2019 pari al 193%.

La figura 1 della sezione 2.1, che di seguito anticipiamo³, offre una visualizzazione dei principali fattori trainanti del turismo in un ampio arco di tempo che comprende al suo interno il periodo 2014-2019.

I driver del turismo a Matera 1999-2019 e ipotesi 2020 e 2021

² *IL TURISMO IN BASILICATA, Evoluzione al 2019 e prospettive future*, rapporto realizzato da CityO per la Fondazione Matera-Basilicata 2019.

³ La tabella, con gli opportuni aggiornamenti, è tratta anch'essa da: *TURISMO IN BASILICATA, Evoluzione al 2019 e prospettive future*, rapporto realizzato da CityO per la Fondazione Matera-Basilicata 2019.



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - 2020 e 2021: nostre stime

CAGR: tasso di crescita annuo composto

Grazie alle bellezze e patrimonio artistico, culturale e naturale di cui sono dotate, Matera e la Basilicata erano già una meta turistica emergente in Italia e nel mondo prima del 2014.

Lo straordinario richiamo mediatico attribuibile al riconoscimento del titolo e alla costruzione dell'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019 ha determinato un deciso cambio di passo della notorietà nazionale e internazionale di Matera e del tasso di crescita del turismo. Al punto che è realistico ipotizzare l'esistenza - a livello nazionale e internazionale - di un "arretrato" di viaggi a Matera e in Basilicata da parte di potenziali turisti che negli ultimi anni hanno inserito queste località nella loro lista delle mete turistiche desiderate.

Bisogna ora capire se la rottura nei flussi turistici provocata dall'emergenza sanitaria globale riporterà - dopo l'inevitabile forte arretramento del 2020 - il sentiero di crescita del turismo a Matera verso un trend in linea con quello - del 16,41% (vedi figura precedente) - registrato nel periodo 2009-2014. O se invece la notorietà acquisita grazie all'eco mediatico dell'evento del 2019, e i nuovi fattori trainanti del turismo, manterranno ancora per un certo periodo la città dei Sassi un sentiero di forte aumento dei visitatori, con un tasso di crescita annuo

composto vicino o superiore alla soglia del 20 per cento e meno lontano dal boom del periodo 2014-2019⁴.

In termini di impatto economico, secondo le nostre stime il valore totale della spesa turistica (pernottanti + escursionisti) è stata pari nel 2019 nella città di Matera a €121,3 milioni: si tratta dello shock o variazione della domanda che, **in base al moltiplicatore della spesa turistica ipotizzato, provoca un impatto sul pil della città pari a €224,3 milioni.**

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

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

Nella sezione 2.3 abbiamo condotto anche un'analisi per stimare la quota del pil turistico sul pil totale nel 2019 sia per la Basilicata sia per il comune di Matera. **Per la Basilicata le stime confermano i dati ufficiali: il pil turistico si aggira secondo le nostre stime intorno al 3-4% del pil totale della regione che nel 2019 è stato pari a circa €12,6 miliardi.** Un peso relativamente basso che dipende anche dall'importante contributo di alcuni settori alla formazione di pil in Basilicata (settore automobilistico, con la FCA a Melfi e suo indotto, e settore estrattivo della Val d'Agri, entrambi localizzati nella provincia di Potenza).

Per il comune di Matera nel 2019 abbiamo stimato una **quota del pil turistico che si aggira intorno al 15% del pil comunale.** Se alle nostre stime sul turismo sommammo anche quelle sul turismo sommerso (sulla base delle metriche nazionali di stima di tale fenomeno) - oltre ad alcune correzioni per tener conto di un più alto livello delle presenze ufficiali - **il pil turistico della città di Matera potrebbe attestarsi intorno al 21% del pil totale del**

⁴ A questo riguardo è stata elaborata una stima sull'andamento delle presenze turistiche nel 2020 e nel 2021.

comune.

Il capitolo 3 prende in esame l'impatto delle spese della Fondazione.

In base alle nostre ipotesi l'impatto economico delle spese della Fondazione per il programma culturale nel corso di cinque anni presi in considerazione può collocarsi intorno a €100 milioni.

A questo impatto va aggiunto quello dell'investimento di tipo infrastrutturale nella realizzazione della Cava del Sole, stimato in circa €12 milioni.

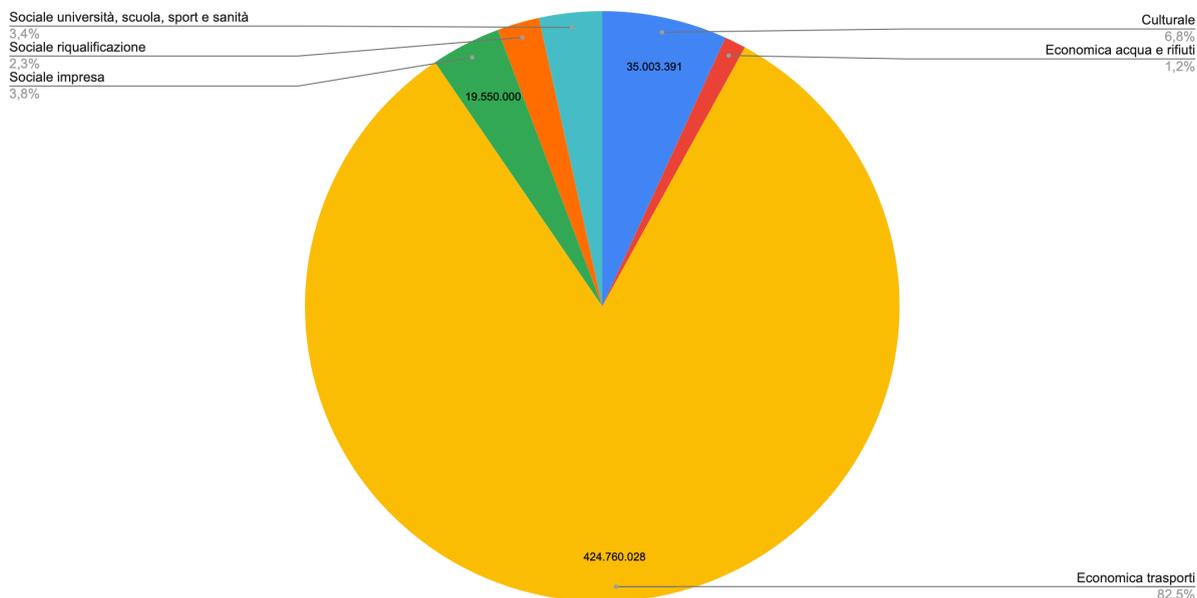
Va sottolineato che, mentre i flussi turistici costituiscono ormai un contributo costante all'economia del territorio (se si mettono da parte gli effetti, si spera temporanei, della pandemia), le spese della Fondazione hanno rappresentato un'iniezione *una tantum* di risorse nell'economia locale di cui hanno goduto in misura non trascurabile imprese del settore culturale e creativo.

Questa iniezione di risorse sembra aver favorito un rafforzamento e una crescita delle imprese culturali e creative - consentendo loro di sviluppare un'importante esperienza per misurarsi con le richieste di mercato e con la fornitura di servizi di qualità. Una continuità di impiego di risorse nella programmazione culturale può evitare il rischio che gli effetti di Matera 2019 possano disperdersi nel tempo e può favorire un radicamento delle industrie culturali e creative nella città e nella regione.

Il capitolo 4 esamina l'impatto degli investimenti in infrastrutture e l'impatto degli investimenti di famiglie e imprese per rafforzare la dotazione ricettiva.

Gli investimenti in infrastrutture sono stati divisi in una serie di categorie, a loro volta articolate in sei tipologie di investimento, come mostra la figura 7 della sezione 4.2 anticipata di seguito.

**Tipologia degli investimenti legati a Matera Capitale Europea della Cultura 2019
(Importi in € e %)**



Fonte: Elaborazioni CityO su dati del Comune di Matera e della Fondazione Matera-Basilicata 2019

Le sei tipologie di investimento si riferiscono in particolare a:

1. Infrastrutture economiche per il trasporto
2. Infrastrutture economiche per l'acqua e i rifiuti
3. Infrastrutture sociali per università, scuola, sport e sanità
4. Infrastrutture sociali per la riqualificazione urbana
5. Infrastrutture sociali per le imprese
6. Infrastrutture culturali

Predominano come entità degli importi le grandi opere come il raddoppio della Strada Statale 96 Bari-Toritto-Altamura e, soprattutto, il collegamento ferroviario Matera-Ferrandina. In relazione a queste ultime opere gran parte delle ricadute sono esterne al territorio di Matera e alla regione Basilicata. Tuttavia gli impatti aggregati nazionali sono rilevanti, e producono importanti effetti nelle aree in cui sono localizzate le aziende fornitrici. La seconda voce dopo le Infrastrutture per i trasporti - in termini di importo degli investimenti - è quella delle infrastrutture culturali. La tipologia delle Infrastrutture per le imprese è

costituita soprattutto da investimenti pubblici finalizzati alla creazione di spazi per le imprese innovative e del settore culturale e creativo.

A ciascuno degli 88 progetti infrastrutturali considerati nella nostra analisi è stato associato uno dei seguenti attributi relativi allo stato di realizzazione dell'investimento:

1. **Completato** - se l'intervento è stato realizzato.
2. **In fase di realizzazione** - se il cantiere è partito, i lavori sono stati appaltati o esiste una procedura di gara (rientrano in questa categoria anche progetti avviati ma temporaneamente fermi).
3. **In fase di progettazione** - se il progetto è finanziato ma non è ancora stata completata la sua progettazione.

A fronte di circa €67 milioni di investimenti nelle diverse tipologie di **investimenti in infrastrutture completati** viene stimato un **impatto complessivo pari a circa €134 milioni**.

A fronte di circa €49 milioni di investimenti nelle diverse tipologie di investimenti in infrastrutture **ancora in fase di realizzazione** - il cui completamento si prevede possa avvenire nel giro di 1-2 anni - viene stimato un **impatto complessivo pari a circa €100 milioni**.

Per gli **investimenti in fase di progettazione** la stima dell'impatto economico è più incerta, anche a causa della difficoltà di prevedere i tempi di completamento, soprattutto per una mega opera con il collegamento ferroviario Ferrandina-Matera. Adottando lo stesso moltiplicatore utilizzato per i primi due casi e immaginando tempi di completamento per la ferrovia Ferrandina-Matera non inferiori a 5 anni, **l'impatto economico distribuito lungo questo arco di tempo è stimato pari a €840 milioni**.

In relazione agli investimenti di famiglie e imprese per rafforzare la dotazione ricettiva, si ipotizza - con una stima conservativa - che tra il 2014 e il 2019 siano stati realizzati nel settore immobiliare con destinazione turistica, nell'area del comune di Matera, investimenti

per circa €30 milioni con un impatto di spesa complessivo pari a €55,5 milioni. Certamente il settore delle costruzioni nella città, tradizionalmente orientato ai comparti delle residenze, delle strutture commerciali e del terziario, ha goduto di questi investimenti aggiuntivi.

Considerando che il pil annuo della città di Matera può essere stimato pari a circa €1,5 miliardi, un contributo annuo al pil di circa €20 milioni da queste due fonti di spesa e investimento (circa 1,3% del pil comunale) non è stato certo trascurabile in termini di benessere economico generato.

Gli impatti economici complessivi: sintesi

Sono stati esaminati quattro diversi tipi di impatto economico nel nostro studio - turismo, spese e investimenti della Fondazione, investimenti in infrastrutture e investimenti per potenziare la dotazione ricettiva. Il valore stimato di ciascuno di questi impatti è legato in una certa misura a Matera 2019, ma i dati a disposizione sono insufficienti per provare ad attribuire all'evento una quota precisa del valore di ciascuno di questi impatti.

Abbiamo visto che l'**impatto economico del turismo** è certamente rilevante e che, almeno a partire dal 2014, una quota importante della crescita delle presenze turistiche è attribuibile agli effetti della preparazione e della celebrazione dell'evento.

Non è possibile stimare in quale proporzione l'**impatto di €224,3 milioni nel 2019** sia attribuibile alle variazioni della domanda e della spesa turistica indotte da Matera 2019, ma è certo che l'evento abbia giocato un ruolo importante in questo risultato attraverso la crescita "extra" delle presenze turistiche rispetto al trend prevalente prima del 2014 (si rimanda a sezione 2.1).

Va sottolineato che la variazione della domanda turistica è un evento che si ripete con continuità in località come Matera che ha da tempo una propria vocazione e attrattività turistica - anche prima del 2014, anno di designazione a Capitale Europea della Cultura. Non è detto che si ripetano invece con la stessa continuità gli altri tre tipi di investimenti di cui abbiamo stimato gli impatti.

Per gli **investimenti in infrastrutture** Matera 2019 ha svolto un ruolo nello sbloccare o nel provocare un'accelerazione di investimenti in buona parte già programmati. Solo una parte di questi investimenti - **partiti dopo il 2014** - sono giunti a realizzazione o sono in dirittura d'arrivo per **un impatto stimato complessivo - tra quelli completati e quelli che lo saranno prevedibilmente in un orizzonte di 1-2 anni - pari a €234 milioni.**

L'impatto stimato di €55,4 milioni degli investimenti destinati a potenziare la dotazione ricettiva si è distribuito tra il 2015 e il 2019: anche in questo caso non è possibile - sulla base delle informazioni a disposizione - attribuire con precisione una quota di questo impatto al formarsi dell'evento. Tuttavia in questo caso sembra ragionevole ipotizzare che una parte rilevanti di questi investimenti sia avvenuta sull'onda della designazione di Matera a Capitale Europea della Cultura nel 2019.

Più diretto invece è il legame tra le **spese e gli investimenti della Fondazione Matera-Basilicata 2019** e il loro impatto economico. La Fondazione aveva come mission proprio l'organizzazione dell'evento e **l'impatto totale stimato di €112 milioni nel quinquennio 2014-2019 (programma culturale + realizzazione Cava del Sole) è interamente attribuibile a Matera 2019.**

Focus sull'industria dei congressi

I capitolo 5 contiene un approfondimento sul settore delle conferenze e dei meeting a Matera. Si tratta di un settore strettamente legato al turismo che genera infatti una quota significativa delle presenze totali nella città di Matera. E' inoltre un settore che intrattiene stretti rapporti con attività economiche - come l'alta formazione, le infrastrutture sociali per le imprese e le industrie creative - in cui Matera sta costruendo una nicchia importante della propria economia.

Come quella ricettiva, anche la dotazione di spazi fisici per congressi, meeting ed eventi è gradualmente aumentata in coincidenza con la preparazione di Matera 2109. Oggi presenta un forte potenziale economico per la città che e per questo è stato oggetto di approfondimento nel nostro report.

Matera è strutturata attorno ad una offerta congressuale consistente - circa 10.000 posti a sedere complessivi nelle diverse tipologie di sala, secondo le nostre stime - con capienze medio piccole ed una localizzazione molto frammentata nel territorio urbano.

Abbiamo approfondito il tema della struttura e delle potenzialità del settore dei meeting e congressi a Matera e i suoi legami con due settori *knowledge based* come l'alta formazione e le industrie creative.

In via preliminare sono stati esaminati i legami tra il settore dei meeting e congressi e il dossier di candidatura di Matera Capitale Europea della Cultura 2019 in cui era presente tra gli altri il progetto *Matera Meetings Mean More*.

Nelle sezioni 5.2 e 5.3 si è passati quindi ad una analisi quantitativa del settore in Italia e a Matera, anche alla luce dei cambiamenti tecnologici e della sempre più diffusa adozione della modalità degli incontri "a distanza" - favorita anche dall'insorgere della pandemia. Questa analisi indica che gli operatori del settore dovranno rivedere strategie, piani economici e investimenti programmati a causa degli effetti di lungo periodo innescati dalla pandemia.

In particolare nella sezione 5.3 viene sviluppata una originale fotografia in termini quantitativi (numero di sedi, capienza, localizzazione) dell'offerta del settore congressuale di Matera, con un supporto di mappe geolocalizzate.

Nella sezione 5.4 indichiamo alcune aree di criticità e percorsi di adattamento per il settore dei congressi a Matera, mentre nella sezione 5.5 abbiamo cercato di cogliere e descrivere le importanti relazioni che esistono tra il settore congressuale e altre due aree in cui Matera presenta un forte potenziale, le industrie culturali e creative e il settore dell'alta formazione.

Infine, nella sezione 5.6 abbiamo approfondito il tema del cittadino temporaneo, e ripercorso l'evoluzione di questo concetto che è stato centrale nel dossier di candidatura di Matera 2019.

1. Il metodo di stima dell'impatto economico

L'analisi dell'impatto economico dell'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019 (da ora Matera 2019) è stata condotta utilizzando quando possibile le tavole intersettoriali dell'economia della regione Basilicata del 2013 al fine di stimare i cosiddetti moltiplicatori di spesa.

In particolare le tavole regionali sono utili per stimare i moltiplicatori di spese e investimenti che coinvolgono imprese di branche economiche con un peso significativo nell'economia della regione. E' il caso per esempio della spesa turistica o degli investimenti in infrastrutture. In altri casi abbiamo utilizzato moltiplicatori desunti da studi e ricerche basati su tavole input-output regionali o nazionali.

Nella presente analisi le spese che prendiamo in considerazione non sono solo quelle direttamente ascrivibili alla Fondazione Matera-Basilicata 2019 - che ha gestito e organizzato l'evento Matera 2019 (da ora la Fondazione).

Vanno infatti considerate anche spese dei turisti, investimenti in infrastrutture e spese delle famiglie e delle imprese le quali - sull'onda della crescita dei flussi turistici - hanno realizzato investimenti in strutture alberghiere ed extra alberghiere (investimenti di tipo immobiliare).

Come vedremo, tra il 2014 e il 2019 la Fondazione ha direttamente coordinato spese per circa €49 milioni orientate all'organizzazione dell'evento. Queste spese hanno prodotto una serie di impatti economici sul territorio.

Tuttavia gli impatti legati a Matera 2019 sono molto più ampi.

Esiste infatti un legame tra l'investimento nell'evento Matera 2019, gestito dalla Fondazione e altre spese e investimenti afferenti ad altri attori economici.

Un'importante quota della crescita delle spese dei turisti è avvenuta sull'onda della preparazione e del dispiegamento dell'evento. Anche una quota rilevante degli investimenti immobiliari citati in precedenza presentano uno stretto legame con l'evento.

Il legame tra un grande evento come Matera Capitale Europea della Cultura si estende inoltre agli investimenti in due settori che hanno un'importanza strategica per la regione Basilicata e per la città di Matera: le infrastrutture e le industrie culturali e creative.

Abbiamo quindi analizzato anche il legame che intercorre tra Matera 2019 e gli investimenti nei due settori citati: sempre ricorrendo ai moltiplicatori delle tavole input-output è stato stimato l'impatto economico degli investimenti in infrastrutture.

1.1 Analisi di impatto economico e tavole input-output

Le tavole intersettoriali di un'economia regionale fotografano i legami tra domanda e sistema produttivo di una specifica area geografica sub-nazionale: grazie alle tavole input-output è possibile **simulare gli effetti** sul complesso dell'attività economica regionale **derivanti da variazioni della domanda** o dei costi; per esempio - dal lato della domanda - le variazioni della spesa dei turisti che soggiornano in una certa regione, l'incremento degli investimenti delle famiglie e delle imprese per adeguare il sistema ricettivo locale alla qualità e alle dimensioni dei flussi turistici attesi o, ancora, un'iniezione di risorse pubbliche per realizzare in un territorio progetti ed eventi culturali.

Le tavole input-output diventano in tal modo uno strumento che permette non solo di descrivere la struttura economica di una regione ma anche di condurre, attraverso le simulazioni, una valutazione di impatto economico.

Se applicate correttamente all'analisi di un territorio, le tavole input-output possono indicare in che misura, e attraverso quali canali, un cambiamento iniziale dell'attività economica in una regione può innescare ricadute che si diramano - sulla base dei cosiddetti *moltiplicatori* - nel tessuto dell'economia locale e del più ampio sistema economico (nazionale,

internazionale) al quale ogni economia regionale è legata in misura più o meno intensa attraverso l'interscambio commerciale.

L'impatto complessivo della variazione della domanda nel territorio di riferimento può essere suddiviso in tre componenti:

1. Impatti diretti: si tratta degli impatti che derivano direttamente dalla variazione della domanda, la quale tende a generare un aumento dei ricavi delle imprese del territorio al netto delle importazioni da altri territori.
2. Impatti indiretti: corrispondono agli impatti delle spese effettuate dalle imprese fornitrici di beni e servizi intermedi, con effetti sia sul sistema economico della regione sia - attraverso la struttura regionale dell'import-export - sul sistema economico nazionale e internazionale.
3. Impatti indotti: sono gli impatti dovuti all'incremento di reddito dei residenti, una parte dei quali verrà consumata nell'economia locale.

La relazione tra variazione della domanda ed impatti economici da essa generati viene espressa con il concetto di *moltiplicatore*.

Nell'analisi sviluppata nel presente report viene stimato un valore complessivo dei tre impatti.

Nella presente analisi le tavole intersettoriali della regione Basilicata sono state utilizzate in particolare per analizzare l'impatto della spesa turistica. Nel caso del turismo il moltiplicatore può essere espresso come moltiplicatore di spesa dei turisti o come moltiplicatore delle presenze turistiche: esso indica di quanto varia l'attività economica della regione (misurata per esempio in termini di prodotto interno lordo, occupazione o altre grandezze legate all'attività economica come le entrate fiscali della regione o dei comuni) al variare della spesa o delle presenze dei turisti.

