



Indagine Economico-Turistica sulla Mostra “Caravaggio? L’enigma dei due San Francesco”

a cura di: **Giuseppe Attanasi*** e **Giulia Urso***

1. Descrizione della ricerca *

Vengono qui descritti in maniera sintetica i risultati di uno studio condotto sull’evento, di matrice prettamente artistico-culturale, e con diffuse sfaccettature di natura culturale, denominato “Caravaggio? L’enigma dei due San Francesco”, mostra che si è svolta a Lecce, all’interno della Chiesa di San Francesco della Scarpa, nel periodo 3 Luglio – 31 Agosto 2010.

Il report finale dettagliato sarà reso disponibile on-line a partire dal 20 Settembre 2010.

Lo studio è stato effettuato sul campo tramite l’Associazione Cultura è Trasparenza (Soletto, LE) per mezzo di interviste guidate e questionari somministrati ad un campione di fruitori della mostra nel periodo finale della stessa (25 Agosto - 1 Settembre), utilizzando una tecnica d’indagine simile a quella già sperimentata durante le ultime quattro edizioni del Festival della Notte della Taranta nella Grecia Salentina (2007-2010), le ultime tre edizioni (2008-2010) della “Festa di Sant’Antonio Abate” a Novoli (LE) e la “Festa di Santa Lucia da Siracusa” ad Erchie (Aprile 2009).

* Ricercatore della *Toulouse School of Economics* (Francia) e docente della *Università Bocconi* (Milano).

* Dottoranda in Studi Geografici presso l’*Università del Salento*, per l’indirizzo “Paesaggio, Ambiente e Territorio tra gestione delle risorse locali e processi di integrazione”.

* Si ringrazia, per il supporto nell’elaborazione dei dati, Andrea Dell’Anna, studente del Politecnico di Milano.

I grafici successivi riassumono i principali risultati dell'indagine relativa agli **effetti economico-sociali** di tale evento culturale, guardando principalmente a:

- le caratteristiche generali e la provenienza dell'intervistato;
- l'impatto economico-turistico della mostra sulla città di Lecce;
- la percezione e le impressioni, da parte dei fruitori, dell'evento in esame;
- la conoscenza dell'esistenza della mostra da parte dell'intervistato.

La rilevazione dei dati è stata svolta, durante gli ultimi giorni della mostra, da un gruppo di 5 studenti dell'Università del Salento, i quali, sotto la supervisione dei due responsabili del progetto, hanno "guidato" la procedura di compilazione dei questionari da parte dei soggetti che hanno accettato di rilasciare l'intervista all'uscita dalla mostra.

Le presenze stimate in tutto il periodo della mostra ammontano a **30.000 utenti**. Tale dato è stato ottenuto contando le firme lasciate sul registro all'entrata della mostra (circa 5.000) e valutando (effettuando 5 diverse rilevazioni in 5 diversi momenti della giornata) la frazione di utenti che, indipendentemente dalla sollecitazione dei supervisori della mostra, ha scelto di firmare: tale frazione è risultata pari a 1/6.

A fronte di tale affluenza, sono state effettuate **300 interviste**. Il campione casuale preso in esame ha un'ampiezza rilevante e statisticamente significativa, considerando che sul totale delle presenze stimate, è stato intervistato l'1% dei soggetti.

2. Il profilo demografico del campione: identikit del fruitore dell'evento

Il campione è stato selezionato in modo casuale tra la "popolazione" degli utenti della mostra solo negli ultimi 8 giorni di apertura della stessa.¹

Cominciamo a delineare le caratteristiche socio-biografiche più rilevanti del campione preso in esame.

¹ Avendo ricevuto l'incarico formale per effettuare la ricerca solo il 24 Agosto, non ci è stato possibile effettuare le interviste in precedenza. Comunque, sebbene il periodo di indagine rappresenti poco meno del 15% del periodo di apertura della mostra, analizzando meglio la "natura" turistica del periodo in cui le interviste sono state effettuate, si nota che alcuni dei giorni d'indagine appartengono ad un periodo di elevata convergenza di "residenti in provincia di Lecce" verso il capoluogo (25-26 Agosto, in coincidenza con la Festa di Sant'Oronzo a Lecce), altri rientrano in un periodo di elevata affluenza turistica nel Salento (27-29 Agosto, week-end che è coinciso con il Concertone della Notte della Taranta), gli ultimi rientrano invece in un periodo di bassa affluenza turistica (un elevato numero di turisti ha lasciato il Salento subito dopo l'ultimo week-end di Agosto e gli arrivi non hanno compensato le partenze). Quindi, la nostra idea è che i tre sotto-periodi individuati rappresentano bene l'andamento dell'affluenza (e la sua suddivisione tra turisti e non turisti) nell'intero periodo di apertura della mostra.

Suddividendo gli intervistati in base al loro **genere** (maschio o femmina), notiamo che l'utenza femminile è più elevata di quella maschile (poco meno del 60% dei visitatori sono donne). Tale dato è statisticamente significativo.

Quanto all'**età** (Figura 1), più del 40% del campione appartiene alla categoria degli adulti (40-60 anni) e 1 utente su 2 ha più di 40 anni. La mostra ha attirato utenti di tutte le età, con un buon bilanciamento tra giovani (fino a 30 anni) e giovani-adulti (da 31 a 39 anni) da una parte e adulti (da 40 a 60 anni) e anziani (più di 60 anni) dall'altra.

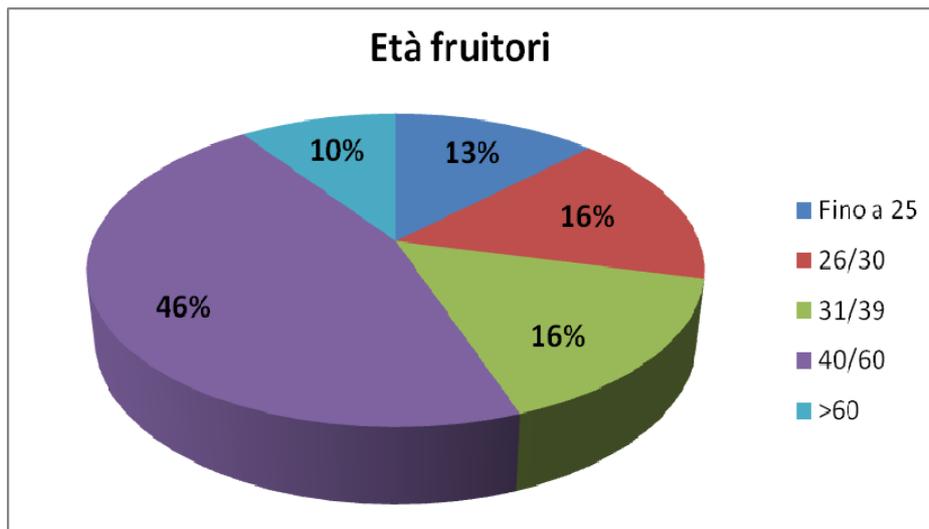


Figura 1 – Età dei fruitori della mostra

Nella Figura 2 è riportata la distribuzione della variabile categoriale "**titolo di studio**" degli intervistati, che è stata suddivisa in 3 classi: "Alto" (Larea o titolo post-laurea), "Medio" (Diploma di scuola media superiore), "Basso" (diploma di scuola elementare o di scuola media inferiore).

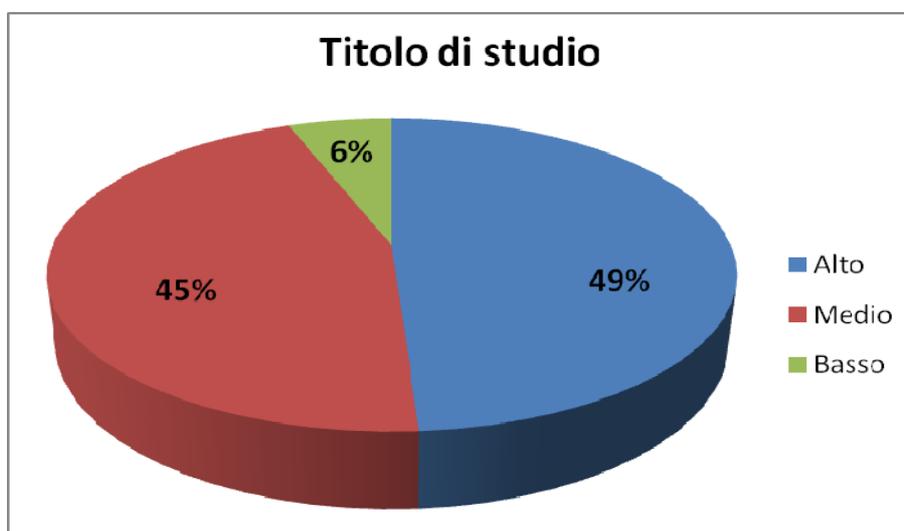


Figura 2 – Titolo di studio dei fruitori della mostra

La quasi totalità degli utenti della mostra possiede un titolo di studio medio-alto (più di 9 utenti su 10) e la metà possiede un titolo di studio alto, indice dell'elevato livello culturale dell'utenza della mostra (correlato al suo livello di istruzione).