Nel caso del turismo, il moltiplicatore di spesa si ottiene misurando il pil attivato dalla variazione della spesa turistica: l'entità dell'impatto sul pil dipende dalla composizione del

paniere di beni e servizi acquistati dai turisti nella regione e dalle caratteristiche dell'interscambio di beni e servizi (importazioni ed esportazioni interregionali) generato dal turismo. Il moltiplicatore di spesa non è influenzato dal livello dei prezzi nella regione o dal volume delle presenze: non è quindi un indice adatto a valutare il grado di vocazione turistica di una regione.

Un altro indicatore utilizzato nel presente report, frutto dell'analisi della matrice input-output, è rappresentato dall'incidenza degli impatti sul pil. Cercheremo in particolare di stimare la quota del settore turistico sul pil della Basilicata o di sue unità sub regionali come il Comune di Matera (sezione 2.3). In un dato anno il rapporto tra il complesso degli impatti generati dalla spesa dei turisti (ovvero il pil attivato dalla spesa turistica) e il pil della regione o di un comune indica effettivamente il grado di vocazione turistica (regionale o comunale). Questo indicatore dipende da diverse variabili, soprattutto dal volume di presenze, dalla spesa media turistica giornaliera e dalla composizione dei consumi turistici.

1.2 Applicazione del metodo all'evento Matera 2019

Nel caso di Matera 2019, il "cambiamento economico iniziale" può prendere la forma di una serie di spese riconducibili all'evento: attraverso le tavole input-output si misurano gli "effetti moltiplicativi" che tali spese producono sull'economia regionale e nazionale.

Come già indicato, sono quattro le categorie di spesa e investimento legate a Matera 2019 su cui concentriamo l'attenzione nel presente rapporto:

1. La spesa dei turisti
2. Le risorse utilizzate dalla Fondazione Matera-Basilicata 2019 per realizzare l'evento culturale: il budget per la vera e propria programmazione culturale, che include anche spese per il personale e la comunicazione sostenute nel corso del tempo, sia il più piccolo capitolo degli investimenti in conto capitale realizzati per creare un'infrastruttura legata all'evento (Cava del Sole).
3. Gli investimenti in grandi e piccole opere infrastrutturali di vario tipo.

4. Gli investimenti di famiglie e imprese per adeguare la dotazione del sistema ricettivo ai flussi turistici attesi attraverso l'elaborazione di una stima dei nuovi investimenti in strutture ricettive e di operazioni di ristrutturazione di spazi abitativi per trasformarli in unità da affittare ai turisti.

Dal punto di vista geografico, l'analisi di impatto è stata condotta su due livelli, quello regionale della Basilicata e quello locale (comunale) della città - Matera - che ha ospitato gran parte delle manifestazioni dell'evento e che da anni è il centro propulsore del turismo lucano.

L'arco temporale esaminato è soprattutto quello che va dal 2014 al 2019.

Abbiamo infatti stimato gli impatti economici a partire da una data "spartiacque" come il 2014, anno in cui Matera ha ottenuto dall'Unione Europea il riconoscimento di Capitale Europea della Cultura 2019. Questo titolo arriva di regola con un anticipo di circa 4 anni sull'avvio dell'evento: è questo l'arco di tempo che la Fondazione Matera Basilicata 2019 ha dedicato all'organizzazione dell'evento Matera 2019 e in questo stesso periodo si è assistito ad una rilevante mobilitazione di flussi turistici e di vari tipi di investimenti a livello locale.

Abbiamo inoltre condotto una simulazione sui due anni successivi al 2019 per verificare alcune dinamiche economiche, in particolare riguardo ai flussi turistici, nel biennio post-Covid 19.

Di seguito riassumiamo le ipotesi per la stima degli impatti economici attraverso i moltiplicatori delle tavole intersettoriali:

- Le ricadute si sono manifestate in una certa misura negli anni precedenti al 2019 - in particolare a partire dalla conseguimento del titolo ECoC nel 2014 - e sono state particolarmente importanti nell'anno dell'evento.
- Le spese riconducibili all'evento riguardano in particolare le spese dei turisti (sez. 2); quelle della Fondazione Matera-Basilicata 2019 - sia in conto esercizio, sia in conto capitale - (sez. 3.1); le spese sostenute dalle famiglie e dalle imprese per aumentare

attraverso ristrutturazioni e investimenti la dotazione di strutture alberghiere ed extra alberghiere (sez. 3.2).

- Il modello viene applicato alla regione e a Matera città/provincia.
- Vengono introdotte ipotesi su dati come la spesa media turistica giornaliera, il turismo sommerso e vengono introdotte alcune correzioni sui dati ufficiali per condurre analisi in aree specifiche come Matera città.

2. Turismo e impatto economico di Matera 2019

Nelle sezioni 2.1 e 2.2 identifichiamo i principali dati di base che nel modello input-output vanno a formare la variazione della domanda turistica che a sua volta è all'origine di una parte importante dell'impatto economico dell'evento Matera 2019.

Questi dati riguardano in primo luogo l'evoluzione e la consistenza degli arrivi e delle presenze turistiche a Matera e in Basilicata (sez. 2.1). I dati utilizzati in questo capitolo, attingono all'ultimo aggiornamento del nostro report sul turismo in Basilicata. Al momento dell'elaborazione del presente report, la serie storica dei dati ufficiali sui flussi turistici in Basilicata (arrivi e presenze) si è spinta fino al 2019. Mentre la serie storica dei dati ufficiali di fonte Istat su arrivi e presenze nelle altre regioni e comuni italiani si è spinta fino al 2018.

Per completare il quadro dei dati necessari per condurre l'analisi di impatto economico serve anche una stima sui flussi di escursionisti e sulla spesa media giornaliera dei turisti a Matera e in Basilicata (sez. 2.2).

Nella sezione 2.3 vengono presentati i risultati dell'analisi della tavola intersettoriale della Basilicata per il calcolo del valore del moltiplicatore di spesa turistica nella regione. Viene anche indicata una ipotesi per attribuire a Matera un più alto valore di tale moltiplicatore.

In particolare, una volta incorporati nella tavola input-output i dati di base che vanno a costituire la variazione della domanda turistica viene stimato, sulla base dei valori del moltiplicatore, l'impatto economico del turismo a Matera e in Basilicata.

Viene quindi indicato il valore di riferimento del prodotto interno lordo della Basilicata nel 2019 e viene indicata anche una stima del pil della provincia di Matera e di Matera città nello stesso anno.

Sulla scorta di quest'ultimo riferimento, viene stimata la quota del pil turistico di Matera sul pil totale del comune.

A proposito del settore turistico è bene ricordare che non esiste un settore del "Turismo" classificato dalle statistiche ufficiali italiane come attività economica di produzione omogenea⁵. Lo strumento raccomandato a livello internazionale per la rappresentazione del settore turistico è il Conto Satellite del Turismo (CST) che in Italia è realizzato dall'Istat. Il CST permette di valutare la dimensione economica complessiva dell'industria turistica, i settori che con una parte delle loro rispettive attività la costituiscono e il suo peso sul complesso dell'economia. Per la nostra analisi e per l'identificazione dei settori parte dell'industria turistica abbiamo preso come riferimento il CST.

2.1 L'evoluzione delle presenze turistiche

Vengono di seguito illustrati i dati su arrivi e presenze turistiche per Matera e per la Basilicata. I dati utilizzati si riferiscono all'ultimo aggiornamento del nostro report sul turismo in Basilicata.

Al culmine della fase di fortissima crescita nel periodo 2014-2019, le presenze turistiche nella città di Matera hanno toccato quota 730.434 nel 2019 con un rialzo del 33,40% rispetto all'anno precedente. Nel periodo 2014-2019 il tasso di crescita annuo composto è stato "fuori dal comune" - anche per una città Capitale Europea della Cultura - e pari al 31,4%. Un'interpretazione di quanto accaduto a Matera in relazione all'evoluzione del turismo è contenuta nella tabella 1.

L'eccezionale riflesso sui media di Matera, in particolare nel periodo 2014-2019, è stato a nostro avviso determinante nel provocare un drammatico aumento nel tasso

⁵ Rosignoli Stefano, *Impatto effettivo e potenziale dei consumi turistici sull'economia delle regioni italiane*, XXX Conferenza scientifica dell'Associazione Italiana di Scienze Regionali, 2009.

di crescita dei flussi turistici diretti in Basilicata.

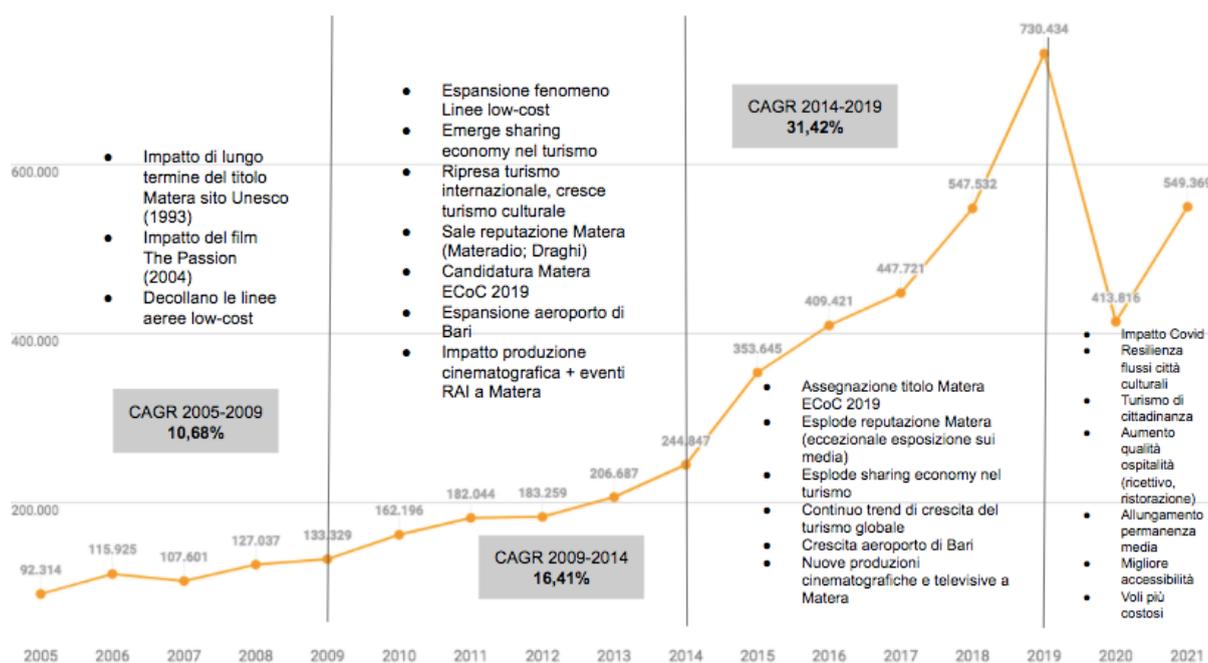
Un'accelerazione del trend di crescita del turismo era già evidente a partire dal 2012, quando la candidatura tra città italiane per la designazione a Capitale Europea della Cultura è diventata molto accesa (oltre venti città hanno presentato un proprio dossier di candidatura nella prima fase di selezione) e la stampa nazionale ha dato ampio richiamo alla competizione.

Il periodo 2014-2019 ha reso determinante questo canale di impatto economico rispetto ad altri fattori trainanti, come è possibile dedurre dalla Fig 1 che mostra uno schema cronologico di tali *driver* e il tasso di crescita annuo composto per ciascuno dei quattro periodi considerati.

Grazie alle bellezze e patrimonio artistico, culturale e naturale di cui sono dotate, Matera e la Basilicata erano già una meta turistica emergente in Italia e nel mondo prima del 2014. Sostenuto da altri fattori trainanti, lo straordinario richiamo mediatico attribuibile al riconoscimento del titolo e alla costruzione dell'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019 ha però impresso un deciso cambio di passo della notorietà nazionale e internazionale di Matera e del tasso di crescita del turismo. Nel 2019, anno della celebrazione dell'evento, il richiamo sui media è diventato ancora più acuto⁶.

Fig. 1**I driver del turismo a Matera 1999-2019 e ipotesi 2020 e 2021**

⁶ Una conferma del ruolo importante della eco mediatica viene anche dai dati elaborati dalla società di media intelligence L'Eco della Stampa che ha stimato per Matera 2019 un Advertising Value Equivalency (AVE) pari a €110.128.800. L'AVE rappresenta una misura del valore della copertura mediatica che può essere confrontato con il costo di una campagna pubblicitaria con un posizionamento simile.

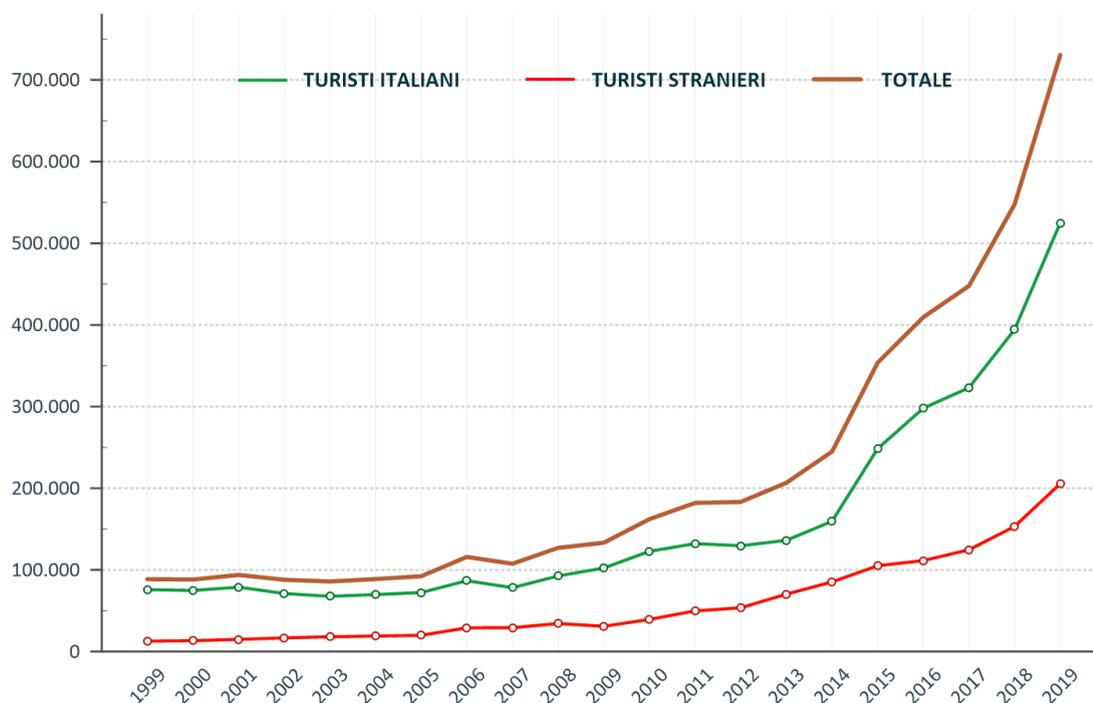


Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - 2020 e 2021: nostre stime

CAGR: tasso di crescita annuo composto

La stessa stampa internazionale ha dato molto spazio a Matera come luogo dalla grande forza attrattiva in cui era in corso la costruzione di un grande evento, ed è stata importante nel diffondere la notorietà della città e della regione anche in Paesi che non necessariamente conoscevano il titolo di Capitale Europea della Cultura. Nel periodo 2014-2019 la crescita del turismo straniero a Matera è stata in realtà meno pronunciata della crescita del turismo nazionale (Fig. 2). Tuttavia l'esame condotto sui dati sulla provenienza geografica dei turisti stranieri fa notare come i Paesi di provenienza con la maggiore crescita siano quelli ad elevato reddito pro capite, un fattore che ha innalzato la capacità di spesa del turismo a Matera e ha contribuito ad innalzare le stime sulla spesa media pro capite del totale dei suoi turisti, come riportato nella sezione 2.2.2.

Fig. 2 Presenze nella Città di Matera, turisti italiani e stranieri, 1999-2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Box 1

Il turismo a Matera nel 2020-2021: una previsione

Abbiamo sviluppato per il 2020 e 2021 alcune stime relative ai flussi turistici a Matera, durante il lockdown e nel post Covid-19, integrando i risultati nella tabella 1.

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

Approfondimenti di questo tipo aiuterebbero a capire se la rottura nei flussi turistici provocata dall'emergenza sanitaria globale riporterà - dopo l'inevitabile forte arretramento del 2020 - il sentiero di crescita del turismo a Matera verso un trend in linea con quello - del 16% circa - registrato nel periodo 2009-2014 (Tab. 1). O se invece la notorietà acquisita grazie all'eco mediatico dell'evento del 2019, e i nuovi fattori trainanti del

turismo, manterranno ancora per un certo periodo la città dei Sassi un sentiero di forte aumento dei visitatori, con un tasso di crescita annuo composto vicino o superiore alla soglia del 20 per cento e meno lontano dal boom del periodo 2014-2020.

Il forte legame tra l'eccezionalità della crescita del turismo a Matera nel periodo 2014-2019 e la costruzione dell'evento Matera 2019 è desumibile anche dal confronto tra Matera ed altre città d'arte italiane (Tab. 1 e Fig. 3). Se gli altri fattori trainanti del turismo presenti nel periodo 2014-2019 fossero stati preminenti rispetto al richiamo attraverso i media esercitato dalla costruzione dell'evento, avremmo dovuto vedere Matera e altre città d'arte italiane convergere su trend di crescita del turismo tra loro paragonabili.

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

Tab. 1

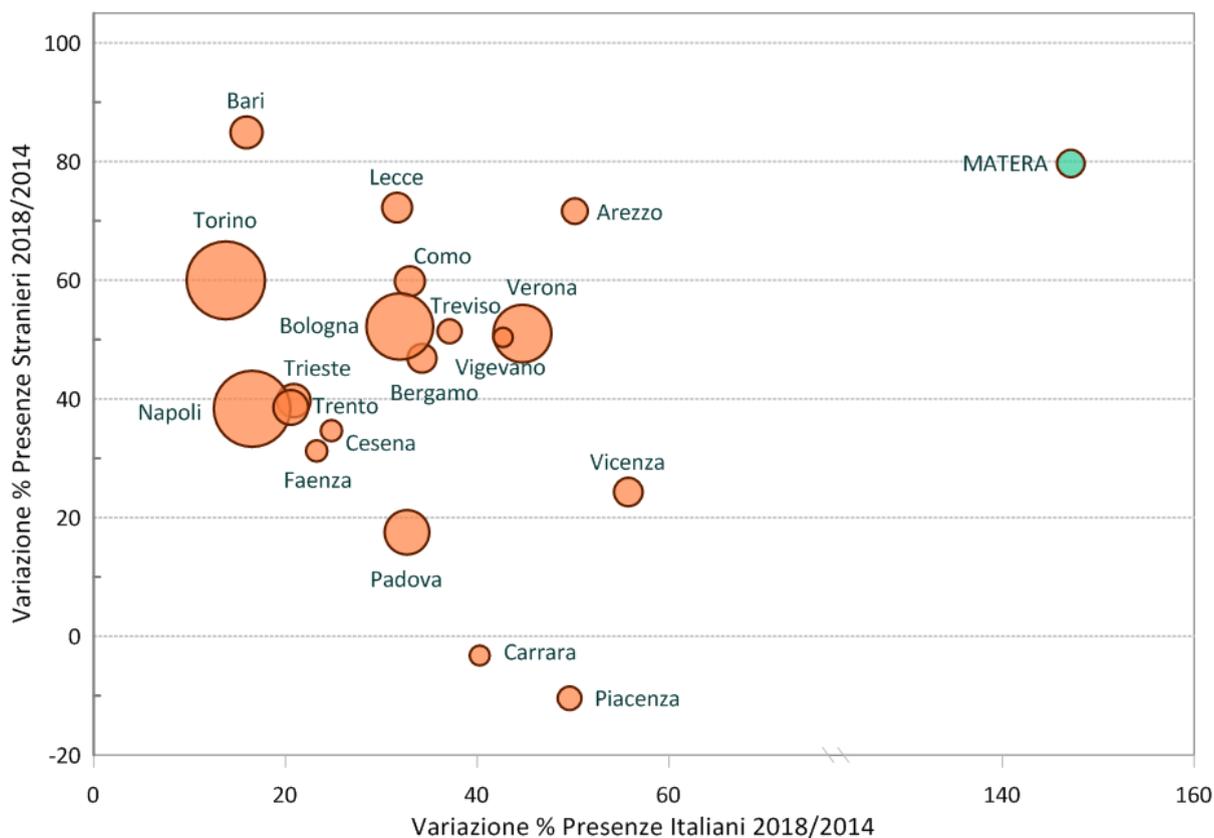
Città d'arte italiane: prime venti città per variazione delle presenze totali 2018/2014
(solo città con almeno 50.000 abitanti)

Città	Variazione % Presenze Totali 2018/2014	Indice Turisticità 2018
Matera	123,62	9
Arezzo	59,67	4
Como	53,79	9
Verona	48,44	10
Vigevano	44,95	1
Treviso	43,91	4

Bergamo	42,48	5
Lecce	42,18	7
Bologna	41,69	8
Vicenza	38,71	6
Bari	37,58	3
Trieste	29,29	5
Napoli	27,46	4
Faenza	27,42	3
Carrara	26,58	1
Piacenza	26,11	3
Trento	25,88	9
Padova	25,44	8
Cesena	24,69	2
Torino	24,21	4

Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

Fig. 3 Confronto incrociato della variazione delle Presenze italiane e straniere nelle più dinamiche Città d'Arte con oltre 50.000 abitanti nel periodo 2014-2018



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat - La dimensione dei cerchi rispecchia la dimensione totale delle presenze nel 2018 nelle varie città.

2.2 Stima degli escursionisti e della spesa turistica

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

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

assegnando diversi pesi a seconda del tipo di turismo prevalente nelle diverse località.