Per quanto riguarda la **professione** degli utenti, la Figura 3 mostra come la mostra abbia attirato utenti di tutte le categorie professionali, con una netta prevalenza di lavoratori dipendenti e di liberi professionisti (tale dato è in linea con la prevalenza della fascia 40-60 tra l'utenza, Figura 1).

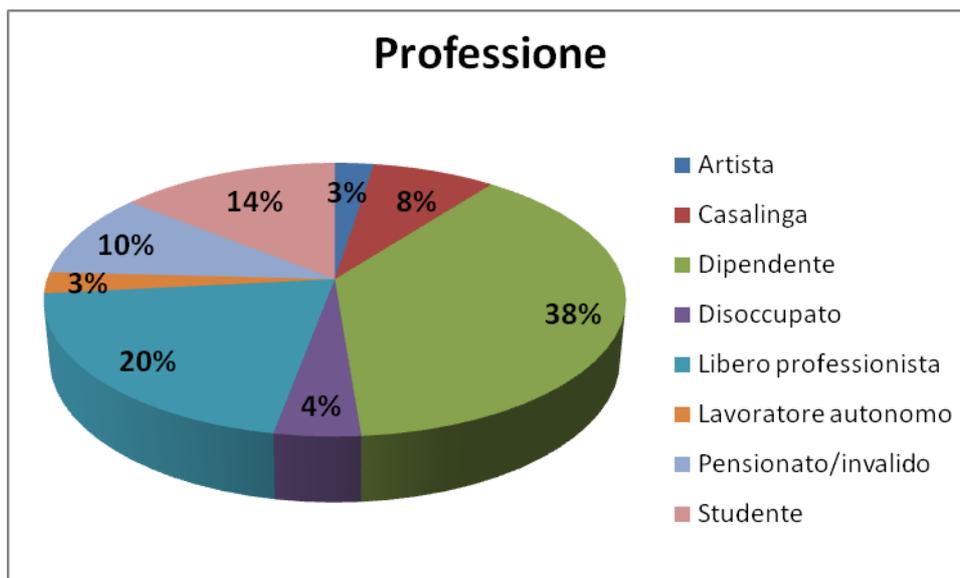


Figura 3 – Professione dei fruitori della mostra

3. Distinzione tra Residenti, Turisti (Originari e Non Originari)

Dalla Figura 4, si nota come la metà dei fruitori sia residente a Lecce o nella relativa provincia durante l'anno. L'altra metà è categorizzabile come turista/escursionista (perché residente in Puglia, fuori provincia, o nel resto d'Italia o all'estero)²: solo 1 turista su 4 è originario della provincia di Lecce (turismo di rientro). I turisti veri e propri, cioè "**non originari**", rappresentano la maggior parte del campione (75% dei turisti). Inoltre, 1 turista su 3 (33% dei turisti) dichiara di essere **a Lecce per la prima volta** nella sua vita; 3 turisti su 4 sono a Lecce in vacanza, 1 su 4 è a Lecce per far visita a parenti o amici.

² L'Organizzazione Mondiale del Turismo (*World Tourism Organisation*) definisce così il **turista**: "*chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte ma non superiore a un anno e il cui scopo principale della visita sia diverso dall'esercizio di ogni tipo di attività remunerata all'interno del paese visitato. In questo termine sono inclusi coloro che viaggiano per: svago, riposo e vacanza; per visitare amici e parenti; per motivi di affari e professionali; per motivi di salute, religiosi/pellegrinaggio o altro*". È, invece, classificato come **escursionista** colui che si muove nell'ambito delle 24 ore e compie trasferimenti giornalieri, senza pernottamento, fuori della località di residenza.