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

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

2.2.1 Stima degli escursionisti

Per la stima degli escursionisti a Matera, dove il fenomeno si presenta rilevante, è stato adottato il seguente metodo empirico: abbiamo individuato città d'arte tra i 30.000 e i 100.000 abitanti, con una taglia demografica comparabile a quella di Matera (circa 60.000 abitanti), nelle quali vengono condotte indagini qualitative sul turismo ed esiste quindi una stima sul flusso degli escursionisti.

Abbiamo preso come riferimento Pisa (90.000 abitanti). Nel 2015 Pisa registrava circa 1,7 milioni di presenze turistiche ed una dimensione simile del turismo giornaliero, con una proporzione pari quasi a 1:1 tra i due tipi di flusso turistico.

Ci sono ragioni che spingono a ipotizzare per Matera una proporzione più bassa del turismo giornaliero rispetto alle presenze turistiche (grado di accessibilità, densità di flussi turistici nell'area toscana).

Ci sono però ragioni che spingono nella direzione opposta, per esempio il numero relativamente basso di alberghi con capienza sufficiente per ospitare a Matera comitive numerose. Questo limite spinge spesso le comitive a pernottare altrove (in località vicine) per poi raggiungere Matera come escursionisti.

Per il 2019 sono emerse tra gli specialisti locali del settore (soprattutto guide turistiche) indicazioni su una crescita molto forte dell'escursionismo.

Abbiamo quindi ipotizzato in via preliminare per Matera un rapporto 1:1,2 tra flussi di presenze turistiche ufficiali e flussi di escursionisti nel 2019, e pari a 1:1 o più basso per gli anni precedenti tra il 2015 e il 2018.

Per le altre località turistiche della Basilicata abbiamo invece individuato una dimensioni parametrica del fenomeno dell'escursionismo.

2.2.2 Stima della spesa turistica media giornaliera

Non esistono indagini qualitative su questo aspetto in Basilicata.

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

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

Si è tenuto conto delle provenienze nazionali e internazionali dei turisti in Basilicata e a Matera.

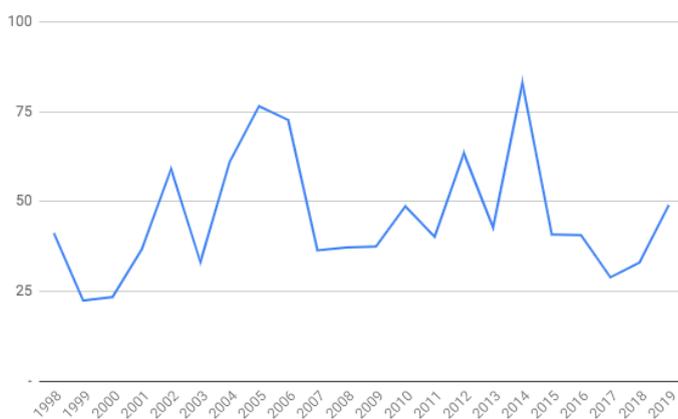
Per Matera il risultato è una stima aggregata di €130 di spesa media giornaliera dei turisti che hanno pernottato nel 2019. Mentre per gli escursionisti la stima è pari a €30 per visitatore. Queste stime cambiano a seconda dell'anno di riferimento e dell'unità geografica considerata (per la Basilicata nel suo complesso, per esempio, è stata ipotizzata una spesa turistica media giornaliera pari a €82 nel 2019).

E' opportuno sottolineare che, per motivi connessi alla esiguità del campione di turisti stranieri in visita in Basilicata e intervistati alla frontiera, le stime della Banca d'Italia presentano una forte variabilità annuale e per questo non hanno inciso molto sulla nostra formulazione delle ipotesi. Ovviamente le stime della Banca d'Italia rimangono affidabili per l'Italia nel suo complesso e per gran parte delle regioni italiane, per le quali il campione dei turisti stranieri intervistati alla frontiera è molto più ampio e significativo.

I grafici che seguono (Fig. 4 e 5) mostrano la forte variabilità della spesa dei turisti stranieri in Basilicata rispetto all'evoluzione più lineare della spesa dei turisti stranieri in Italia nel periodo 1998-2019.

Fig. 4.

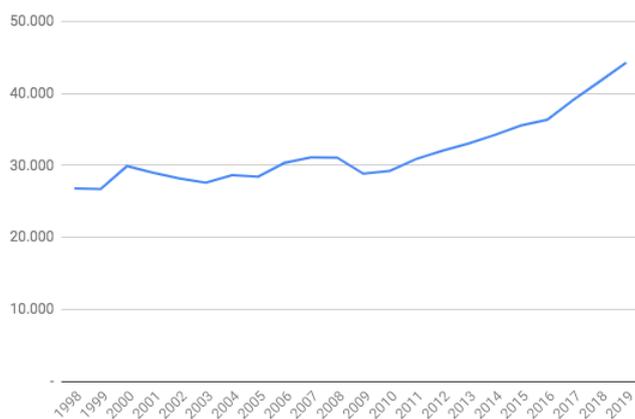
Spesa per anno dei turisti stranieri che hanno soggiornato in Basilicata, 1998-2019 (milioni €)



Fonte: elaborazioni CityO su dati Banca d'Italia

Fig. 5

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



Fonte: elaborazioni CityO su dati Banca d'Italia

2.3 Impatto del settore turistico sul PIL in Basilicata e a Matera

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

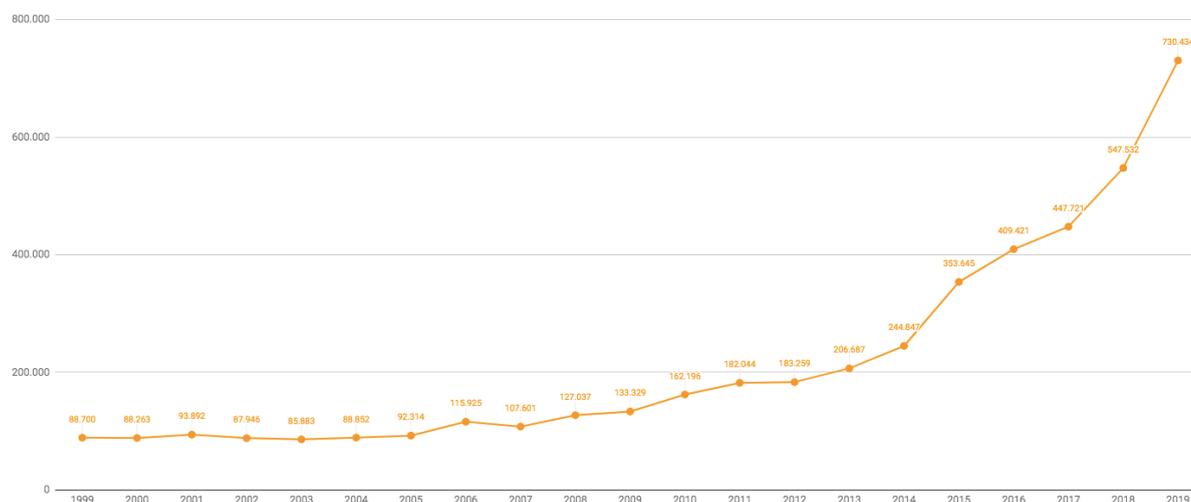
E' stato così ottenuto il valore del moltiplicatore di spesa turistica della Basilicata pari a 1,62. Tale valore si può leggere come: per ogni euro in più di spesa turistica in Basilicata (lo shock o variazione della domanda) l'impatto economico finale è pari a €1,6 (in questo valore sono inclusi gli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

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

Abbiamo quindi incorporato nella tavola input-output i dati effettivi che negli anni tra il 2014 e il 2019 hanno dato vita alla variazione della domanda turistica a Matera e in Basilicata. Si tratta in particolare dei dati sulle presenze turistiche illustrati nella sezione 2.1 e sintetizzati, per Matera, nel seguente grafico (Fig. 6) che copre un periodo molto più ampio di quello considerato per la stima dell'impatto economico.

Fig. 6

Variazione delle presenze turistiche a Matera 1999-2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

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

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

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

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

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

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

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

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

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

un più alto livello delle presenze ufficiali - **il pil turistico della città di Matera potrebbe attestarsi intorno al 21% del pil totale del comune.**

3. Impatto economico della Fondazione

3.1 Fondazione Matera-Basilicata 2019 e impatto economico

La Fondazione Matera Basilicata 2019 (da ora Fondazione) è un'istituzione non profit con la missione di organizzare e gestire l'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019 e la sua legacy.

Ai fini della nostra analisi la Fondazione è il veicolo attraverso il quale le consistenti risorse allocate dai finanziatori della Fondazione per la realizzazione il programma culturale sono state impiegate per acquistare i beni e servizi necessari a organizzare l'evento (spese correnti e investimenti in conto capitale) e per acquisire le risorse umane e specialistiche (spese per il personale e per i collaboratori).

Per propria natura le istituzioni non profit come la Fondazione non operano come le imprese for profit. In queste ultime la differenza tra costi e ricavi determina in ultima analisi il reddito di esercizio: le imprese for profit sostengono costi per conseguire ricavi - acquistano i fattori produttivi e rivendono i prodotti sul mercato ad un determinato prezzo, frutto in genere di analisi quantitative, calcolo dei costi di produzione, analisi della concorrenza e del valore attribuito dal mercato al servizio reso. Il loro obiettivo è coprire i costi e generare un adeguato margine di profitto.

Nel caso dei soggetti non profit il legame tra ricavi e costi è meno stretto, il risultato del confronto tra queste due grandezze ha infatti più la natura di un valore finanziario che economico⁷. Obiettivo del soggetto non profit è raggiungere un break-even point tra costi e ricavi, tenendo conto del fatto che i "prodotti" che un ente non profit eroga hanno soprattutto un valore intangibile, il che rende difficile misurare il valore aggiunto e la creazione di valore dell'attività svolta.

⁷ Gian Mario Colombo, Maurizio Setti, *Contabilità, bilancio e controllo degli enti non profit*, IPSOA, 2012.

Questa premessa serve per chiarire due elementi relativi all'analisi che segue, volta a stimare - attraverso i moltiplicatori delle tavole intersettoriali - in che misura e attraverso quali canali la Fondazione abbia contribuito - con le proprie risorse - a generare impatti economici sul territorio.

1. Il primo punto riguarda la differenza tra **impatti economici quantificabili attraverso i moltiplicatori delle tavole intersettoriali** - oggetto della presente analisi - e altri impatti, come gli **impatti economici quantificabili con altri metodi** (per esempio la stima del valore del *willingness to pay*, la disponibilità da parte del pubblico a pagare per un certo evento culturale) o come gli impatti sociali più ampi, per esempio la stima del grado di soddisfazione e di partecipazione all'evento da parte della popolazione locale. **Questi diversi impatti vengono analizzati in altri rapporti di ricerca commissionati dalla Fondazione.**

2. Il secondo punto riguarda **l'identificazione dei costi e dei ricavi della Fondazione e le sue implicazioni per la nostra ricerca.**

I ricavi sono le risorse che hanno permesso alla Fondazione di costruire un budget da orientare verso i diversi costi.

I ricavi sono determinati in stragrande misura dai finanziamenti trasferiti alla Fondazione dai suoi soci e da altri partner e sponsor coinvolti nel progetto. In piccola misura hanno contribuito ai ricavi anche i proventi derivanti dalla vendita del cosiddetto Passaporto 2019, per acquistare con un abbonamento l'ingresso alle mostre a pagamento organizzate dalla Fondazione stessa nel 2019, oltre ai biglietti individuali staccati per tali mostre.

I costi della Fondazione, come già indicato, sono quelli correnti per il personale e per organizzare l'ampio numero di mostre ed eventi culturali legati all'evento, oltre ai costi di investimento tra cui spicca per importanza la realizzazione di Cava del Sole, una struttura per convegni, concerti e manifestazioni.

I costi della Fondazione entrano nella nostra analisi intersettoriale come una variazione della domanda - che esercita i suoi effetti non solo nella città di

Matera e nella regione Basilicata ma in una certa misura - non trascurabile - anche all'esterno della regione: questa variazione della domanda innescata dalle spese della Fondazione provoca il tipo di impatti economici già esaminati nel caso della variazione dei flussi turistici.

E' stata analizzata la struttura della spesa della Fondazione, isolando in cinque grandi categorie le diverse spese:

1. Spesa generale e per Personale e i collaboratori
2. Piano di Comunicazione e Promozione
3. Programma Culturale
4. Spese per forniture e servizi (trasversale alle spese 1-3)
5. Progetto speciale Cava del Sole

Le spese 1-3 sono state quindi calcolate al netto delle spese per forniture e servizi.

Il progetto speciale Cava del Sole corrisponde ad un investimento in conto capitale e per tipologia è assimilabile ad un investimento nel settore delle costruzioni.

Il budget complessivo della Fondazione, destinato alle diverse spese elencate, è stato pari a circa €55 milioni⁸ e si è distribuito soprattutto nell'arco di tempo tra il 2015 e il 2019, con una concentrazione nell'anno dell'evento⁹. Del totale, il budget per la gestione del programma ha assorbito circa €50 milioni, mentre circa €5 milioni sono stati utilizzati per la realizzazione della Cava del Sole.

Per chiarire il metodo utilizzato per misurare l'impatto economico della Fondazione, può essere utile inserire a questo punto un parallelo tra il settore turistico e il settore in cui opera

⁸ Secondo la Fondazione il budget complessivo per il programma culturale della Capitale Europea della Cultura per il periodo (2015-2020) è ammontato a €50.082.373,19, dei quali il 94% provenienti da finanziamenti pubblici e il 6% provenienti da privati (sponsorship e partenariati vari). Ulteriori €4.870.000 sono stati destinati dal Governo Nazionale alla riqualificazione e allestimento della Cava del Sole come luogo per arti performative.

⁹ In realtà una parte del budget viene speso anche nel 2020 e 2021, biennio in cui la Fondazione Matera-Basilicata 2019 continua ad essere operativa gestendo la cosiddetta *legacy* dell'evento.

la Fondazione stessa. Come abbiamo visto nella sezione 1.2, non esiste un “settore turistico” come branca distinta all’interno delle tavole intersettoriali: è stato quindi usato il Conto Satellite del Turismo (CST) per ricostruire la dimensione economica complessiva dell’industria turistica, e identificare quei settori - esistenti nelle tavole I-O - che con diversi pesi contribuiscono alla formazione dell’attività turistica.

Così come il settore “Turismo” è stato riassembleato nelle tavole input-output per ricavarne un settore “omogeneo”, anche la Fondazione potrebbe essere assimilata ad un piccolo settore che esercita il suo impatto sull’economia locale attraverso diverse relazioni con altri settori economici.

Per condurre l’analisi di impatto attraverso le tavole intersettoriali abbiamo usato una semplificazione e trattato la Fondazione come un’impresa non profit del settore culturale. Come il turismo anche il settore culturale e creativo non corrisponde ad una specifica branca di attività ma andrebbe “ricostruito” come si fa per il turismo attraverso il CST. Poiché non esiste un “conto satellite delle industrie culturali” abbiamo condotto una ricerca sulle evidenze empiriche che utilizzano un moltiplicatore di spesa delle industrie culturali e creative al fine di stimare il loro impatto sull’economia.

Esistono diverse stime, condotte a livello nazionale, regionale o provinciale, che vanno da un valore del moltiplicatore di spesa pari a 1,4 a valori collocati intorno a 2,5. In molti casi non viene chiarito se tra gli impatti vengono stimati anche quelli indotti o se la stima si limita agli impatti diretti e indiretti. Fondazione Symbola propone un moltiplicatore del Sistema Produttivo Culturale e Creativo pari a 1,77 a livello nazionale¹⁰. In una ricerca condotta da Trentino Sviluppo lo stesso parametro per la provincia di Trento viene stimato pari a 2,49¹¹. Nello stimare parametricamente il valore del moltiplicatore di spesa della Fondazione si tiene conto come fattore di contenimento del moltiplicatore: 1) del fatto che in Basilicata il valore dei moltiplicatori di spesa tendono ad essere più bassi rispetto ad altre realtà nazionali; 2) della più limitata presenza di aziende fornitrici localizzate entro i confini regionali.

¹⁰ *Io Sono Cultura 2019*, rapporto annuale di Symbola-Unioncamere.

¹¹ *Artigianato & Cultura*, rapporto condotto da CEii Trentino, 2013. La stima del moltiplicatore si basa sul Florens Index messo a punto da The European House-Ambrosetti per realizzare confronti su base nazionale ed internazionale rispetto al potenziale espresso dal settore culturale e creativo di ciascuna regione o paese studiato.

Tuttavia esistono anche elementi che suggeriscono valori del moltiplicatore delle spese della Fondazione entro i range più elevati ricavabili dagli esempi nazionali. Studi di valutazione specifici dell'evento Matera 2019 indicano infatti che il 59% dei contratti di fornitura siglati dalla Fondazione sono stati affidati ad imprese lucane, per importi pari al 44% del valore totale dei contratti di fornitura di beni e servizi della Fondazione. A questo risultato ha contribuito il fatto che le molteplici "produzioni originali" concepite dalla Fondazione Matera 2019 per realizzare il programma culturale (mostre, opere teatrali, ecc.) si sono rivolte soprattutto ai fornitori locali per i servizi, le attrezzature e i materiali di allestimento necessari.

Abbiamo infine attribuito alle spese della Fondazione per la realizzazione e gestione del programma culturale un valore del moltiplicatore pari a 2 che si colloca tra i valori medi rilevabili dagli esempi in Italia.

E' stata fatta un'eccezione per l'investimento nella Cava del Sole - pari a poco meno di €5 milioni e assimilabile ad una infrastruttura - prevedendo un moltiplicatore pari a 2,4 in linea con le stime più elevate dei moltiplicatori del settore delle costruzioni¹².

In base a queste ipotesi la stima dell'impatto economico delle spese della Fondazione per il programma culturale, nel corso di cinque anni, è pari a €100 milioni.

Mentre l'impatto economico dell'investimento per la realizzazione della Cava del Sole è pari a €12 milioni.

Alcune note di cautela su dato relativo all'impatto economico delle spese della Fondazione per il programma culturale. Si tratta di un impatto nella regione Basilicata: a questo stadio non è possibile indicare con precisione in quali aree della regione esso si sia concentrato maggiormente anche se è molto probabile che le maggiori ricadute si siano concentrate a Matera e nella sua provincia.

¹² *L'industria delle costruzioni: struttura, interdipendenze settoriali e crescita economica*, Centro studi ANCE, 2015

Si tratta inoltre di un impatto economico che va distribuito negli anni di preparazione dell'evento e che per sua natura rimane comunque un impatto di breve periodo.

E' interessante notare che, con con ulteriori approfondimenti, si potrebbe ricavare dalle tavole intersettoriali della Basilicata, opportunamente integrate con indagini presso le imprese lucane, indicazioni più precise sulle relazioni tra l'investimento in un grande evento e il rafforzamento - con effetti di lungo periodo - di settori locali come il turistico-congressuale, l'alta formazione (universitaria o attraverso altre strutture di istruzione e formazione) e le industrie culturali e creative locali.

4. Impatto economico delle infrastrutture e del settore immobiliare per il turismo

Nella sezione 4.1 definiamo - nel contesto della nostra analisi - cosa si intende per “investimenti in infrastrutture” e cosa per “investimenti nel settore immobiliare per il turismo”.

Nella sezione 4.2 procediamo ad una stima dell'impatto degli investimenti in infrastrutture attraverso i moltiplicatori delle tavole input-output.

Nella sezione 4.3 esaminiamo con la stessa metodologia l'impatto degli investimenti di famiglie e imprese per rafforzare la dotazione ricettiva.

In entrambi i casi l'analisi, dal punto di vista geografico, si concentra in particolare su Matera e sul suo territorio.

Va sottolineato che solo una parte degli investimenti in infrastrutture considerati (sia in termini di numerosità che di importo economico) può essere direttamente collegata a Matera 2019. Tuttavia molti importanti investimenti in infrastrutture attendevano da tempo una decisione per sbloccare o accelerare la loro realizzazione.

Matera 2019 ha calamitato l'interesse politico verso la Basilicata, favorendo in tal modo uno sblocco o un'accelerazione di molte decisioni di investimento del settore pubblico non solo attraverso i canali della programmazione nazionale, regionale e comunale, ma anche attraverso strumenti di finanziamento ad hoc come il Contratto Istituzionale di Sviluppo (CIS) del 2017.

4.1 Definizione: infrastrutture e settore immobiliare per il turismo

Gli investimenti in infrastrutture e gli investimenti nel settore immobiliare per il turismo sono le due aree in cui si concentra la nostra analisi degli investimenti in conto capitale legati all'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019.

Gli investimenti in infrastrutture - che hanno una forte componente pubblica - riguardano la realizzazione di opere sociali, culturali ed economiche. Nel caso degli investimenti legati a Matera 2019, il loro valore si è concentrato in prevalenza nel settore dei trasporti e nell'accessibilità di Matera e del suo territorio. Un elenco di questi investimenti è stato prodotto dal Comune di Matera ed è stato usato come fonte principale per la nostra analisi.

Gli investimenti nel settore immobiliare per il turismo sono investimenti privati realizzati da operatori del settore alberghiero e della ristorazione, ma anche da famiglie che decidono di riconvertire proprietà immobiliari in spazi da destinare all'offerta ricettiva. I dati di base per ricavare un elenco di questi investimenti provengono da fonti diverse come precisato nella sezione 4.3.