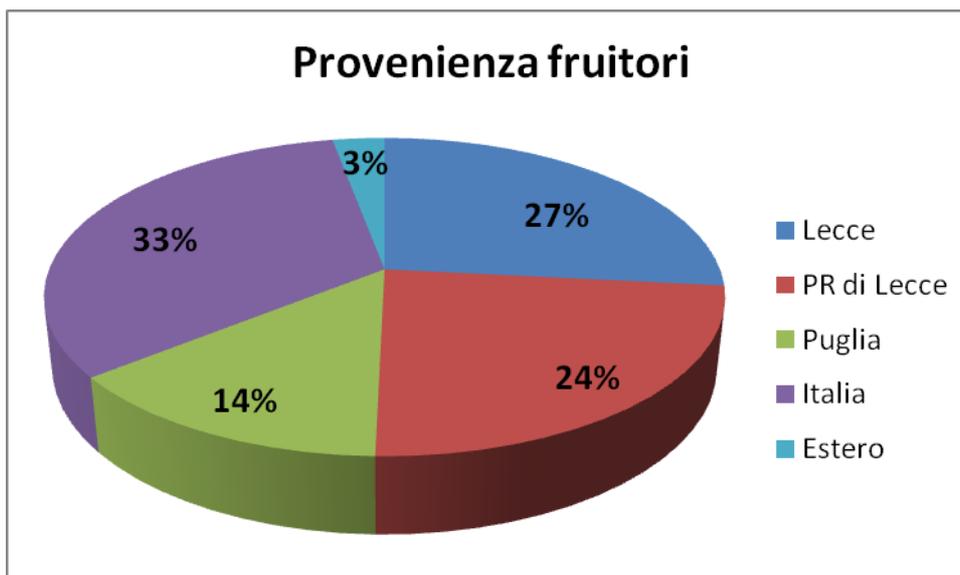


Figura 4 – Provenienza (residenza durante l'anno) dei fruitori della mostra

4. Analisi del comportamento turistico

Quanto al **tempo di permanenza** (Figura 5) dei turisti che hanno visitato la mostra, la metà di loro dichiara di fermarsi nel Salento (inteso come provincia di Lecce) per più di una settimana. Solo 1 turista su 5 (con buona probabilità proveniente dal resto della Puglia) dichiara di fermarsi solo 1 giorno.

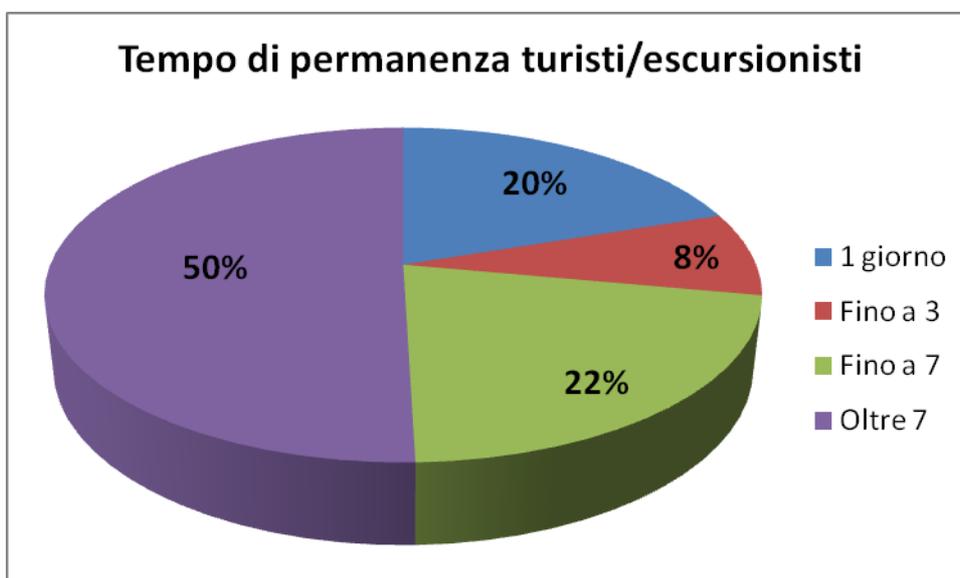


Figura 5 – Tempo di permanenza dei turisti/escursionisti

Sebbene la scelta dell'**alloggio** da parte del turista (Figura 6) sia molto diversificata, risulta prevalente un tipo di scelta "informale", effettuata senza servirsi di circuiti organizzati o agenzie (ospitalità di amici, possesso di una seconda casa, affitto di una

casa). Da sottolineare che solo 1 turista su 10 è in vacanza da solo, 3 su 10 sono in vacanza in coppia, 4 su 10 si sono recati in vacanza con la famiglia e 2 su 10 in compagnia di amici.