I punti in comune

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

Entrambi questi investimenti, inoltre, aumentano la dotazione di capitale fisico di un territorio e possono avere effetti di medio-lungo periodo (impatti "dinamici") estremamente importanti sulla competitività di una città o di una regione e su una molteplicità di settori economici, stimolando la produttività, la nascita di nuove imprese e la crescita di quelle esistenti, l'attrazione di capitale umano e di aziende dall'esterno o l'attrazione di flussi turistici.

Le differenze

Gli investimenti in infrastrutture tendono ad avere una elevata “dimensione di valore pubblico”. In generale possiamo distinguere tra Infrastrutture sociali e culturali - intese come asset fisici che facilitano l’offerta ai cittadini di servizi sociali e culturali - e le Infrastrutture economiche - intese come asset fisici che permettono alla società e all’economia di funzionare.

Nelle Infrastrutture sociali e culturali ricadono opere come le scuole, le università, le strutture sanitarie, i musei e i teatri.

Le infrastrutture economiche abbracciano un ampio ventaglio di opere e settori: i trasporti (strade, autostrade e ferrovie, porti e aeroporti); l’energia (gas ed elettricità); le telecomunicazioni; e grandi strutture come gli acquedotti e gli impianti di smaltimento dei rifiuti.

Di seguito adottiamo le definizioni appena illustrate e, nel caso degli investimenti legati a Matera 2019, proviamo a disaggregare ulteriormente le diverse categorie di infrastrutture economiche e sociali.

E’ importante sottolineare il legame tra gli effetti economici di “breve periodo” degli investimenti in infrastrutture - che si manifestano durante la loro realizzazione - e gli effetti dinamici di “lungo periodo” - che si esplicano nel corso della loro lunga vita operativa. Se realizzate con l’obiettivo di generare benefici pubblici - come crescita della produttività, della competitività territoriale, del capitale umano - le infrastrutture possono dare un importante contributo allo sviluppo economico e sociale¹³.

Gli investimenti immobiliari per il turismo costituiscono un comparto economico più circoscritto rispetto alle infrastrutture, nel quale manca la dimensione pubblica intesa come servizi sociali o come opere di interesse collettivo indispensabili per favorire il funzionamento dell’economia e della società.

¹³ “Furthermore, the positive impact of infrastructure endowment on growth tends to wane quickly and is weaker than that of, for example, the level of human capital”. *Crescenzi, Riccardo and Rodríguez-Pose, Andrés (2008) Infrastructure endowment and investment as determinants of regional growth in the European Union. European Investment Bank economic papers, 13 (2), pp. 62-101.*

Si tratta di investimenti privati realizzati da operatori del settore alberghiero e della ristorazione ma anche da famiglie che decidono di riconvertire proprietà immobiliari in spazi da destinare all'offerta ricettiva.

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

4.2 Impatto economico degli investimenti in infrastrutture

La fonte dell'ampio ventaglio di investimenti da cui è partita la nostra analisi proviene dal Comune di Matera¹⁴ che ha raccolto i dati di base nel documento *"Master Plan degli investimenti per Matera"* (da ora "Masterplan").

I grandi e piccoli interventi raccolti nel Masterplan (in totale 182) sono di diverso tipo, non tutti in conto capitale. Rientrano per esempio nel Masterplan anche molti interventi di tipo immateriale, come una parte delle spese della Fondazione Matera-Basilicata 2019 da noi giù considerate nel capitolo 3. Rientrano nel Masterplan altri investimenti esclusi dalla nostra analisi, come gli interventi per potenziare la dotazione di verde pubblico nella città o gli investimenti delle Ferrovie Appulo Lucane relativi alla sostituzione del materiale rotabile.

Ci siamo concentrati sugli investimenti del Masterplan con una copertura di finanziamento ragionevolmente certa e in grado di potenziare in particolare la dotazione di infrastrutture sociali, culturali ed economiche.

Degli interventi nel settore dei trasporti (importanti sia per numerosità che per valore) abbiamo escluso quelli relativi ai mezzi di trasporto, concentrando l'attenzione sulle infrastrutture volte a migliorare l'accessibilità di Matera e del suo territorio con un impatto sul settore delle costruzioni.

Una recente verifica con il Comune di Matera - condotta attraverso la Cassa Edile della Provincia di Matera - è servita per aggiornare il quadro del Masterplan. Sono stati esclusi

¹⁴ "Master Plan degli investimenti per Matera. Programmazione 2014-2020 e interventi straordinari per Matera 2019", Comune di Matera. Abbiamo ricevuto questo documento dalla Fondazione Matera-Basilicata 2019.

dalla nostra analisi una serie di investimenti, spesso di piccola dimensione, rispetto ai quali non è chiara la tempistica di attuazione o non è chiaro il loro stato di realizzazione.

Abbiamo alla fine ricavato un raggruppamento di 88 interventi, molti dei quali anche di piccola dimensione (di importo inferiore a €1 milione per opera). Tuttavia un gran numero dei singoli piccoli interventi ricadono in un quadro di sistema (per es. riqualificazione urbana, potenziamento della rete stradale).

Su un totale di investimenti considerati - con un importo complessivo pari a €514,7 milioni - ben l'82% deriva da opere infrastrutturali per i trasporti, con l'investimento per il collegamento ferroviario Ferrandina-Matera - ancora in fase di progettazione - pari da solo a €365 milioni (Fig 7).

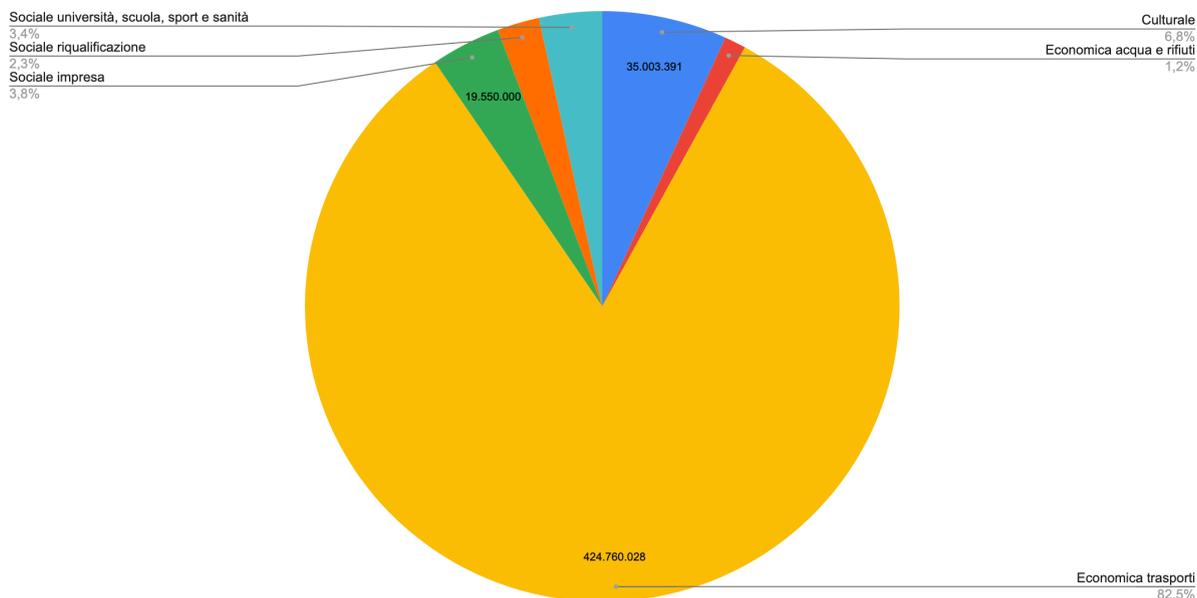
Gli investimenti in infrastrutture sono stati suddivisi in una serie di categorie che a loro volta sono state articolate in sei tipologie di investimento:

1. Infrastrutture economiche per il trasporto
2. Infrastrutture economiche per l'acqua e i rifiuti
3. Infrastrutture sociali per università, scuola, sport e sanità
4. Infrastrutture sociali per la riqualificazione urbana
5. Infrastrutture sociali per le imprese
6. Infrastrutture culturali

Come si può osservare (figura 7), la seconda voce dopo le infrastrutture per i trasporti - in termini di importo degli investimenti - è quella delle infrastrutture culturali. La tipologia delle Infrastrutture per le imprese è costituita soprattutto da investimenti pubblici finalizzati alla creazione di spazi per le imprese innovative e del settore culturale e creativo.

Fig. 7

**Tipologia degli investimenti legati a Matera Capitale Europea della Cultura 2019
(importi in € e %)**



Fonte: Elaborazioni CityO su dati del Comune di Matera e della Fondazione Matera-Basilicata 2019

A ciascuno degli 88 progetti infrastrutturali considerati nella nostra analisi è stato associato uno dei seguenti attributi relativi allo stato di realizzazione dell'investimento:

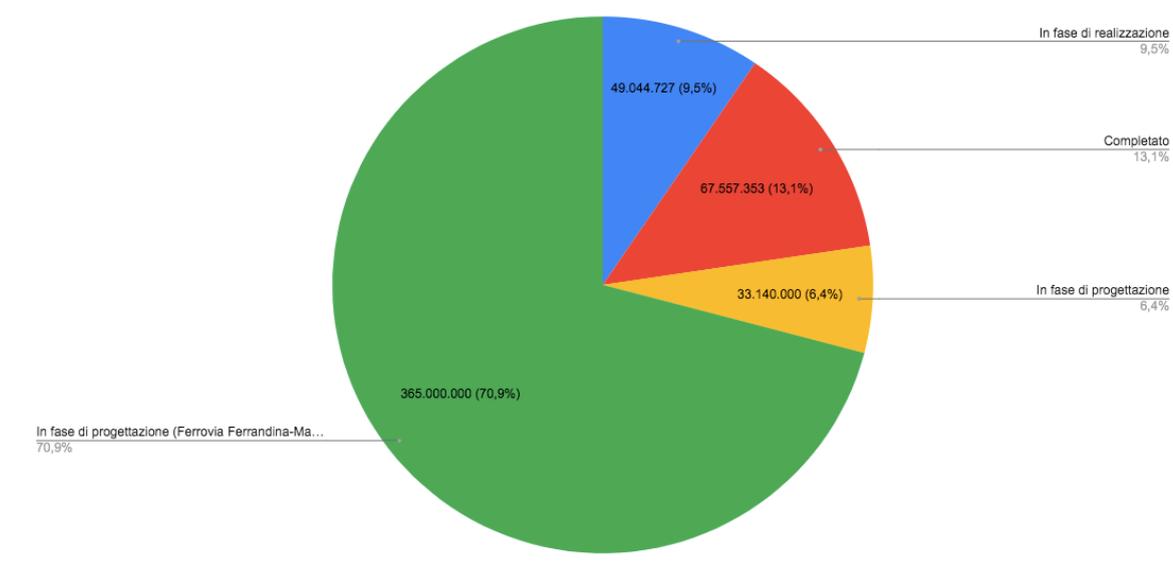
1. **Completato** - se l'intervento è stato realizzato.
2. **In fase di realizzazione** - se il cantiere è partito, i lavori sono stati appaltati o esiste una procedura di gara (rientrano in questa categoria anche progetti avviati ma temporaneamente fermi).
3. **In fase di progettazione** - se il progetto è finanziato ma non è ancora stata completata la sua progettazione.

La figura 8 riporta la suddivisione degli investimenti in base allo stato di realizzazione.

Fig. 8

Stato di realizzazione degli investimenti legati a Matera Capitale Europea della Cultura

2019 (importi in € e %)



Fonte: Elaborazioni CityO su dati del Comune di Matera e della Fondazione Matera-Basilicata 2019

La tabella 2 riporta l'elenco degli investimenti in Infrastrutture culturali. Non è riportato l'investimento per la realizzazione della Cava del Sole (€5 milioni, completato) perchè già inserito nella stima dell'impatto delle spese e degli investimenti della Fondazione Matera-Basilicata 2019.

Tab. 2
Investimenti in Infrastrutture Culturali legati a Matera 2019

Intervento	Importo (€)	Stato realizzazione
Parco della Storia dell'Uomo - Civiltà contadina (Museo Demo Etno Antropologico)	7.000.000	In fase di realizzazione
Recupero Teatro Duni	4.490.000	in fase di progettazione
Palazzo Malvezzi - Sede rappresentanza istituzionale	4.000.000	In fase di realizzazione

Parco della Storia dell'Uomo - Civiltà rupestre	3.500.000	In fase di realizzazione
Riqualificazione Teatro-Biblioteca p.zza Monte Grappa	1.892.051	In fase di realizzazione
Parco della Storia dell'Uomo - Città dello spazio / Parco delle stelle	1.500.000	in fase di progettazione
Recupero chiesa rupestre della Vaglia	1.500.000	in fase di progettazione
Museo Demoetnoantropologico – sistema dei percorsi	1.140.000	completato
Completamento ipogei piazza Vittorio Veneto	1.000.000	completato
I luoghi del silenzio	1.000.000	in fase di progettazione
Parco della Storia dell'Uomo - Preistoria	1.000.000	in fase di progettazione
Riqualificazione circuito urbano delle Chiese Rupestri	1.000.000	completato
Interventi di adeguamento del Cinema Comunale	800.000	completato
Riqualificazione fabbrica del Carro	800.000	completato
Museo Demoetnoantropologico – Recupero e funzionalizzazione Vicinato Malve	780.000	completato
Completamento Auditorium e riqualificazione ipogei Piazza S. Francesco	600.000	completato
Cava del Sole - sistemazione pertinenze	500.000	In fase di realizzazione
Ristrutturazione del Centro socio-culturale di via Sallustio – Sala Pasolini	500.000	completato
Completamento Teatro Quaroni a La Martella	450.000	In fase di realizzazione
Castello Tramontano - valorizzazione e fruizione	401.340	completato
Completamento del recupero del Monastero di Santa Lucia e Agata	400.000	completato
Centro visite Jazz Gattini e villaggio neolitico di Murgia Timone	300.000	In fase di realizzazione
Lavori di recupero biblioteca T.Stigliani presso il palazzo dell'Annunziata di Matera	300.000	in fase di progettazione
Torre scenica Cinema Comunale	150.000	completato

Fonte: Elaborazioni CityO su dati del Comune di Matera e della Fondazione Matera-Basilicata 2019

Alcuni investimenti programmati, come il nuovo asse stradale Murgia-Pollino, non sono stati inseriti tra gli investimenti considerati. Potranno inoltre essere aggiunti agli interventi già considerati nuove tranche di investimenti che hanno visto emergere una programmazione di fondi nel corso del 2020.

Predominano per entità degli importi, come già sottolineato, le grandi opere come il raddoppio della Strada Statale 96 Bari-Toritto-Altamura e, soprattutto, il collegamento ferroviario Matera-Ferrandina. In relazione a queste ultime opere, gran parte delle ricadute sono esterne al territorio di Matera e alla regione Basilicata. Tuttavia gli **impatti aggregati nazionali sono rilevanti, e producono importanti effetti nelle aree in cui sono localizzate le aziende fornitrici**.

Quella che segue va intesa come una prima stima parametrica dell'impatto degli investimenti, tenendo conto di una distribuzione temporale degli stessi ("Stato di realizzazione degli investimenti").

In tutti i casi viene adottata una stima prudenziale del moltiplicatore del settore delle costruzioni:

A fronte di circa €67 milioni di investimenti nelle diverse tipologie di **investimenti in infrastrutture completati** viene stimato un **impatto complessivo pari a circa €134 milioni**.

A fronte di circa €49 milioni di investimenti nelle diverse tipologie di investimenti in infrastrutture ancora in fase di realizzazione - il cui completamento si prevede possa avvenire nel giro di 1-2 anni - viene stimato un **impatto complessivo pari a circa €100 milioni**.

Per gli **investimenti in fase di progettazione** la stima dell'impatto economico è più incerta, anche a causa della difficoltà di prevedere i tempi di completamento, soprattutto per una

mega opera con il collegamento ferroviario Ferrandina-Matera. Adottando lo stesso moltiplicatore utilizzato per i primi due casi e immaginando tempi di completamento per la ferrovia Ferrandina-Matera non inferiori a 5 anni, **l'impatto economico distribuito lungo questo arco di tempo è stimato pari a €840 milioni.**

4.3 Investimenti immobiliari per il turismo e impatto economico

Questa sezione punta a illustrare il processo di stima per ricavare una dimensione parametrica del valore degli investimenti immobiliari per uso turistico realizzati a Matera dove, come abbiamo visto nelle precedenti sezioni, si è concentrata negli ultimi anni larga parte della crescita dei flussi turistici della Basilicata.

Per investimenti immobiliari per il turismo si intende il complesso degli investimenti, di diverso valore economico, realizzati nel periodo 2014-2019 da famiglie e imprese per:

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

Come nel caso della Cava del Sole (sez. 3.1) Abbiamo ipotizzato che questi investimenti possano essere assimilati ad una infrastruttura e abbiamo quindi previsto per gli investimenti di importo più rilevante un moltiplicatore variabile tra 2 e 2,4 - in linea con moltiplicatori del settore delle costruzioni - e per la massa di investimenti di più piccola dimensione (soprattutto ristrutturazioni di spazi da convertire ad uso turistico e bar/ristorazione) un moltiplicatore di spesa pari a 1,5.

I dati di base sono stati raccolti utilizzando le statistiche sulle variazioni dell'offerta ricettiva pubblicate da APT Basilicata e dal Comune di Matera. Laddove disponibili sono stati utilizzati i dati relativi alle nuove aperture commerciali a Matera nel settore dei

bar/ristorazione. Alcuni dati - relativi in particolare agli investimenti di maggiori dimensioni, come la ristrutturazione dell'Hotel MH di borgo Venusio - sono stati raccolti con ricerche desk e sulla stampa locale.

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

5. Settore congressuale: i legami con l'alta formazione e le industrie creative

In questo capitolo approfondiamo il tema della struttura e delle potenzialità del settore dei meeting e congressi a Matera e i suoi legami con due settori *knowledge based* come l'alta formazione e le industrie creative.

Indagare queste relazioni aiuta a mettere a fuoco le interdipendenze tra turismo e settori che generano servizi ad alto contenuto di conoscenza; si tratta inoltre di un legame che può giocare un ruolo chiave anche in altre aree della regione Basilicata.

In particolare in questo capitolo:

- Nella sezione 5.1 ripercorriamo i legami tra il settore dei meeting e congressi e il dossier di candidatura di Matera Capitale Europea della Cultura 2019 in cui era presente tra gli altri il progetto *Matera Meetings Mean More*.
- Nella sezione 5.2 analizziamo il settore dei meeting e congressi a livello nazionale - sulla base dei dati del rapporto OICE 2020 - e l'evoluzione di tale settore alla luce dei cambiamenti tecnologici e della sempre più diffusa adozione della modalità degli incontri "a distanza" - favorita anche dall'insorgere della pandemia.
- Nella sezione 5.3 fotografiamo in termini quantitativi (numero di sedi, capienza, localizzazione), l'offerta del settore congressuale di Matera.
- Nella sezione 5.4 indichiamo alcune aree di criticità e percorsi di adattamento per il settore dei congressi a Matera.
- Nella sezione 5.5 cerchiamo di cogliere le importanti relazioni che esistono tra il settore congressuale e altre due aree in cui Matera presenta un forte potenziale, le industrie culturali e creative e il settore dell'alta formazione.
- La sezione 5.6 riprende un tema toccato nella sezione 5.5 - il cittadino temporaneo - e ripercorre l'evoluzione di questo concetto che è stato centrale nel dossier di candidatura di Matera 2019.

5.1 Il settore dei meeting e congressi e Matera 2019

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

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

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

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

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

Box 2**L'industria congressuale o MICE**

L'acronimo MICE indica il settore "*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*" (riunioni, *incentive tour*, conferenze ed esposizioni). Si tratta a tutti gli effetti di una forma di turismo, in cui grandi e piccoli gruppi di persone si riuniscono con uno scopo comune. Il programma di queste riunioni è pianificato e può dar luogo a conferenze, incontri, meeting, fiere, eventi e, in generale, ad un ventaglio di diverse forme congressuali organizzate attorno ad un comparto o settore economico, un tema o un argomento.

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

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

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

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

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

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

Nel primo dossier di candidatura di Matera Capitale Europea della Cultura, prodotto nel 2013, aveva trovato spazio un'idea legata al settore congressuale e al suo sviluppo in chiave nazionale e internazionale, anche per favorire la destagionalizzazione del turismo (vedi Box 3).

L'evoluzione sperimentata negli anni più recenti dal settore - sull'onda dei cambiamenti tecnologici e della sempre più diffusa adozione della modalità degli incontri "a distanza" (fenomeno esploso con la pandemia ma destinato a rimanere) - richiede ovviamente uno sforzo per interpretare al meglio in che modo una città come Matera possa continuare a sfruttare le potenzialità nell'industria dei meeting e dei congressi.

Box 3***Matera Meetings Mean More***

Nel dossier del 2013 "Matera città candidata Capitale Europea della Cultura 2019" era delineata, tra le altre, l'idea "*Matera, Meetings Mean More*" che suggerisce un'attenzione particolare alla qualità e alle ricadute degli eventi congressuali. L'idea di fondo era incoraggiare l'allestimento in città e nelle aree circostanti di spazi congressuali "sempre più attrezzati e innovativi", facendo leva sul fascino unico offerto dall'habitat di Matera e dei Sassi, con un'enfasi su temi congressuali legati alla scienza e alla cultura.

Nel suo titolo l'idea richiama anche la possibilità di sviluppare momenti di condivisione dei principali risultati dei congressi e dei meeting con la cittadinanza, in modo da creare veri e propri momenti di formazione e di confronto su temi di utilità sociale o di frontiera.

La relazione tra settore congressuale e settore della formazione è diventata oggi ancora più attuale e importante. Per esempio, grazie a iniziative pubbliche e private, sta crescendo il settore della formazione in remoto e in presenza di figure professionali: entrambe le modalità di insegnamento e valutazione delle competenze sono spesso organizzate attraverso strutture e spazi legati al mondo congressuale.