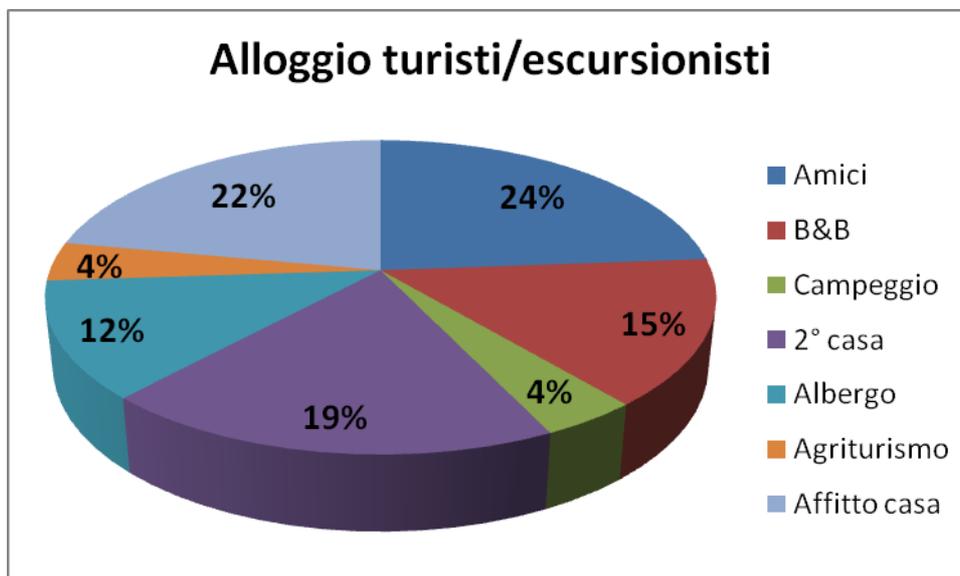


Figura 6 – Tipo di alloggio scelto dai turisti/escursionisti

Per quanto riguarda la **spesa media giornaliera** dei turisti/escursionisti (Figura 7), notiamo come essa sia molto bassa (più del 70% spende meno di 50 euro al giorno, tenendo conto anche dell'alloggio), il che può essere dovuto sia al moderato costo della vita nel Salento, sia alla bassa propensione alla spesa dei turisti, frutto della crisi economica ancora in atto. In ordine di importanza, le due categorie che maggiormente pesano sulla spesa turistica sono l'alloggio e la ristorazione. Seguono i trasporti e l'accesso a locali di svago e discoteche.

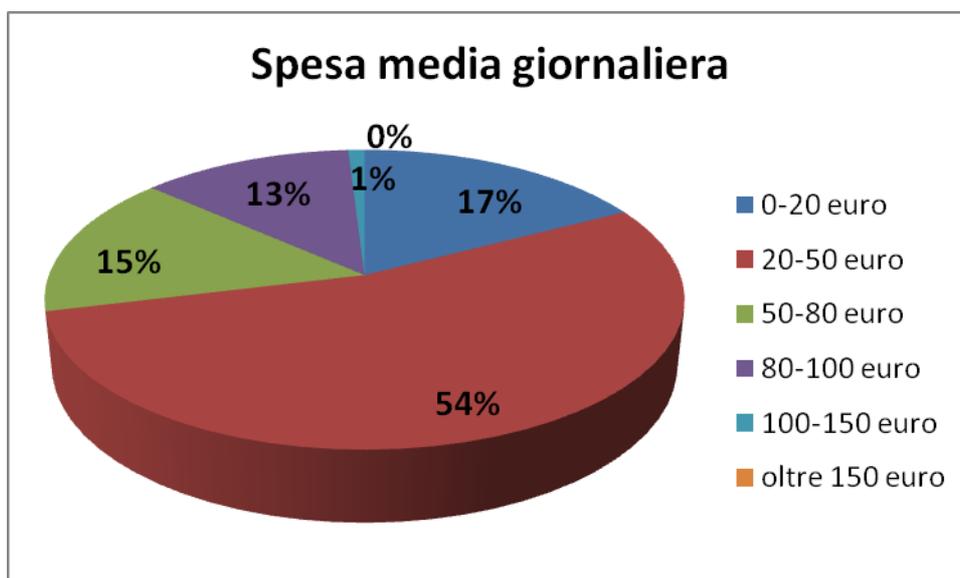


Figura 7 – Spesa media giornaliera dei turisti/escursionisti

Chiediamoci ora quanti dei turisti/escursionisti in vacanza intervistati in quanto fruitori della mostra "Caravaggio? L'enigma dei due San Francesco" sono venuti a **Lecce proprio per la mostra**. Dalla Figura 8 si nota come 1 turista ogni 10 che ha partecipato alla mostra (circa 1500 utenti) si sia recato a Lecce esclusivamente per visitare la stessa.