Un'offerta congressuale di qualità, con modalità innovative di funzionamento, richiede inoltre un apporto di competenze che spesso arrivano dalle imprese creative locali nel

campo della comunicazione, dell'architettura e del design, delle nuove tecnologie digitali. Lo sviluppo del settore congressuale lungo un sentiero innovativo può quindi favorire la relazione tra operatori locali del MICE, e imprese locali del settore della formazione e dell'industria culturale e creativa.

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

5.2 Il settore congressuale in Italia: evoluzione del mercato

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

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

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

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

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

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

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

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

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

L’OICE identifica cinque tipologie di sede:

- 1. Alberghi congressuali**
- 2. Centri congressi**
- 3. Sedi fieristico-congressuali**
- 4. Dimore storiche non alberghiere** (abbazie, castelli, antiche locande e casali, palazzi storici, ville, ecc.)

5. **Altre sedi**, a loro volta distinte in: sedi istituzionali; spazi non convenzionali; arene e centri sportivi; teatri, cinema e auditori. Gli spazi non convenzionali raccolgono: sedi aziendali, parchi divertimenti, centri commerciali, stabilimenti termali, luoghi di enti religiosi, tenute agricole, ecc)

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

Tab. 3

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

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

Fonte: Elaborazioni CityO su dati OICE

Molto inferiore, come prevedibile, il numero dei Centri congressi e delle Sedi fieristico-congressuali sparsi per l'Italia. Si tratta di strutture medio-grandi che spesso richiedono consistenti investimenti iniziali e importanti risorse per la manutenzione. A fronte della loro bassa numerosità, queste strutture - grazie alle loro dimensioni - hanno rispettivamente attirato l'11,8% e 4,3% dei partecipanti totali del mercato congressuale italiano nel 2019.

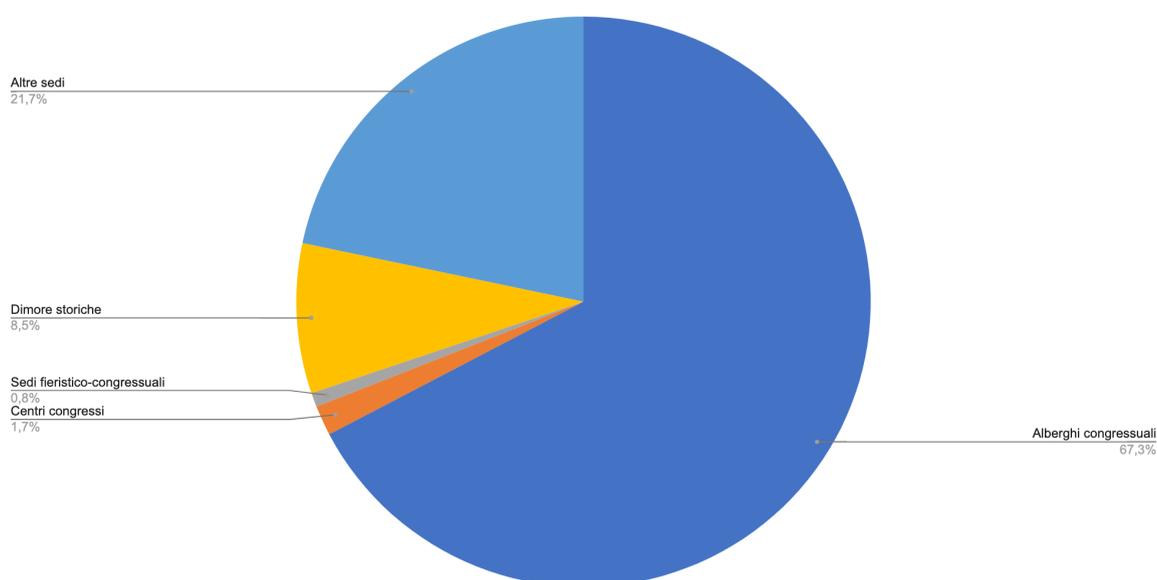
Completano il quadro le dimore storiche - 8,5% delle sedi analizzate e 3,2% dei partecipanti

- e le Altre sedi - 21,7% delle sedi e 24,3% dei partecipanti.

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

Fig. 9

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



Fonte: Elaborazioni CityO su dati OICE

5.3 La struttura del settore congressuale a Matera

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

- Tipologia della sede congressuale.

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

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

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

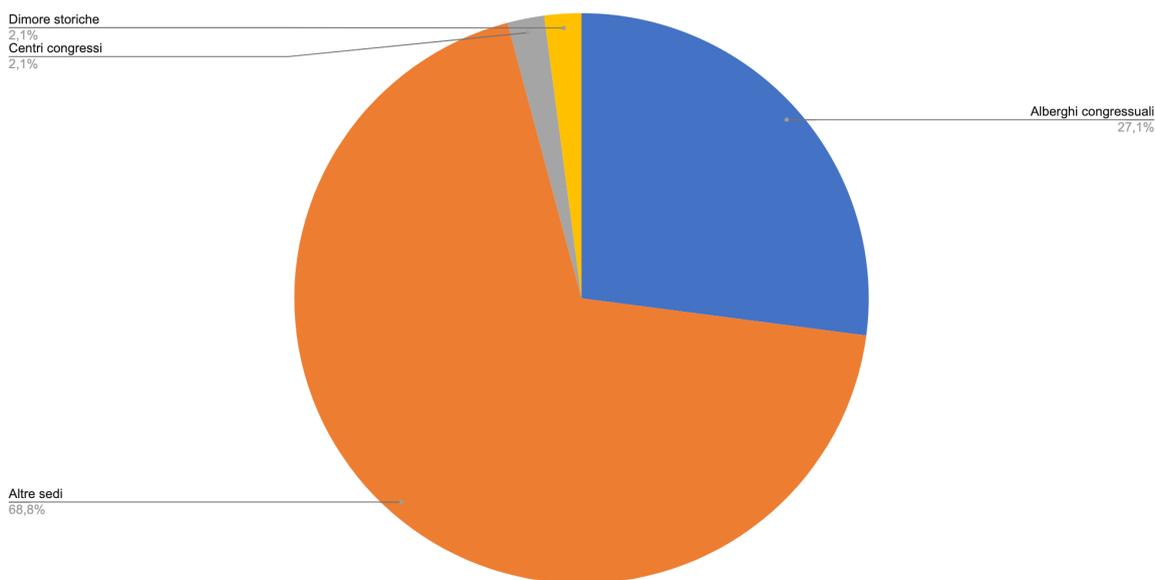
Nel complesso emerge un settore con una dotazione di 48 sedi per congressi e meeting, con oltre 80 sale associate a queste sedi e con una capienza complessiva di circa 13.700 posti a sedere. Escludendo i 3.500 posti all'aperto dell'arena del Sole, la dotazione effettiva del mercato congressuale di Matera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

Le sedi con una capienza complessiva pari o superiore ai 100 posti a sedere si riducono infatti 27; se si esclude l'arena della Cava del Sole, le sedi con capienza di almeno 100 posti diventano ventisei. Tuttavia le sedi di media dimensione - con una capienza complessiva pari o superiore ai 400 posti - si riducono a otto. Le tre strutture più grandi per capienza al coperto - MH Matera Hotel, Teatro Duni e il centro congressi della Cava del Sole - possono contare rispettivamente su 1.935, 700 e 690 posti complessivi.

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

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

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

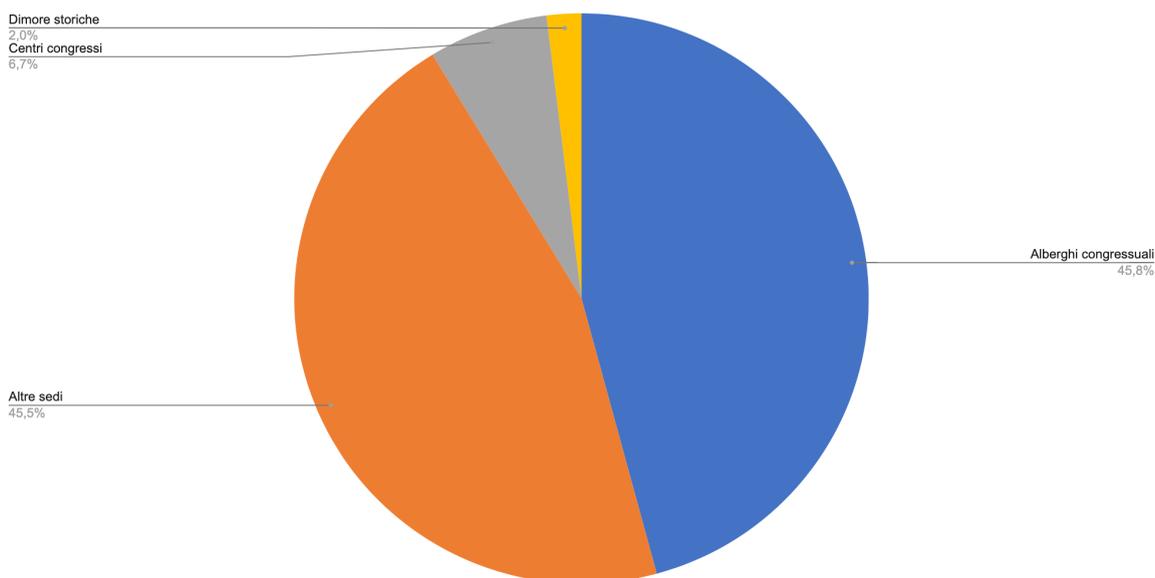
Fig. 10**Mercato congressuale a Matera: quota delle sedi analizzate per tipologia di sede**

Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

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

La situazione cambia osservando i dati sulla capienza delle sedi congressuali a Matera. Escludendo dall'analisi l'Arena della Cava del Sole con i suoi 3.500 posti all'aperto, la capienza degli Alberghi congressuali sul totale dell'offerta congressuale è dello stesso ordine di grandezza quella delle Altre sedi (figura 11).

Sommando la capienza dei Centri congressi e degli Alberghi congressuali la quota di queste due tipologie di sedi è pari al 52% dell'offerta congressuale di Matera.

Fig. 11**Mercato congressuale a Matera: capienza per tipologia di sede**

Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

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

La distribuzione territoriale delle strutture per congressi e conferenze a Matera, illustrata nelle due Tavole che seguono (fig. 12 e 13), è caratterizzata, in primo luogo, da una forte

concentrazione delle sedi nelle zone centrali della città, segnatamente nel Centro storico, nel Centro moderno e nell'area dei Sassi.

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

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

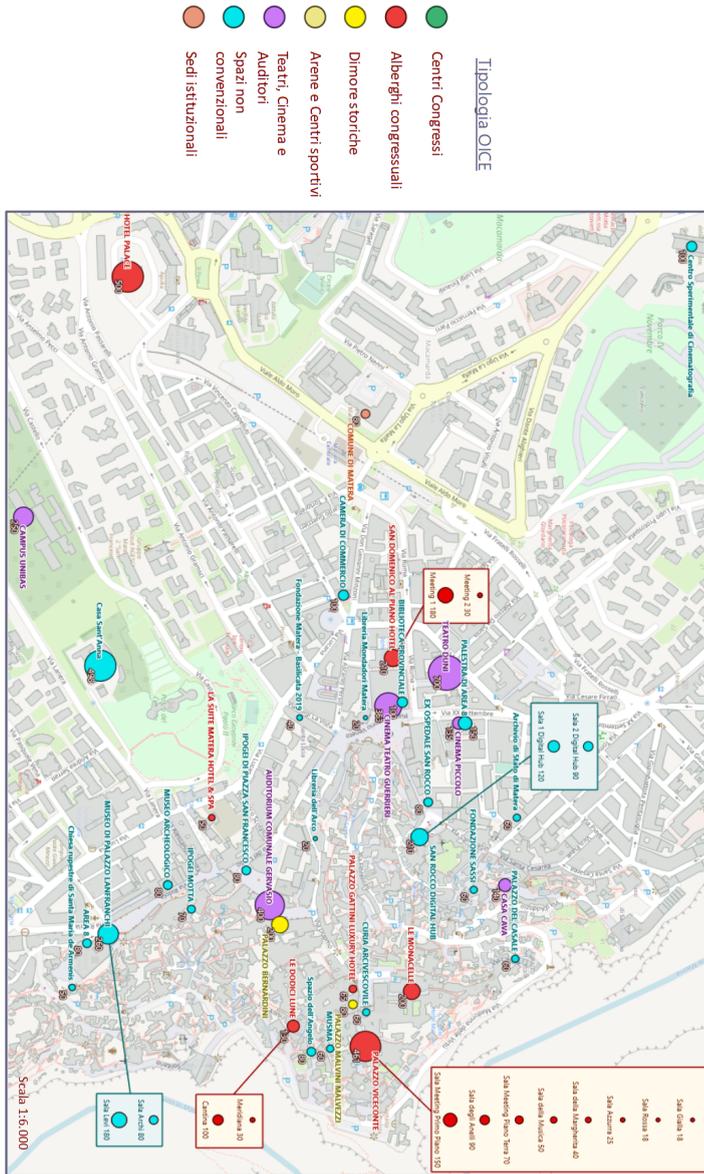
Al contrario, delle sedi presenti nelle aree periferiche, tre sfiorano o superano ampiamente la soglia dei 500 posti complessivi, spesso articolati in una pluralità di sale in un contesto prevalentemente alberghiero: MH Matera Hotel (1.935), Cava del Sole Congressi (690), Hotel Alvino 1884.

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

Fig. 12

Sedi e sale per conferenze a Matera: Localizzazione; Tipologia; Capienza

AREA CENTRALE



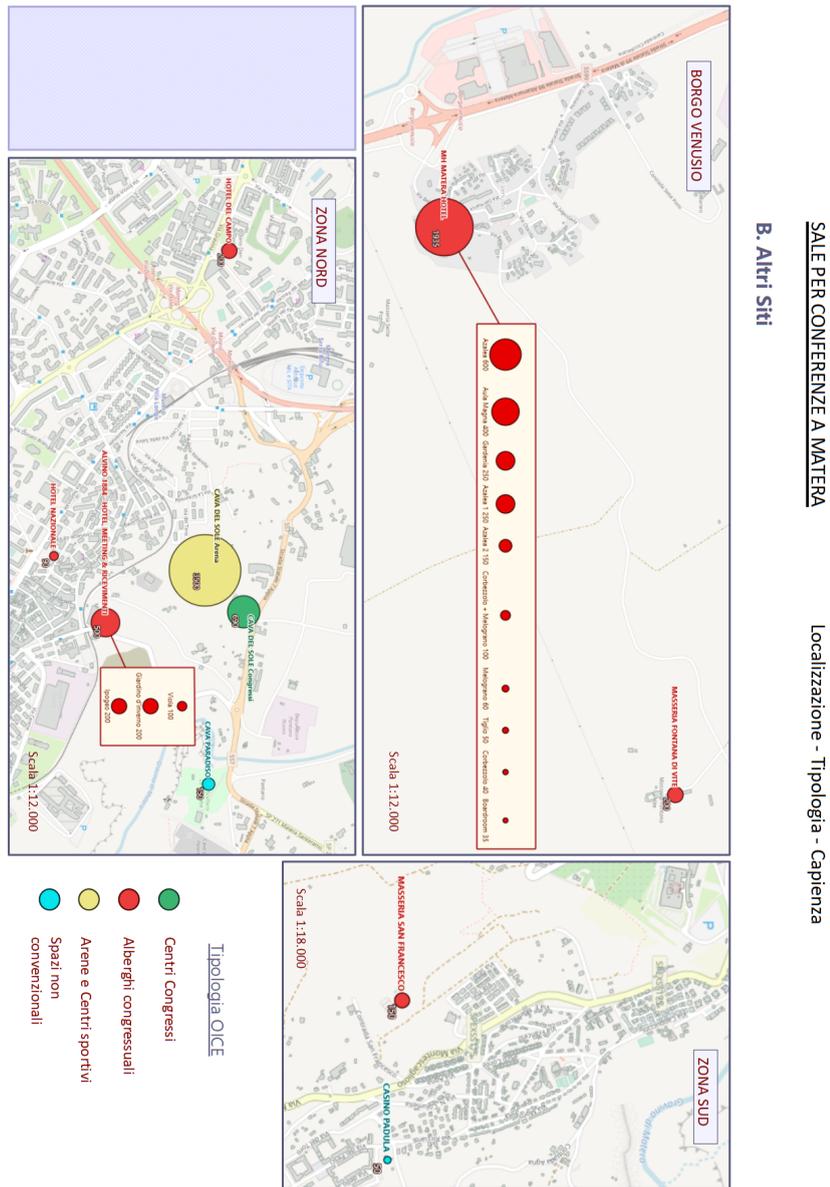
Fonte: database CityO sul mercato congressuale di Matera

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

Fig. 13

Sedi e sale per conferenze a Matera: Localizzazione; Tipologia; Capienza

ALTRI SITI IN AREE NON CENTRALI



5.4 Adattamento del settore ai cambiamenti del mercato

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

1. In termini di capienza e di distribuzione delle sale, Matera è in grado di ospitare soprattutto congressi di piccola e media dimensione che rappresentano comunque un segmento in crescita nel mercato congressuale in Italia.
2. E' ipotizzabile che la città debba superare la frammentazione e le piccole dimensioni delle sedi congressuali, in termini di capienza, concentrando un eventuale rafforzamento dell'offerta nel comparto degli Alberghi congressuali e in quello dei Centri congressuali. In questo secondo caso può essere utile ricorrere a forme di coordinamento e sinergia tra sedi attualmente non coordinate tra loro ma fisicamente vicine, in modo da favorire lo sviluppo di piccoli "centri congressi" con spazi diffusi in un'area ben delimitata.
In presenza di una domanda di eventi congressuali in ripresa, è possibile attendersi lo sviluppo di sedi nella tipologia Altre sedi, in particolare nel comparto degli Spazi non convenzionali: un recente esempio di investimento del settore privato in questi spazi è la Palestra di Area 8 in centro città.
3. E' richiesto un adattamento del settore congressuale di Matera ai rapidi cambiamenti innescati dal sempre maggiore ricorso al collegamento in remoto: anche i congressi sono destinati ad utilizzare la modalità di esperienza mista (*ibrida*), con presenza fisica in un ambiente fisico e connessione a distanza con un pubblico più ampio. Ciò comporta l'adattamento all'innovazione tecnologica e un forte sviluppo del digitale nel settore.

5.5 Settore congressuale, industrie creative e alta formazione

Come introduzione a questa sezione è utile definire il perimetro degli ambiti di indagine - turismo e settore congressuale; industrie creative; settore dell'alta formazione - e fornire una indicazione sull'importanza di queste industrie per l'economia di Matera.

In tal modo possiamo mettere in evidenza:

1. quali sono i legami tra turismo, industrie creative e alta formazione e perchè sono importanti per un territorio con una forte economia turistica (5.5.1);
2. per quali motivi è particolarmente interessante - nel caso di Matera - approfondire il legame tra il settore dei congressi e dei meeting - come segmento dell'industria turistica - e il binomio industrie creative/alta formazione (5.5.2).

PERIMETRO DEL SETTORE TURISTICO E CONGRESSUALE

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

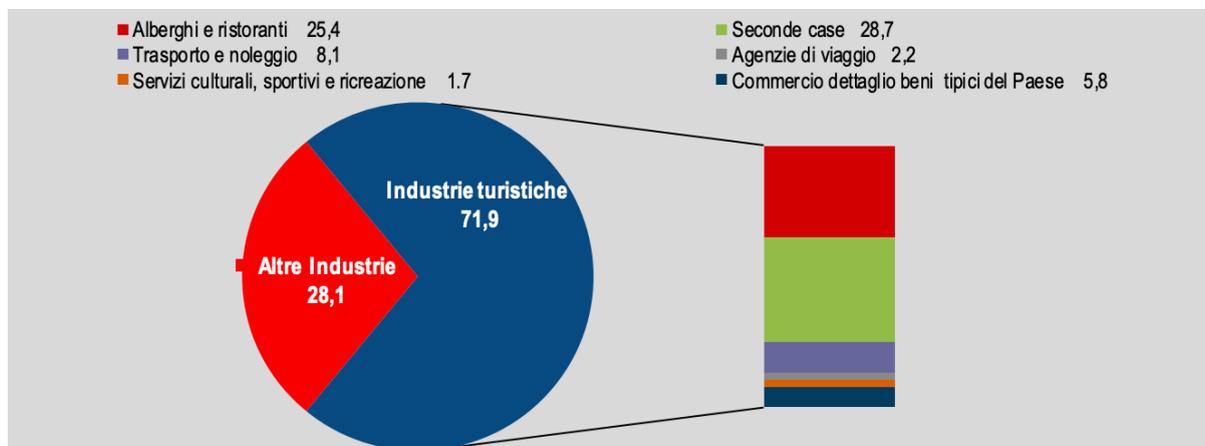
Il Conto Satellite del Turismo è uno strumento di analisi sempre più importante nelle statistiche sul turismo di molti Paesi. Anche l'Italia ha adottato un CST a livello nazionale e l'ultimo aggiornamento, pubblicato l'anno scorso, risale al 2017.

Questo strumento viene sviluppato anche a livello regionale: sarà così possibile ottenere disaggregazioni sempre più aggiornate sul paniere di consumi dei turisti in visita in Italia e nei suoi territori, con dettagli sia sui consumi dei turisti nazionali che di quelli internazionali.