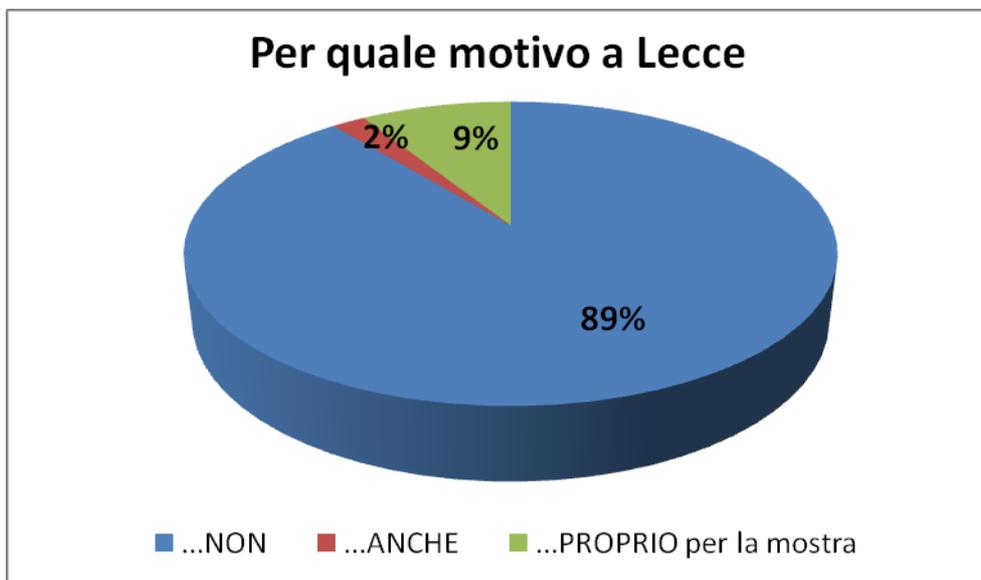


Figura 8 – Motivo per cui si è a Lecce

Prendiamo ora questo 10% di turisti "*greatly motivated*" come dato di riferimento.

Quanti turisti non sarebbero venuti a Lecce se non ci fosse stata la mostra? In base ai nostri dati, il 5%. Una spiegazione plausibile a questo dato proviene dalla constatazione che la valutazione dei turisti/escursionisti è maturata *ex post*, ossia dopo aver scelto di venire a Lecce e, per la maggior parte di loro, dopo aver fatto un giro in centro prima di arrivare alla mostra, avendo avuto l'opportunità di apprezzare altri fattori di attrazione (di tipo paesaggistico, artistico e sociologico) della città. L'ipotesi è, allora, che, scelto di recarsi a Lecce *a priori* in funzione della mostra e apprezzato la città poi nel corso della propria permanenza sul luogo, il visitatore formuli *a posteriori* la convinzione che si sarebbe ugualmente orientato verso quella meta in mancanza di quella che originariamente era stata la motivazione unica o, quanto meno, prioritaria. In un certo senso, la mostra ha permesso alla metà dei turisti recatisi a Lecce esclusivamente per la mostra di fidelizzarsi anche alla città.

Negli ultimi tre punti (5, 6 e 7) di questo comunicato stampa, ritorniamo a considerare tutto il campione degli utenti (sia turisti che residenti).

5. *Conoscenza dell'esistenza della mostra*

Dalla Figura 9 risulta evidente come differenti **mezzi di comunicazione** (sia istituzionali, che non istituzionali, come il passaparola) abbiano contribuito a rivelare l'esistenza della mostra a coloro che poi ne sono diventati utenti. Preponderante il contributo della stampa e delle tv locali, piuttosto scarso l'apporto di internet.

Solo 1 utente su 5 ha scoperto l'esistenza della mostra per caso, ovvero mentre passeggiava sulla via adiacente alla Chiesa di San Francesco della Scarpa, che la ospitava.