Fig. 14

Valore aggiunto turistico per industria turistica

Anno 2017, composizione percentuale



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

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

Ai fini della nostra analisi è utile rilevare come il settore congressuale rappresenti un tassello importante dell'industria turistica. Come appena detto una parte di questa importanza passa attraverso il suo contributo all'attività ricettiva: il 10% delle presenze turistiche nelle strutture alberghiere in Italia nel 2019 possono essere attribuite alla motivazione congressuale. Non esiste una stima ufficiale in relazione al peso del settore congressuale sul totale dei pernottamenti a Matera. Considerando la crescente offerta di ricettivo e di spazi congressuali a Matera, e tenendo conto anche della forte attrattività esercitata dalla città come centro congressuale sull'onda della preparazione e della celebrazione dell'evento del 2019, è ragionevole ipotizzare che il settore dei congressi abbia pesato sui pernottamenti a Matera negli ultimi anni in misura superiore alla quota nazionale.

PERIMETRO DELLE INDUSTRIE CREATIVE E CULTURALI

Per quel che riguarda la **definizione delle industrie creative**, uno dei primi approcci sviluppati è stato quello del *Department for Culture, Media and Sport (DCMS)* del Governo britannico che fa ricadere in questo ambito:

*Those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.*¹⁵

Sono nove i settori creativi che rientrano nella definizione del DCMS:

1. Pubblicità e marketing (*Advertising and marketing*)
2. Architettura (*Architecture*)
3. Artigianato (*Crafts*)
4. Design (*Design: product, graphic and fashion design*)
5. Film, TV, audiovisivo, radio e fotografia (*Film, TV, video, radio and photography*)
6. Tecnologie informatiche, software e servizi informatici (*IT, software and computer services*)
7. Editoria (*Publishing*)
8. Musei, gallerie e biblioteche (*Museums, galleries and libraries*)
9. Musica, arti performative e arti visive (*Music, performing and visual arts*)

Esistono altre definizioni e criteri di aggregazione delle industrie creative. In Italia ne sono state proposte due che di seguito illustriamo sinteticamente.

La società Ernst&Young pubblica un rapporto annuale sulle Industrie culturali e creative¹⁶ utilizzando la seguente definizione:

¹⁵ Department for Culture, Media & Sport, Creative Industries Economic Estimates. Gennaio 2015

¹⁶ Italia Creativa, Secondo studio sull'Industria della Cultura e della Creatività, EY

Attività legate direttamente alla filiera creativa, quali la concezione, la produzione e la distribuzione di opere e servizi culturali e creativi.

Nel rapporto EY vengono individuati dieci settori nell'industria della Cultura e della Creatività che condividono l'attività di "ideazione, produzione ed erogazione di beni, opere e servizi culturali e creativi sul mercato".

1. Architettura
2. Arti performative
3. Arti visive
4. Audiovisivo
5. Libri
6. Musica
7. Pubblicità
8. Quotidiani e periodici
9. Radio
10. Videogiochi

La Fondazione Symbola pubblica ogni anno il rapporto "IO SONO CULTURA"¹⁷ in cui viene avanzata una definizione più articolata basata su un perimetro largo che analizza il "Sistema Produttivo Culturale e Creativo" composto da due macro dimensioni, Core Cultura e settori Creative Driven:

Core Cultura. Il cuore è composto da quattro macro-domini:

- 1 - industrie creative (architettura, design e comunicazione)
- 2 - industrie culturali (cinema, musica, radio, tv, videogame e software, editoria, media)
- 3 - patrimonio storico- artistico (musei, biblioteche, archivi, monumenti)
- 4 - performing arts e arti visive (spettacolo dal vivo, arti visive).

¹⁷ Io Sono Cultura, Fondazione Symbola, 2017. Nel rapporto sono state selezionate 44 classi di attività economica al quarto digit che hanno definito il Core del Sistema Produttivo Culturale e Creativo.

Creative driven. Confluiscono qui le attività economiche non appartenenti al core culturale ma soggette a processi di culturalizzazione.

Non esiste al momento una stima affidabile del peso dell'industria culturale e creativa a Matera. Esistono dati a livello provinciale che indicano una crescita delle imprese di questo settore più marcata tra il 2018 e il 2019 rispetto allo stesso trend a livello nazionale¹⁸. Questa dinamica può certamente essere messa in relazione agli impatti di Matera 2019. E' necessario affinare su questo fronte i dati e le stime. Tuttavia è ragionevole ipotizzare una crescita numerica delle imprese di questo settore. L'evidenza empirica ricavata da una serie di interviste con imprese con sede a Matera mostra che una parte importante e crescente della loro attività è strettamente legata al settore e alla filiera del turismo (vedi sezione 5.5.1).

PERIMETRO DEL SETTORE DELL'ALTA FORMAZIONE

Infine nella nostra **definizione del settore dell'Alta formazione** può rientrare il sistema dell'Alta istruzione universitaria e post universitaria (*Higher Education* nella terminologia anglosassone che comprende anche i master e i dottorati di ricerca), insieme al mercato in crescita della formazione specialistica ad alto livello rivolta al mondo aziendale e dei professionisti, ai centri di ricerca che svolgono attività di formazione e trasferimento di conoscenze, alle forme di istruzione più avanzata del *lifelong learning* fino alle diverse attività di consulenza nel settore educativo.

Si tratta di un ampio settore attraversato da radicali innovazioni tecnologiche, a partire dall'insegnamento a distanza di cui il MOOCS (*Massive Open Online Classes*) è solo uno degli esempi.

Nel settore dell'alta formazione Matera conta sulla presenza della sede distaccata dell'Università della Basilicata. Altri due importanti tasselli del settore dell'alta formazione a Matera sono la Scuola di alta formazione e studio (Saf) dell'Istituto Centrale per il Restauro, operativa in città dal 2015, e la nascente sede distaccata del Centro Sperimentale di

¹⁸ Io Sono Cultura, Fondazione Symbola, 2019 e 2020.

Cinematografia di Roma. Anche soggetti privati impegnati per una parte delle loro attività nella formazione, si pensi ad esempio al Consorzio Materahub, possono rientrare nel settore.

Ulteriori analisi sono necessarie anche in questo caso per arrivare ad una stima del peso del settore nell'economia locale. Tuttavia gli anni recenti hanno mostrato la forte capacità attrattiva della città verso questo tipo di attività.

5.5.1 I legami tra Turismo, Industrie creative, Alta formazione

I legami tra turismo e industrie creative sono stati oggetto di innumerevoli analisi negli ultimi 10-15 anni. La forma di turismo più legate alle industrie culturali e creative è quella del turismo culturale a cui è dedicato il Box 4.

Box 4

Il turismo culturale

Una prima definizione del turismo culturale è stata prodotta dalla UN World Tourism Organization:

A type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions.

¹⁹

Una definizione più recente pone una maggiore enfasi sull'incontro tra il visitatore e la comunità locale:

A form of tourism in which visitors engage with heritage, local cultural and creative activities and the everyday cultural practices of host communities for the purpose of

¹⁹ UNWTO, Tourism and Culture Synergies, 2018.

gaining mutual experiences of an educational, aesthetic, creative, emotional and/or entertaining nature.²⁰

Possiamo illustrare una prima ipotesi sulla struttura di legami facendo emergere le “aree di condivisione” del turismo, delle industrie creative e dell’alta formazione, intese come le aree in cui le attività di questi settori e comparti si incrociano e possono dar vita a particolari legami economici.

Abbiamo individuato tre aree di condivisione:

1. **Condivisione del settore**
2. **Filiera di fornitura**
3. **Cluster tematici locali**

Possiamo illustrare la struttura dei legami all’interno delle tre aree nel modo seguente:

1. **Condivisione del settore**

Esistono attività che ricadono sia nelle industrie creative sia nel settore turistico allargato.

Come abbiamo visto nella sezione 1.2 - introducendo il Conto Satellite del Turismo (CST) - il turismo è un’industria articolata che incorpora una parte delle attività svolte da altri settori, come quello dei trasporti o del commercio o del patrimonio culturale tangibile e intangibile. Si tratta di attività che hanno una funzione diretta nel traghettare i turisti dal luogo di origine al luogo di visita e nell’offrire loro un paniere di esperienze, prodotti e servizi durante il soggiorno.

Per le finalità del nostro approfondimento è utile sottolineare come nel CST ricadano in particolare le attività dei musei, dei teatri, del patrimonio storico e artistico fruibile per le visite del pubblico: come abbiamo visto si tratta di settori che - a loro volta - fanno parte delle

²⁰ Matteucci X. e Von Zumbusch, J., Smart Cultural Tourism as a Driver of Sustainable Development of European Regions, 2020.

industrie creative.

Alcune industrie creative appartengono quindi al sistema turistico allargato, almeno per una quota parte delle loro attività: quelle rivolte ai visitatori esterni e non al pubblico locale.

2. Filiera di fornitura

Molteplici attività che ricadono nel settore turistico acquistano beni e servizi dalle industrie creative.

I legami di interdipendenza tra il settore turistico e imprese fornitrici del settore creativo si manifesta per esempio attraverso l'acquisizione di servizi di progettazione architettonica e d'interni da parte di strutture ricettive piccole e grandi. E' il caso del progetto architettonico per un nuovo hotel o, più semplicemente, è il caso della consulenza di uno studio di architettura locale per riconvertire un appartamento in un B&B. Un altro canale di interdipendenza riguarda la fornitura di servizi digitali, da parte di studi di comunicazione e società di sviluppo software, a favore di operatori del settore turistico che devono costruire una loro presenza più o meno avanzata sulla rete, dal semplice sito web ai più complessi sistemi di prenotazione online.

A questo riguardo è interessante notare come nelle città e nei territori ad alta vocazione turistica le attività dei diversi operatori coinvolti nel settore possa stimolare e favorire la nascita e lo sviluppo di imprese locali del settore culturale e creativo "fornitrici" soprattutto di servizi. In alcuni casi i servizi di queste imprese, grazie anche al "successo" a livello locale, possono travalicare il mercato di prossimità (regionale, per esempio) per offrire gli stessi servizi ad operatori del settore turistico con sede in altre regioni e territori. In tal modo le imprese in grado di operare questo salto diventano esportatrici di beni e servizi mettendo in circolo nell'economia locale risorse attratte dall'esterno.

Un esempio di questa stretta relazione tra turismo e industrie creative è rappresentato, nel caso di Matera 2019, dalla Open Design School che è intervenuta attraverso diversi progetti sia nella progettazione degli spazi di allestimento di mostre sia nella progettazione degli spazi urbani.

3. Cluster tematici locali

A livello locale possono svilupparsi relazioni trasversali tra attività che ricadono nel turismo e attività che ricadono nelle industrie creative, coinvolgendo anche altri settori. Queste relazioni trasversali possono dar luogo a “cluster tematici”.

Un esempio è rappresentato dal cluster del *surfing* di San Sebastian in Spagna²¹.

Il tema della sostenibilità e del turismo sostenibile è particolarmente importante per Matera e attorno ad esso può svilupparsi una feconda relazione tra settore turistico e turistico congressuale, imprese creative locali attive in una molteplicità di comparti - dall'editoria, alla comunicazione, all'architettura, al digitale - e organizzazioni del settore dell'alta formazione con competenze nel campo del turismo sostenibile e del supporto allo sviluppo delle industrie creative.

5.5.2 Matera: settore congressuale, industrie creative e alta formazione

Sulla base delle ipotesi della sezione 5.5.1, in questa sezione abbozziamo un quadro dei legami e delle interdipendenze che possono svilupparsi a Matera tra settore congressuale - come parte dell'industria turistica - industrie culturali e creative e settore dell'alta formazione.

L'approccio metodologico sposa l'analisi dell'economia per “filiera” a livello territoriale - basata su una visione verticale che attraversa i settori tradizionali - con l'elaborazione di scenari, uno dei livelli dei *futures studies*.

Nell'*analisi per filiere* vengono ricercate e studiate le interdipendenze effettive e potenziali tra comparti di diversi settori del sistema produttivo locale in un continuo di relazioni che può andare, per esempio, dalla ricerca scientifica fino alla commercializzazione di un prodotto o un servizio, passando per tutte le fasi intermedie.

²¹ New style cluster policy: riding the waves of San Sebastian's emerging surf economy, URBACT II Capitalisation, Aprile 2015. Il report segnala che: *San Sebastian's surf cluster is a city-driven, new-generation type of cluster policy that connects apparently unrelated activities around a common theme: surf. By choosing a theme rather than a specific sector, the cluster initiative refrains from 'picking winners' and opens new opportunities for economic diversification that make use of specific local strengths: gastronomy, hospitality, natural-urban resources, IT-digital competences and engineering skills.*

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

L'analisi che segue fotografa le possibili interdipendenze da noi rilevate alla luce di scenari elaborati di recente, da esperti in campi diversi, in relazione al turismo - e ai suoi legami con industrie creative e alta formazione - e in relazione ai cambiamenti economici e tecnologici che attraversano questi settori.

Dall'analisi cerchiamo in particolare di trarre spunti sul modo in cui industrie creative e culturali e alta formazione possono contribuire allo sviluppo di un turismo congressuale innovativo e attrattivo, in grado di operare sulla frontiera dell'innovazione.

IPOTESI SUL FUTURO

- Costo dei viaggi su lunga distanza gradualmente più alto
- Crescita del turismo sostenibile e del "viaggio responsabile" in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite legati al turismo
- Ricerca di modelli alternativi a quello della crescita dei volumi turistici (pernottamenti)
- Ricerca di nuove metriche e indicatori per misurare modelli alternativi come la qualità dell'esperienza turistica
- Enfasi sulla comunità locale come parte attraente dell'esperienza turistica. Il turismo culturale in futuro non si limita alla visita delle "attrazioni locali" ma allarga l'esperienza turistica alla cultura della comunità locale, ai modelli locali di sviluppo sociale, alla dimensione ecologica, alla qualità della vita espressa dalla popolazione locale
- Maggiore attenzione alla capacità di carico dei siti turistici che compromettono l'esperienza turistica e l'ecosistema locale, soprattutto nei luoghi fragili dal punto di vista ambientale o protetti da reti come i Patrimoni Unesco
- Città d'arte e mete di turismo culturale (istituzioni e operatori) più attente ad una crescita equilibrata del turismo culturale (rischi di: *overtourism*, standardizzazione

dell'esperienza turistica, gentrificazione ed "effetto spiazzamento" sul patrimonio immobiliare, turismo di massa e carichi turistici eccessivi)

- Più ampio paniere dei consumi locali del turista culturale e spostamento verso i consumi locali caratterizzati da elementi come sostenibilità e tipicità
- Aumento tendenziale del periodo di permanenza medio nelle mete di turismo culturale
- Diffusione nel settore congressuale di forme "ibride" con misto di partecipazione in presenza e in remoto
- Diffusione nel settore dell'alta formazione di corsi con forme "ibride" di trasferimento conoscenze presenza/remoto
- Crescita della domanda per un accesso virtuale a musei, patrimonio artistico e culturale, teatri e arti performative e sviluppo e diffusione delle tecnologie abilitanti
- La narrazione del luogo basata su competenze e tecnologie avanzate come parte dell'offerta turistica locale
- Maggiore grado di nomadismo della popolazione mondiale, favorito anche dal lavoro in remoto, con possibilità di allungare i periodi di visita e permanenza nelle mete di residenza temporanea

MATERA: POSSIBILI INTERDIPENDENZE

1. Il settore turistico si allarga e include altre attività delle industrie creative

La domanda direttamente generata dai turisti si allarga e nel paniere di consumo locale rientrano nuove attività oggi non considerate dal Conto Satellite del Turismo.

Per esempio, grazie al loro ruolo e alle loro competenze, le guide turistiche, certificate in albi regionali o nazionali e raccolte in specifiche associazioni locali, possono oggi essere considerate a Matera un settore delle industrie creative²² e al tempo stesso un segmento del sistema turistico allargato.

Nel programma di Matera 2019 vi sono stati progetti come *People, Places and Purposes* e IDEA che hanno visto la partecipazione attiva dell'associazione Confguide. Lo stesso

²² I servizi delle guide turistiche possono rientrare nel settore dell'editoria e in particolare nel comparto delle attività di traduzione e interpretazione del codice 74.30 della Standard Industrial Classification (SIC).

progetto Matera Alberga ha coinvolto gli operatori del settore ricettivo nella costruzione di una nuova narrativa della città.

Le associazioni delle guide possono diventare a Matera parte integrante dell'offerta di un settore congressuale innovativo e di qualità. La narrazione della città può diventare parte dei contenuti dei congressi offerti ai suoi partecipanti. Con i congressi e gli eventi sempre più aperti anche ad una audience connessa in remoto, questi contenuti possono raggiungere una platea qualificata sempre più ampia, e tradursi in tempi successivi in nuovi flussi di turismo culturale.

2. La città come laboratorio sociale diventa una nuova attrazione turistica. Poter dire: "Ho visto un pezzo di futuro"

Molte città hanno fatto e stanno facendo del proprio investimento in soluzioni di sostenibilità sociale ed ambientale un nuovo fattore di attrazione dei visitatori.

Chi ha visitato prima della pandemia luoghi come Copenaghen, chi visiterà Parigi nel dopo covid, si è trovato e si troverà di fronte esperimenti innovativi nel campo sociale ed ambientale in grado di diventare una fonte di attrazione turistica in sé, in aggiunta o in alternativa alle mete più tradizionali. La nuova architettura del termovalorizzatore di Amager Bakke a Copenaghen - centro di educazione ambientale e anche di svago con la sua pista da sci artificiale - così come le trasformazioni nei quartieri parigini per diventare snodi della "città dei 15 minuti" rappresentano esempi di questo tipo.

Architettura, design e design dei servizi sono attività parte delle industrie creative che possono contribuire a trasformare spazi, edifici e luoghi in occasioni di investimento sociale ed ambientale - per elevare benessere e qualità della vita della popolazione locale - e farne al tempo stesso nuove mete di esperienza turistica culturale.

Il settore congressuale, anche alla luce di quelle urgenze e criticità sollevate dalla pandemia che potrebbero rimanere ancora attuali in futuro (ventilazione degli spazi, soleggiamento, distanze minime), richiede un monitoraggio e un ripensamento delle funzionalità e dell'uso degli spazi, soprattutto a Matera, dove una parte dell'offerta congressuale avviene in ambienti ipogei. Si apre anche in questo caso un intreccio tra settore dei congressi e attività

del settore creativo e dell'alta formazione, si pensi anche al contributo di progettazione che può dare l'Università di Basilicata e la sede di Matera in particolare.

3. Il congresso ibrido di piccole e medie dimensioni

La filiera di fornitura, che permette ad un'organizzazione del settore congressuale di offrire i propri servizi allo stato dell'arte, è in via di trasformazione. A tutti i livelli dimensionali il settore congressuale sta rivedendo la propria offerta, in particolare il modo di veicolarla in modo ibrido, in presenza e in remoto.

Le tecnologie di connessione diventano sempre più importanti. Sia le tecnologie di comunicazione - tutta la nuova strumentazione necessaria per trasmettere al meglio delle capacità in remoto - sia le tecnologie di trasmissione - la possibilità di contare a livello locale su infrastrutture come il 5G. Il congresso in remoto richiede inoltre nuove e più avanzate piattaforme di comunicazione e nuovi contenuti disponibili su queste piattaforme.

Si apre la possibilità per i territori di valorizzare questa filiera di fornitura in presenza di un settore congressuale, come quello di Matera, radicato e dal forte potenziale. Come già visto nella sezione 5.1 Gli operatori e gli spazi del settore congressuale a Matera sono di dimensione medio piccola. Ad offrire gli spazi sono sia operatori del settore ricettivo, sia imprese e organizzazioni del settore creativo, sia strutture che ospitano attività legate alla creatività e alle innovazioni, sia centri accademici come l'Università di Basilicata. Le imprese creative locali del digitale e dell'ICT, e la stessa università con i suoi dipartimenti specializzati, possono trovare un vantaggio nello specializzarsi nella produzione di servizi tecnologicamente avanzati per il settore congressuale locale in via di trasformazione, adattando l'offerta in particolare al segmento dimensionale di Matera. Se questi servizi incontrassero una buona accoglienza da parte di un mercato locale in crescita, potrebbero col tempo essere offerti anche fuori regione, diventando parte dell'export del territorio e proiettando l'offerta delle imprese creative locali al di fuori dei confini regionali.

Le stesse imprese creative locali che producono contenuti possono provare a specializzarsi in questo segmento. Si pensi a questo proposito alla possibilità di caratterizzare i congressi a Matera, dopo un opportuno accordo e coordinamento tra gli operatori del settore, attraverso la formula *Meetings Mean More* (Box 3, sezione 5.1) in modo per esempio che i

risultati del congresso possano essere condivisi e divulgati verso pubblici, anche lontani, non necessariamente specialistici. Una parte dei risultati del congresso potrebbero essere veicolati anche per un pubblico locale in presenza. La trasformazione e l'adattamento dei contenuti, sia sulle piattaforme virtuali sia durante gli eventi in presenza, potrebbero essere affidate a imprese locali che via via si specializzano in questi servizi di nicchia.

L'editoria specializzata è uno dei comparti del settore creativo che può sviluppare questo tipo di servizi. A livello empirico è possibile notare segnali di crescita di attività in questo settore come testimonia l'esperienza consolidata della rivista Mathera, dell'editore Associazione culturale Antros, o la più recente apertura dell'agenzia online ECoC News.

4. *Matera Living Lab del turismo sostenibile*

Matera può diventare un centro di produzione di soluzioni per governare i delicati flussi turistici delle città d'arte, investire nelle innovazioni nel settore del turismo congressuale e valorizzare i legami con le industrie creative e l'alta formazione. Le questioni aperte dall'impatto del turismo culturale quando i flussi diventano consistenti sono molteplici: quali problemi comporta essere città d'arte di piccole-medie dimensioni? Quali costi, accanto ai benefici? Come misurare il turismo e i suoi impatti positivi e negativi? Quando il turismo diventa "eccessivo"? Quali soluzioni?