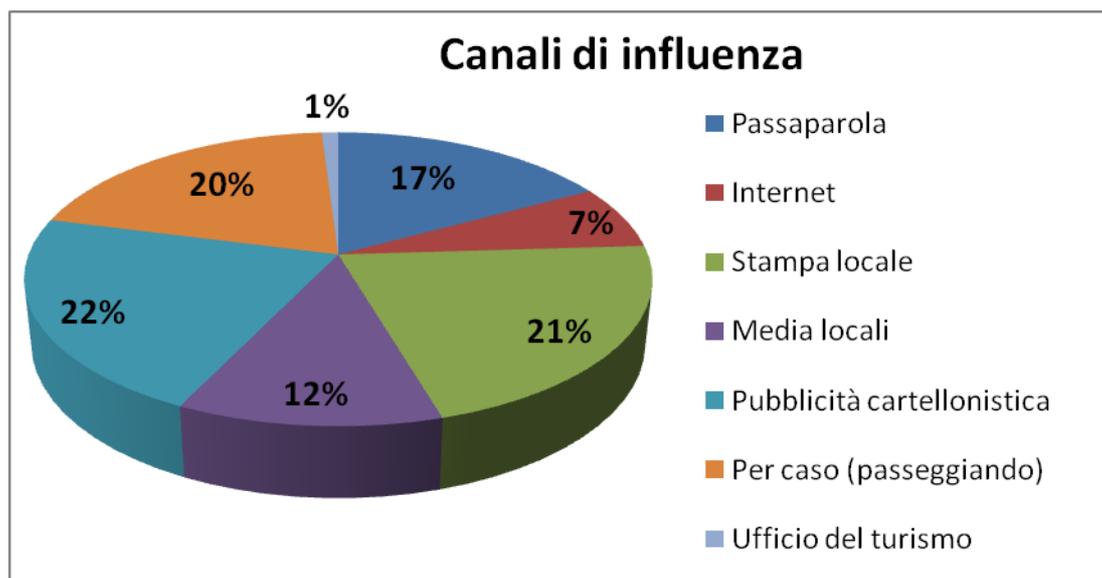


Figura 9 – Mezzi di comunicazione dell'esistenza della mostra

In generale, la maggior parte degli utenti della mostra ha dichiarato di essere riuscita a reperire anzitempo informazioni sulla stessa. In particolare, 7 utenti su 10 conoscevano l'esistenza della mostra prima di arrivare nel luogo dove si teneva la stessa; 6 utenti su 10 conoscevano l'esistenza della mostra prima di arrivare a Lecce. Per quanto riguarda poi i soli turisti che hanno visitato la mostra, 3 su 10 conoscevano l'esistenza della mostra prima ancora di arrivare in vacanza nel Salento.

6. *Motivazione alla partecipazione, audience fidelizzata e comportamento stagionale*

Dalla Figura 10 si evince che 6 utenti su 10 della mostra appartengono alla categoria "**appassionato**", mentre 3 su 10 hanno visitato la mostra per pura curiosità. La percentuale di utenti che dichiara di averla visitata "per caso" (3%) è molto più bassa di quella degli utenti che dichiara di aver scoperto la mostra "per caso" (20%, Figura 9). Ciò significa che in molti degli utenti che hanno scoperto la mostra per caso vedendo il

cartellone affisso sulla facciata della Chiesa, il contenuto del cartellone (presumibilmente il nome stesso di Caravaggio) ha stimolato la curiosità alla base della visita alla mostra.



Figura 10 – Motivazione alla base della partecipazione alla mostra

Il dato sull'elevato numero di utenti appassionati è confermato dalla percentuale di utenti che dichiara di frequentare abitualmente altre mostre (8 su 10).

Osservando la Figura 11, si ottiene un'altra conferma: più dell'80% degli utenti dichiara di essere disposto a **partecipare ad altre mostre** che si tengano nella città di Lecce o nella relativa provincia. Addirittura, più della metà degli utenti dichiara di volerlo fare con certezza.