Di fronte ad un aumento rapido e deciso della domanda dei suoi prodotti un'azienda può aumentare la capacità produttiva, aprire un nuovo impianto. Una città turistica può solo fino ad un certo punto affrontare il fenomeno di un alto flusso di visitatori creando maggiori attrazioni, o espandendo il proprio "territorio turistico". Il turismo è un'industria del tutto particolare, legata a doppio filo ai luoghi e al loro equilibrio sociale e ambientale.

I futuri investimenti nel turismo a Matera potrebbero trovare una fonte di conoscenza e orientamento grazie alla nascita di un tavolo permanente su come governare il turismo culturale, come organizzare e interpretare le statistiche, come misurare gli impatti, come favorire gli investimenti nel turismo sostenibile, come promuovere le sue connessioni con le industrie creative e culturali e l'alta formazione. Si apre una possibilità di sviluppo per un cluster tematico che fa perno sul turismo sostenibile.

Questo tavolo può vedere la partecipazione attiva e congiunta del settore pubblico e privato locale, arricchito dal contributo di risorse specializzate esterne al territorio; e può materializzarsi in un **Centro di produzione di soluzioni sul turismo sostenibile** per la città e la regione (si pensi anche ai borghi e alle aree rurali e interne), da esportare nel mondo. Matera, e altri territori della Basilicata, possono diventare in tal modo un *living lab* in cui applicare i progetti più avanzati che a loro volta danno forma a esperimenti sociali di attrazione turistica: si investe di fatto in ricerca e sviluppo in risposta al fatto che il turismo e il settore congressuale, risorse chiave per il territorio, richiedono una dose potente di conoscenza e innovazione.

5. Spazi di incontro e lavoro per il cittadino temporaneo

Se dovessero materializzarsi alcune delle ipotesi sul futuro messe in luce - in particolare la tendenza del turista culturale a voler conoscere il patrimonio artistico e culturale di un luogo per immergersi al tempo stesso nell'ambiente di vita culturale e sociale proposto dalla popolazione locale - è ragionevole aspettarsi il diffondersi della figura del "cittadino temporaneo"; di un turista che cerca una relazione sempre più stretta e profonda non solo con il luogo e le sue attrazioni, ma anche con la comunità che lo accoglie (questa figura è stata proposta nei dossier di candidatura di Matera 2019 e al percorso che ha portato all'idea del cittadino temporaneo, e alla sua evoluzione, è dedicata la sezione 5.6). E' possibile che le tendenze appena richiamate si sposino con il maggior nomadismo di quelle popolazioni che possono vivere e lavorare lontano dal loro principale centro di residenza fisica e favoriscano in tal modo un allungamento della permanenza media nei luoghi di visita. Una parte dei visitatori che programmano visite più estese, soprattutto quando la permanenza temporanea diventa di settimane o mesi, tendono a rivolgersi ad un'ospitalità del tipo *extended stay* o al mercato locale per l'affitto di appartamenti. In entrambi i casi è utile che gli alberghi e gli spazi congressuali di piccole dimensioni possano adattarsi, attraverso sale meeting e postazioni di lavoro, alle esigenze del nuovo tipo di turismo che tende ad unire la visita culturale e il leisure all'esigenza di far proseguire in remoto la propria attività lavorativa. Gli stessi spazi possono funzionare anche come aree di

coworking per la popolazione locale, favorendo l'incrocio dei flussi tra residenti e visitatori temporanei.

5.6 Turismo e cittadino temporaneo: il caso di Matera 2019

Il concetto di "cittadino temporaneo" (*temporary citizen*) ha iniziato a circolare nel 2013 all'interno del team responsabile della candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura 2019. A partire da allora questo concetto ha gradualmente acquisito un'ampia risonanza a livello nazionale e internazionale.

La figura del cittadino temporaneo aveva in realtà già fatto la sua comparsa qualche anno prima, nel piano strategico del turismo di Barcellona²³ del 2010 (Box 5).

Tuttavia, osservando il suo richiamo sulla stampa italiana e internazionale, questo concetto ha iniziato a decollare a partire dal 2014. Sono stati certamente i continui riferimenti alla candidatura di Matera²⁴ a mettere in circolo questa idea e a farne una leva stimolante per ripensare il futuro del turismo in un periodo segnato dai temi della sostenibilità ambientale e del riemergere delle comunità locali.

Box 5

Cittadinanza temporanea nei Piani strategici di Barcellona

Il concetto di "Cittadino temporaneo" come nuova forma di turismo ha fatto capolino per la prima volta a livello internazionale nel 2010, all'interno del Piano Strategico sul Turismo di Barcellona 2010-2020. La definizione originale in catalano era "ciudadà temporal". Probabilmente il termine è stato introdotto da Juan Manuel Ribera, consulente del settore turistico di Barcellona e co-redattore del piano.

²³ City of Barcelona Strategic Tourism Plan, Ajuntament de Barcelona, Febbraio 2010.

²⁴ Si veda il Primo dossier di candidatura di Matera 2019 (2013) e il Report finale di selezione della capitale europea della cultura 2019 (2014).

Nel Piano il concetto di cittadino temporaneo è legato in particolare a diritti e doveri dei turisti, i quali dovrebbero rispettare gli standard minimi di comportamento richiesti ai residenti della città che essi visitano. L'obiettivo è trovare un migliore equilibrio tra l'attività dei turisti e la vita quotidiana dei residenti.

Il Piano strategico del 2010 illustrava nel seguente modo il concetto di cittadinanza temporanea:

Nowadays, Barcelona is an internationally established and recognised tourist destination, which receives large numbers of visitors who come to the city for a variety of reasons (recreation, business, training, medical matters, sporting events, etc.). Its status as a tourist city has led to a series of functional and social adaptations, which have meant that, over a relatively short space of time, its inhabitants have had to learn to live with the new "temporary citizens" who choose Barcelona to do business, experience culture, undergo training and enjoy themselves. These aspects are part of a process in which institutions, sectors, the community and visitors have had to learn to reconcile their mutual coexistence, in order to gain a better quality of life, better experiences and better performance.

Nel 2015 il piano strategico ha avuto una revisione proprio mentre a Barcellona andavano acuendosi le tensioni e le proteste dei cittadini per un visibile eccesso di turismo, dopo la lunga cavalcata iniziata con i Giochi Olimpici del 1993. Come risposta a questo pressante problema la municipalità di Barcellona ha attuato tra l'altro una moratoria delle licenze per l'apertura di nuove strutture ricettive nella città con alti flussi turistici. Il tentativo in corso è riconciliare le esigenze dei cittadini residenti con il turismo; tra le soluzioni adottate, anche quella di distribuire il carico dei pernottamenti turistici in quartieri della città diversi dai più frequentati.

Per Barcellona il tema legato alla cittadinanza temporanea è di fatto quello della sostenibilità del turismo e delle regole di comportamento per raggiungere questo risultato.

Nel dibattito apertosi sul turismo di Barcellona, alcuni interventi hanno ampliato il concetto di cittadinanza temporanea, proponendo azioni che favoriscano l'integrazione delle attività dei turisti nel tessuto della vita e delle abitudini quotidiane degli abitanti della città, attraverso per esempio il turismo esperienziale.

Partendo dall'esperienza di Barcellona, non sorprende che sostenibilità ambientale e turismo siano strettamente intrecciati. Negli ultimi decenni il turismo è infatti diventato un settore economico così importante da **influenzare in modo significativo gli equilibri ambientali del pianeta**. Non a caso proprio il turismo ha trovato spazio tra i 196 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals, SDGs*) adottati nel settembre 2015 dalle Nazioni Unite²⁵.

Grazie alla loro crescita, **i flussi turistici sono penetrati nelle comunità locali con una forza spesso dirompente**, favorendo da un lato lo sviluppo economico delle mete turistiche ma provocando dall'altro fenomeni come l'*overtourism*, la perdita di carattere dei luoghi visitati e - a lungo andare - un vero e proprio annacquamento di alcune economie turistiche (un circolo vizioso che sotto la pressione del turismo di massa fa perdere attrattività e competitività ai luoghi, posizionando molti di essi su un turismo indifferenziato e di bassa qualità).

Oggi proprio le comunità locali sono viste come un "terzo pilastro" che - insieme allo stato e ai mercati - può sostenere lo sviluppo e l'equilibrio della società contribuendo ad assorbire i continui shock economici e tecnologici²⁶ e rendendo i luoghi - e le mete turistiche - più resilienti.

²⁵ Tourism and the Sustainable Development Goals, Journey to 2030, UNWTO, 2018.

Secondo il rapporto: *"The 2030 Agenda for Sustainable Development with its 17 Sustainable Development Goals (SDGs) sets the path that we all must embrace. With currently 1.2 billion tourists crossing borders each year, tourism has a profound and wide-ranging impact on societies, the environment and the economy. Representing 10% of world GDP, 1 in 10 jobs and 7% of global exports, tourism has a decisive role to play in the achievement of the 2030 Agenda."*

²⁶ The Third Pillar, How Markets and the State Leave the Community Behind, Raghuram Rajan, Penguin Press, 2019

La candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura 2019 ha fatto proprio il concetto di cittadinanza temporanea, provando a rendere più ambiziosa questa definizione rispetto a quella di Barcellona. Il secondo Dossier di candidatura del settembre 2014 si esprime in questi termini:

Chi deciderà di visitare Matera non sarà un turista, quanto piuttosto un “cittadino temporaneo”, partecipante attivo di un progetto civico a lungo termine per la costruzione di un nuovo futuro per l'Europa basato su apprendimento reciproco, creatività e valori condivisi. Grazie ai nuovi cittadini temporanei, il nostro programma inizia prima e prosegue ben oltre il 2019, travalicando i confini della Basilicata.

Di fatto l'uso che si fa del termine va oltre il tema delle regole di coesistenza tra residenti e turisti portato in primo piano a Barcellona dagli impatti negativi del turismo.

Anche a Matera la questione della sostenibilità del turismo viene ripresa. I segnali di rischio erano già presenti nel 2013-2014. Nei cinque anni successivi - di fronte all'esplosione del turismo a Matera che abbiamo già ampiamente illustrato nella prima parte di questo report - questi segnali si sono acuiti con le conseguenze tipiche per molte città d'arte italiane: *overtourism*, gentrificazione, abbassamento della qualità dell'accoglienza, rischio di perdita di carattere dei luoghi, standardizzazione dell'offerta commerciale per i turisti, fragilità ambientale del patrimonio storico-naturale che per Matera è rappresentato dai Sassi e dal Parco della Murgia.

Tuttavia, pur avendo ben presente il legame turismo-ambiente, nel caso di Matera 2019 il tema richiamato dal termine cittadino temporaneo è soprattutto quello dei valori condivisi oltre che quello delle regole. E' il tema dell'apprendimento reciproco, dello scambio di conoscenze tra i cittadini residenti, o permanenti, e i cittadini temporanei. Si punta a sviluppare forme di accoglienza che facciano sentire il turista tradizionale un cittadino temporaneo. Tra i progetti di Matera 2019 il Passaporto per accedere ad un costo fisso (€19 per la tessera individuale valida tutto l'anno) a tutti gli eventi del programma culturale si è

mosso in questa direzione, consentendo ai visitatori anche l'accesso gratuito ai servizi di trasporto locali.

Di fatto questa interpretazione della cittadinanza temporanea anticipa una delle ipotesi sul futuro richiamate nella sezione 5.5.2: la comunità locale intesa come parte dell'esperienza turistica. I luoghi del turismo culturale non si limitano ad offrire "attrazioni locali", ma cercano di integrare nell'esperienza turistica anche i modelli di sviluppo sociale e ambientale generati dalla popolazione locale.

Una volta entrato in circolo, il concetto di cittadino temporaneo ha rappresentato una leva per interrogarsi sul futuro del turismo²⁷. Nel caso di Matera ha rappresentato un'opportunità per interrogarsi anche sul futuro del turismo culturale in una città d'arte di piccole-medie dimensioni per gli standard europei.

Sostenibilità sociale ed ambientale del turismo e intreccio turismo/comunità locale sono diventati due elementi centrali in questa ricerca di nuove soluzioni agli impatti del turismo.

Cittadino temporaneo, consumi turistici e comunità locali

Un filone di ricerca che stiamo percorrendo, e che qui anticipiamo brevemente, riguarda "l'economia" del nuovo turismo culturale: la relazione che avvicina il cittadino temporaneo alla comunità passa anche attraverso i suoi consumi locali.

Ci si può attendere un aumento dei **consumi turistici legati alla sostenibilità ambientale e ai beni tangibili e intangibili offerti ai visitatori dalle comunità locali**. Questi due tipi di consumi turistici - che guardano con sempre maggiore attenzione all'ambiente e alla comunità - sono tra loro strettamente intrecciati.

²⁷ James Bradburne - direttore del polo museale di Brera di Milano - nel 2020 ha parlato in un'intervista di "turismo di cittadinanza" (da non confondere con il "turismo" di chi si sposta in un luogo per ottenere la cittadinanza formale attraverso la permanenza temporanea), auspicando che, tra gli effetti di lungo periodo del dopo Covid-19, la tendenza a un numero inferiore di viaggiatori possa essere compensata dalla più stretta relazione che essi riusciranno ad instaurare con il luogo di visita. La meta turistica è il luogo in cui i turisti - temporaneamente - diventano cittadini: l'auspicio di Bradburne è che il turista del futuro si muova per "vivere i luoghi" e non semplicemente per visitarli.

Gli operatori economici e culturali del territorio di visita che offrono prodotti e servizi ai turisti hanno oggi un'opportunità per incrociare i nuovi modelli di consumo associati al turismo culturale e alla sua forma più radicata nel territorio di visita, la "cittadinanza temporanea". Dall'accoglienza alberghiera ed extra alberghiera, dai ristoranti al commercio al dettaglio, dai festival culturali ai musei locali, dai trasporti locali allo sport e all'outdoor, si aprono spazi per un consumo legato alla sostenibilità ambientale, alle produzioni tipiche, alle filiere corte e alle offerte di servizi innovativi delle imprese del territorio.

Non a caso la produzione e il consumo "responsabili" sono aree riconosciute all'interno degli stessi SDGs. Per riprendere il rapporto già citato della UN World Tourism Organization:

"The (tourism) sector is mentioned in, and must deliver on, three of the 17 SDGs, namely SDG 8 on 'Decent Work and Economic Growth', SDG 12 on 'Responsible Consumption and Production' and SDG 14 on 'Life below Water'. Yet, given the multitude of links it has with other sectors and industries along its vast value chain, it can in fact accelerate progress towards all 17 SDGs. It can help build a new culture of sustainability and peace."

Le comunità locali devono saper produrre la massima apertura verso l'esterno consentita dai vincoli di sostenibilità ambientale e al tempo stesso orientare la propria offerta economica verso esperienze, servizi e prodotti che non cercano l'incrocio con la domanda del turismo di massa e indifferenziato responsabile, a lungo andare, di distruggere il carattere dei luoghi. Questo sforzo degli operatori turistici locali per incrociare i nuovi modelli di consumo del turista-cittadino temporaneo può far parte di quel "localismo inclusivo"²⁸ di cui parla l'economista Raghuram Rajan nel suo libro *The Third Pillar*.

²⁸ Nel caso di Matera 2019, un esempio di incontro tra turismo di cittadinanza e localismo inclusivo è rappresentato dal progetto *Wonder Grottole* promosso da Casa Netural, un'associazione locale non profit, insieme ad Airbnb, il colosso della sharing economy del turismo.

Nel 2019, con il programma Italian Sabbatical, Airbnb ha offerto a cinque volontari provenienti da tutto il mondo la possibilità di vivere per tre mesi a Grottole, un paese di 2.000 abitanti in provincia di Matera - di cui solo 300 ancora residenti nel centro storico - con l'obiettivo di dare nuova linfa al piccolo borgo facendo immergere i nuovi arrivati nella vita della comunità locale. A parere degli organizzatori, la spinta verso il remote working - accelerata dal Covid-19 - rappresenta un'ulteriore opportunità di rinascita dei borghi, posizionando anche i piccoli centri come punto di riferimento per i nomadi digitali i quali - grazie anche ai lunghi periodi che possono trascorrere lontani dai loro luoghi di residenza - costituiscono un segmento avanzato del turismo di cittadinanza.

“The essence of this new balance is inclusive localism. We can use the tools we have obtained through the ICT revolution to empower communities more, to give people more of a sense of control over their futures, in the process creating and distributing economic and political power.

Inclusive localism breaks down gigantic walls protecting privilege, while encouraging tiny walls to preserve community character.”

I nuovi modelli di consumo turistici sostenibili si svilupperanno a nostro avvisto lungo la frontiera di incontro tra un turismo culturale - attento ai prodotti e servizi green, a basso impatto ambientale e a filiera corta, disponibili nel territorio - e il localismo inclusivo interessato ad attirare cittadini attenti e rispettosi più che visitatori mordi e fuggi.

6. Conclusioni

L'impatto di Matera 2019: un primo bilancio

L'analisi svolta stimola una serie di considerazioni a chiusura del lavoro.

Un primo ordine di considerazioni riguarda il legame tra Matera 2019 e gli impatti economici considerati.

Va intanto ricordata e sottolineata una nota di cautela: non è corretto sommare le stime di impatto elaborate nel presente report (ovvero degli impatti derivanti dai flussi turistici, dalle spese della Fondazione e dagli investimenti in infrastrutture e in immobili ad uso turistico) per ricavare un valore complessivo degli impatti economici da attribuire meccanicamente all'evento Matera Capitale Europea della Cultura 2019.

Una serie di ragioni suggeriscono di utilizzare molta prudenza nel provare a stabilire un legame "causa-effetto" - anche solo "in una certa misura" - tra una parte di questi impatti e Matera 2019: in particolare molteplici ricerche condotte sui grandi eventi e sulle passate edizioni di Capitale Europea della Cultura criticano un uso troppo disinvolto nell'attribuire gli impatti economici stimati attraverso le tavole input-output a eventi in grado di catalizzare shock di domanda che a loro volta si traducono in importanti ricadute economiche per il territorio.

Un modo per misurare il grado di influenza di un evento culturale come la Capitale Europea della Cultura sulle variazioni di domanda esaminate è quello basato su indagini qualitative sul campo - tra i turisti e tra gli operatori economici - per conoscere in che misura le loro decisioni di viaggio o di investimento possano essere determinate dalle opportunità offerte dalla preparazione o dalla celebrazione dell'evento.

A Matera non sono state condotte indagini di questo tipo. Nei casi in cui sono state condotte, spesso la stessa struttura dei questionari - per esempio quelli somministrati ai turisti in visita - ha lasciato aperti margini di incertezza e di interpretazione sulle ragioni della visita. Ad un

estremo un turista può essere venuto a Matera nel 2019 con il proposito principale di visitare una o più mostre del programma culturale - in questo caso la sua spesa turistica andrebbe pienamente considerata nel misurare l'impatto economico dell'evento. Ad un altro estremo un turista potrebbe aver deciso per un viaggio a Matera nel 2019 sulla base dell'eco mediatica provocata dall'evento senza che la fruizione delle mostre sia il motivo principale di visita.

Appare molto probabile, tuttavia, che Matera 2019 sia stata in grado di catalizzare variazioni di domanda in molti dei settori di attività considerati attraverso **un canale indiretto** importante: la straordinario eco mediatica che l'evento ha ricevuto, soprattutto dopo il 2014. Anche se non è compito di questa ricerca stabilire in che misura esatta ciò sia avvenuto, possiamo però richiamare quanto detto nella sezione 2.1.

Tornando ad osservare la tabella 1, va sottolineato l'**eccezionale riflesso sui media di Matera**, e in parte della Basilicata, in particolare nel periodo 2014-2019: **si è trattato di un fattore determinante nel provocare uno straordinario aumento nel tasso di crescita dei flussi turistici diretti in Basilicata.**

Il sentiero di crescita del turismo a Matera nel periodo 2009-2014 - con un tasso di crescita annuo composto del 16% circa - cambia radicalmente di passo nel periodo 2014-2019 con un tasso di crescita annuo composto (CAGR) del 31%, una "rottura positiva" per giustificare la quale non basta l'influenza dei fattori trainanti del turismo comuni ad altre città d'arte italiane nello stesso arco di tempo.

Un secondo ordine di considerazioni - sempre in relazione al turismo - riguarda la più ampia dotazione di infrastrutture ricettive e congressuali riscontrabile al termine del processo di crescita del sistema turistico a Matera e in Basilicata.

Possiamo chiederci se arrivati a questo stadio - con il contributo del pil turistico di Matera arrivato al 15-20% del suo pil totale - gli investimenti per aumentare la dotazione fisica di infrastrutture debbano ora lasciare il passo soprattutto alla ricerca di qualità nel settore ricettivo e della ristorazione. In modo che il sistema turistico si leghi maggiormente alla più alta capacità di spesa del turismo culturale in cerca di un soggiorno legato all'esperienza e

alla sostenibilità, sul modello del turismo di cittadinanza più volte richiamato nella *vision* di Matera Capitale Europea della Cultura 2019.

Riguardo ai flussi turistici sarebbe opportuno considerare anche i possibili impatti negativi che si accompagnano a variazioni repentine e importanti delle visite e dei pernottamenti.

L'esame di questi impatti negativi non rientra nel presente studio.

Può essere utile richiamare i risultati di un rapporto sul turismo propedeutico al presente studio²⁹: abbiamo infatti messo in evidenza come il numero di strutture ricettive della città di Matera sia esploso nel corso del ventennio 1999-2019. A poche decine di strutture alberghiere nel 1999, si contrappongono oggi oltre 450 strutture di tipo extralberghiero: piccoli e piccolissimi B&B, affittacamere e case vacanze.

Una frammentazione dell'offerta ricettiva che ha finito per trasformare una fetta importante dello stock residenziale del centro storico in appartamenti ad uso turistico. Andrebbe condotta un'analisi specifica per determinare quante di queste strutture recuperate ad uso turistico non sarebbero comunque diventate abitazioni residenziali a causa dell'assenza di domanda. E all'interno di un'analisi di questo tipo andrebbe verificato in che misura il forte incremento di strutture extra alberghiere nei rioni storici dei Sassi abbia di fatto provocato un effetto spiazzamento sulla domanda di abitazioni ad uso residenziale, espellendo una parte della popolazione stanziale di queste zone o scoraggiando l'arrivo di nuovi residenti a causa principalmente di un aumento dei prezzi di affitto o di compravendita di tali spazi.

Un terzo aspetto riguarda le relazioni che, soprattutto attraverso la Fondazione Matera-Basilicata 2019 - sono state attivate con altri settori emergenti o ancora relativamente fragili a Matera e in Basilicata. Come già rilevato, è interessante notare che, con ulteriori approfondimenti, si possono ricavare dalle tavole intersettoriali della Basilicata, opportunamente integrate con indagini presso le imprese lucane, indicazioni più precise sulle relazioni tra l'investimento in un grande evento e il rafforzamento - con effetti di lungo periodo - di settori locali come il turistico-congressuale, l'alta formazione (universitaria o attraverso altre strutture di istruzione e formazione) e le industrie culturali e creative locali.

²⁹ *IL TURISMO IN BASILICATA, Evoluzione al 2019 e prospettive future*, rapporto realizzato da CityO per la Fondazione Matera-Basilicata 2019.

La sinergia che può essere creata tra il settore dell'università e dell'alta formazione, le industrie creative e culturali e i diversi comparti del turismo a partire dal congressuale è in realtà da tempo riconosciuta come elemento strategico nelle politiche regionali della Basilicata e può essere ora un campo di applicazione privilegiato di politiche innovative messe in moto dall'esperienza di Matera 2019³⁰.

Per monitorare al meglio l'evoluzione di queste possibili tendenze, è importante che gli attori istituzionali coinvolti nel processo di realizzazione di Matera ECoC 2019 continuino a sviluppare studi longitudinali di impatto economico e sociale per cogliere la coda degli effetti destinati a manifestarsi nel medio-lungo periodo.

Un quarto aspetto, in relazione agli investimenti in infrastrutture del capitolo 4, riguarda la quasi totale assenza di studi di valutazione di tali investimenti nella fase di pre fattibilità degli stessi. Sia per le opere più grandi, di decine o centinaia di milioni di euro, sia per le opere di dimensione inferiore (ma per importi comunque rilevanti e pari ad alcuni milioni di euro) non è facile reperire la base economica di conoscenza sulla base della quale sono state prese le decisioni di investimento. Si tratta di un limite che purtroppo riguarda l'intero Paese, non solo il Mezzogiorno. In una fase di rilancio degli investimenti in infrastrutture, come quella che stiamo vivendo, è fondamentale che il settore pubblico sviluppi delle linee guida per promuovere e incoraggiare una cultura della valutazione degli investimenti, soprattutto di quelli su scala territoriali nei quali protagonisti sono spesso amministrazioni e organizzazioni locali che richiedono certamente assistenza su questo fronte.

Un quinto punto riguarda la continuità delle risorse da dedicare ai progetti culturali e agli investimenti in infrastrutture culturali. Matera 2019 ha potuto godere di un eccezionale flusso di finanziamenti straordinari e aggiuntivi, rispetto alle fonti ordinarie,

³⁰ *Una strategia di attrazione di investimenti esterni in Basilicata*, rapporto realizzato da Cerpem e CityO per la Regione Basilicata, 2006.

provenienti soprattutto dal governo italiano e con una quota importante anche dalla Regione Basilicata.

L'investimento in cultura - inteso come attivazione di progetti culturali che non necessariamente hanno un ritorno economico immediato - può produrre effetti rilevanti attraverso una molteplicità di canali, come abbiamo osservato in queste considerazioni finali: il turismo, le industrie creative, le infrastrutture. In altri termini, il ritorno sociale dell'investimento (SROI) in cultura può rivelarsi elevato per un territorio e segnalare il rango strategico della progettazione culturale. Una serie di report di valutazione, commissionati dalla Fondazione Matera-Basilicata 2019, hanno inoltre messo in evidenza il nesso tra i progetti culturali e le ricadute sul benessere della popolazione locale.

Gli attori economici e istituzionali della Basilicata sono quindi chiamati a valutare con attenzione l'opportunità di dare continuità - con gli opportuni finanziamenti - al flusso di progetti culturali che con Matera 2019 hanno ricevuto una prima fondamentale spinta e alle più adatte forme di gestione della progettazione culturale.

Appendice A

Evoluzione del turismo a Matera e in Basilicata

Tab. A1 Le Aree turistiche della Basilicata - Presenze e variazioni 2014-2019

	Area turistica	Presenze 2014	Presenze 2018	Presenze 2019	Variazione 2018/2014	Variazione 2019/2014
Aree Pivot	Matera	244.847	547.532	730.434	123,62%	198,32%
	Costa Jonica (MT)	1.152.374	1.281.873	1.263.867	11,24%	9,68%
	Maratea (PZ)	210.832	251.680	244.369	19,37%	15,91%
Cluster attivi	Lagonegrese-Pollino* (PZ)	85.719	181.699	112.107	111,97%	30,78%
	Vulture-Alto Bradano (PZ)	163.548	101.144	137.772	-38,16%	-15,76%
	Val d'Agri (PZ)	93.532	68.227	63.857	-27,05%	-31,73%
Altri Cluster	Altri Cluster (PZ)	62.313	73.573	76.729	18,07%	23,13%
	Altri Cluster (MT)	29.719	30.999	39.018	4,31%	31,29%
Potenza	Potenza	57.199	66.897	65.816	16,95%	15,06%
	Totale Basilicata	2.100.083	2.603.624	2.733.969	23,98%	30,18%

*Esclusa Maratea

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Tab. A2 Principali Aree turistiche: variazione degli Arrivi totali, 2019/1999

Area turistica	Arrivi 1999	Arrivi 2019	2019/1999
Città di Matera	34.696	388.158	1018,74%
Maratea	29.812	62.348	109,14%
Costa Jonica	93.317	274.801	194,48%
Altre località	164.323	218.801	33,15%
Totale Basilicata	322.148	944.108	193,07%

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Tab. A3 Principali Aree turistiche: variazione delle Presenze internazionali, 2019/1999

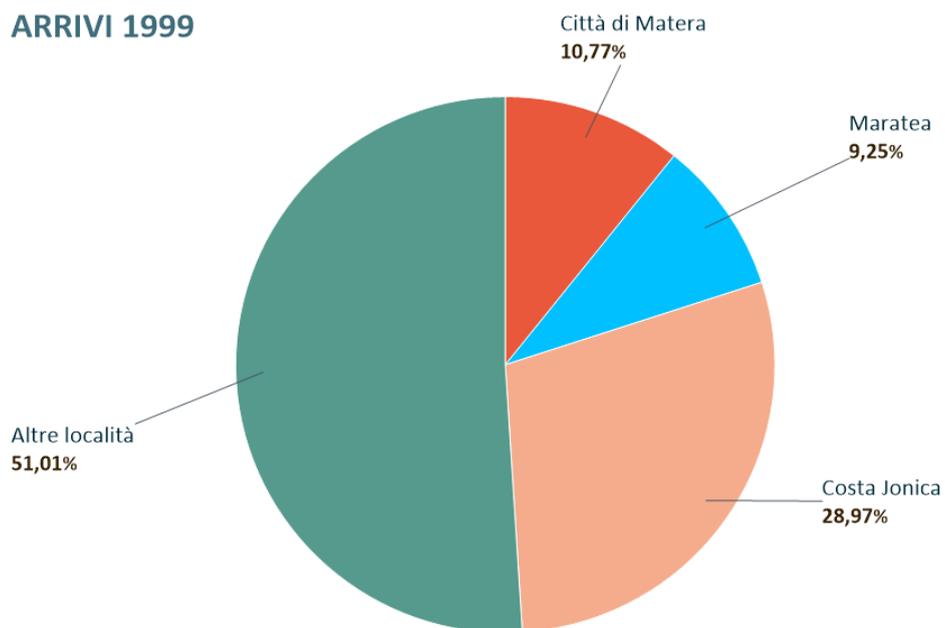
Area turistica	Presenze Stranieri 1999	Presenze Stranieri 2019	2019/1999
Città di Matera	12.810	205.584	1504,87%
Maratea	26.024	27.650	6,25%
Costa Jonica	100.607	57.518	-42,83%
Altre località	30.182	50.421	67,06%
<i>Totale Basilicata</i>	<i>169.623</i>	<i>341.173</i>	<i>101,14%</i>

Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

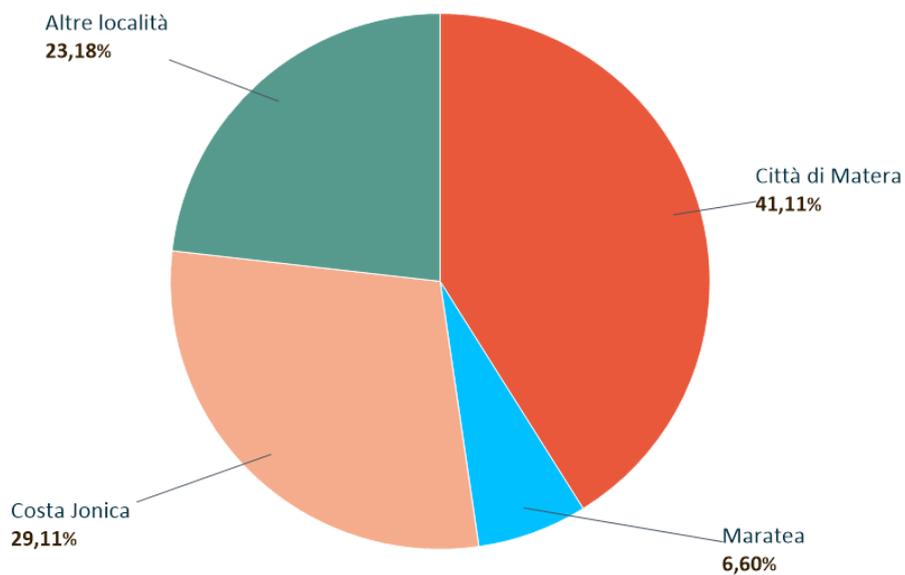
Fig. A1

Peso degli arrivi per tipo di località turistica in Basilicata, confronto 1999 e 2019

ARRIVI 1999



ARRIVI 2019

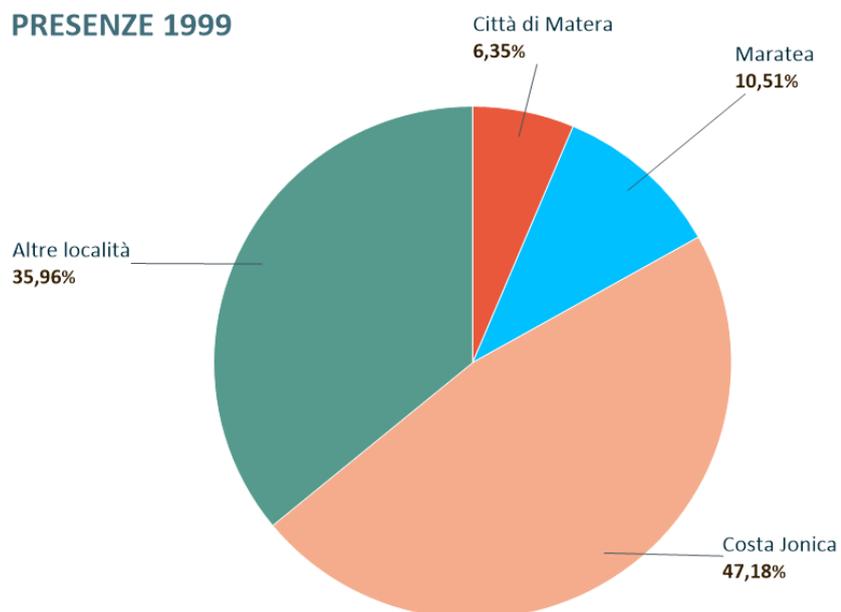


Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

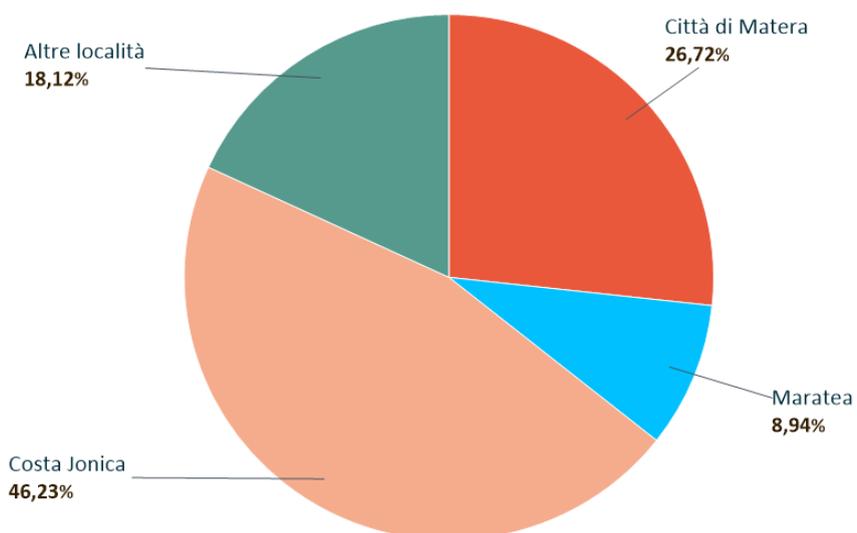
Fig. A2

Peso delle presenze per tipo di località turistica in Basilicata, confronto 1999 e 2019

PRESENZE 1999



PRESENZE 2019



Fonte: Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata

Appendice B

Turismo e Capitale Europea della Cultura: confronto tra città ECoC

Premessa

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

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

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

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

Metodologia e selezione città ECoC

Com'è noto l'evento Capitale Europea della Cultura risale al 1985. Da allora il programma istituito dall'Unione Europea (UE) - assegnato a rotazione a diverse città dell'Unione - ha subito una serie di cambiamenti³¹.

³¹ Il titolo ECoC è stato già assegnato in alcuni casi a città di Stati candidati a entrare nell'UE. A partire dal 2021, ad intervalli di tre anni, il titolo potrà essere assegnato anche ad una terza città proveniente da paesi candidati ad entrare nell'Unione Europea o facenti parte dell'Area Economica Europea.

In particolare ai fini della nostra analisi è utile ricordare che, partire dal 2007, il titolo è stato assegnato ogni anno, sempre con un criterio di rotazione tra i Paesi membri dell'UE, ad una coppia di città³².

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

Va notato che proprio a partire da questo periodo, è stata spesso privilegiata la scelta di città di piccola e media dimensione nell'assegnare il titolo ECoC. Una decisione legata soprattutto all'obiettivo di collegare gli eventi ECoC alle politiche di coesione territoriale dell'UE tendenti a riconoscere il ruolo importante delle città piccole e medie per garantire gli equilibri economici e sociali all'interno dell'Unione. Nel corso dell'analisi abbiamo quindi privilegiato l'esame delle tendenze del turismo nelle città di piccola e media dimensione³³ che presentano, rispetto alle grandi città, un maggiore grado di comparabilità con Matera.

Per la nostra analisi abbiamo utilizzato le seguenti principali fonti:

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

³² Nel periodo considerato 2007-2019 il titolo è andato anche ad una città al di fuori dell'Unione Europea (Istanbul, 2010).

³³ Per identificare le medie città abbiamo fissato come soglia massima di popolazione residente le 300.000 unità.

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

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

Come secondo passo, delle 19 città ECoC rimaste, sono state identificate le città che hanno presentato tassi di crescita del turismo i quali, in base alle diverse fonti, risultano bassi in relazione sia alle tendenze più recenti sia alle tendenze storiche dell'evento Capitale Europea della Cultura³⁴; si tratta di Lussemburgo, Stavanger, Turku e Pécs (Tab. B3). E' stata esclusa dalla selezione per il confronto finale anche le città di Paphos per la quale non sono stati trovati dati attendibili: i dati parziali a disposizione indicano comunque per Paphos un basso tasso di crescita del turismo in coincidenza con ECoC.

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

Va ricordato che per Leeuwarden e Valletta (la coppia di città ECoC 2018) siamo in attesa del rapporto di valutazione ex post commissionato dalla Commissione Europea: per queste città abbiamo raccolto dati ufficiali tramite organi di stampa. Per Matera e Plovdiv non sono ovviamente ancora disponibili i dati del 2019. Per Matera tuttavia abbiamo utilizzato la stima elaborata nel presente rapporto (sezione 3.1).

³⁴ Esiste una stima nel "Rapporto Palmer" (Palmer/Rae Associates, European Cities and Capitals of Culture, Part I, 2004) che mostra un tasso di crescita medio dei pernottamenti turistici, nell'anno dell'evento ECoC rispetto all'anno precedente, del 12% nel periodo 1995-2003. Questo tasso di crescita medio si abbassa per le grandi città e si innalza per le piccole e medie città le quali partono da una più bassa base turistica. Nel periodo considerato nel Rapporto Palmer, il picco del tasso di crescita annuale dei pernottamenti turistici nelle città piccole e medie è stato del 23% (Graz, 2003).

Legenda Tab. B1 - Città ECoC e popolazione residente

Popolazione 1-5

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

Popolazione XXL - S-M

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

Tab. B1 Città ECoC e popolazione residente

Città ECoC	Paese	Popolazione (1-5) *	Popolazione (XXL - S-M) *
Paphos 2017	Cipro	5	S-M
Matera 2019	Italia	5	S-M
Mons 2015	Belgio	5	S-M
Leeuwarden 2018	Paesi Bassi	5	S-M
Luxembourg 2007	Lussemburgo	5	S-M
Linz 2009	Austria	4	S-M
Maribor 2012	Slovenia	4	S-M
Umeå 2014	Svezia	4	S-M
Stavanger 2008	Norvegia	4	S-M
Pécs 2010	Ungheria	4	S-M
Guimarães 2012	Portogallo	4	S-M
Sibiu 2007	Romania	4	S-M
Pilsen 2015	Repubblica Ceca	4	S-M
Turku 2011	Finlandia	4	S-M
San Sebastián-Donostia 2016	Spagna	4	S-M
Valletta 2018	Malta	4	S-M
Košice 2013	Slovacchia	4	S-M
Aarhus 2017	Danimarca	3	L
Plovdiv 2019	Bulgaria	3	L
Tallinn 2011	Estonia	3	L

Liverpool 2008	Regno Unito	3	L
Vilnius 2009	Lituania	2	XL
Essen 2010	Germania	2	XL
Wrocław 2016	Polonia	2	XL
Riga 2014	Lettonia	2	XL
Marseilles 2013	Francia	1	XXL
Istanbul 2010	Turchia	1	XXL

* *Cultural and Creative Cities Monitor*

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

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

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

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

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

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

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

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

Confronto finale

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

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

Abbiamo utilizzato questo parametro per 7 delle 14 città selezionate potendo ricavare i dati da un *research paper* in corso di pubblicazione³⁵. Per Matera e Aarhus siamo riusciti a

³⁵ Martin Falka, Eva Hagstenb: Measuring the impact of the European Capital of Culture programme on overnight stays: evidence for the last two decades; European Planning Studies, 2017.

ricavare o elaborare dati sulla base di altre fonti al fine di produrre il parametro principale di confronto. Per le città rimanenti siamo ricorsi ad altri parametri - indicati nelle fonti e nelle note della tabella B2 - dai quali possiamo ricavare la ragionevole ipotesi che nel triennio antecedente all'evento ECoC difficilmente queste città possono aver replicato il trend di Matera.

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

Altre fonti disponibili³⁶ confermano inoltre che lungo archi di tempo più ampi (quattro o più anni precedenti all'evento) alcune delle città ECoC che rientrano nel nostro confronto finale hanno registrato una progressione relativamente lenta della crescita dei pernottamenti turistici³⁷.

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

³⁶ EUROPEAN CAPITALS OF CULTURE SUCCESS STRATEGIES AND LONG-TERM EFFECTS, rapporto di ricerca realizzato per il Parlamento Europeo, 2013.

³⁷ Con una nota di cautela per il periodo precedente al 2007 per il quale, come già segnalato in una nota precedente, si rimanda al "Rapporto Palmer"

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

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

FONTI

1) Elaborazioni CityO su dati APT Basilicata; stime CityO

2) Falk, Hagsten - Eurostat, Istituti statistici nazionali

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

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

NOTE

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

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

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

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

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

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

Fattori generali

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

Fattori specifici

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

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

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

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

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

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

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

Città ECoC	Pernottamenti media annua (T-3 a T-1)	Pernottamenti T	Variazione (T / T3 a T1)
Luxembourg	1.096.850	1.176.396	7,25%
Merseyside (Liverpool region)	4.100.000	3.600.000	-12,20%
Stavanger	1.183.959	1.264.007	6,76%
Vilnius	1.244.100	1.077.818	-13,37%
Essen	1.051.261	1.357.737	29,15%
Istanbul	9.425.750	10.058.536	6,71%
Pécs	226.638	237.119	4,62%

Turku	771.482	805.752	4,44%
Tallinn	2.105.836	2.770.488	31,56%
Marseille	3.669.157	4.042.165	10,17%
Riga	2.116.646	2.473.854	16,88%

Fonte: Falk, Hagsten - Eurostat, Istituti statistici nazionali