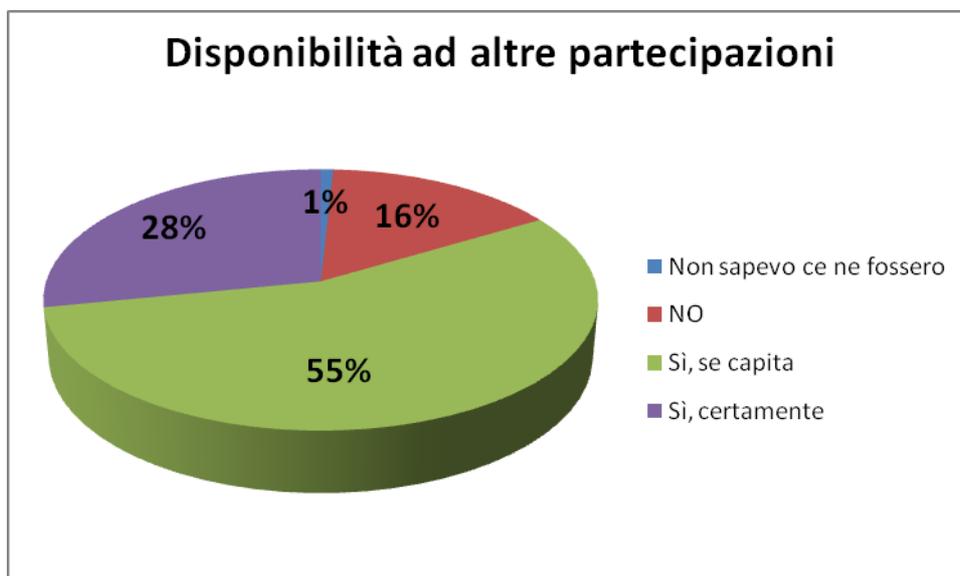


Figura 11 – Disponibilità a partecipare ad altre mostre a Lecce e provincia

Quando però chiediamo agli utenti se nel periodo di Luglio-Agosto (residenti) o nel periodo di vacanza nel Salento (turisti) hanno effettivamente partecipato ad altre mostre, allora otteniamo un'apparente contraddizione: tra gli utenti intervistati all'uscita della mostra di Caravaggio a San Francesco della Scarpa, solo il 23% dei residenti dichiara di aver frequentato altre mostre nei mesi di Luglio e Agosto e solo il 16% dei turisti dichiara di aver frequentato altre mostre nel periodo di vacanza nel Salento.

Eppure 8 utenti su 10 dichiarano di essere degli appassionati di tale genere di mostre. Diverse spiegazioni sono possibili, riferibili alla maggior parte degli utenti "appassionati":

- non esistono altre mostre dello stesso genere nel territorio salentino nel periodo di riferimento;
- altre mostre dello stesso genere esistono, ma (perfino) gli utenti appassionati ne ignorano l'esistenza;
- altre mostre del genere esistono, gli utenti appassionati sanno della loro esistenza, ma non sono da esse attratti, forse perché non dello stesso livello di quella appena visitata.

L'ultima spiegazione potrebbe dare ragione anche al dato sull'elevata disponibilità a visitare altre mostre, dichiarata dagli utenti della mostra in esame all'uscita dalla stessa. Ebbene, tale entusiasmo potrebbe essere dovuto all'elevata soddisfazione ottenuta dalla visita appena effettuata: gli utenti sono rimasti così entusiasti della mostra da dichiarare di voler proseguire tale esperienza (tramite una visita ad un'altra mostra), senza poi farlo effettivamente.

Il dato relativo al giudizio degli utenti sulla **qualità della mostra** (in termini sia qualitativi che organizzativi) conferma tale intuizione: per la quasi totalità di essi (97%), la mostra si è rivelata all'altezza delle aspettative.

Ma tale apparente entusiasmo potrebbe essere ricollegato anche al capitale sociale istantaneo generato dalla partecipazione, che analizziamo nell'ultimo punto del comunicato.

7. Capitale sociale istantaneo generato dalla mostra

Agli utenti intervistati all'uscita dalla mostra di Caravaggio in San Francesco della Scarpa è stata sottoposta la domanda: "*Per il solo fatto che una persona (che non conosci) è a*

questa mostra oggi, merita la tua fiducia di più rispetto ad una persona che non conosci e che non parteciperà a questa mostra?".

Tramite tale quesito, si è cercato di ricavare informazioni utili per l'analisi del rapporto che intercorre tra capitale sociale e senso di appartenenza ad un gruppo di "spiriti affini".

Il 36% dei fruitori della mostra (più di 1 utente su 3), rispondendo affermativamente alla domanda precedente, ha dimostrato di credere che sia possibile la creazione di **capitale sociale** in base alla partecipazione a questo tipo di manifestazione. Tale fiducia istantanea è fondamentale, nel caso particolare, per il successo e la crescita di manifestazioni di questo tipo e, più in generale, per la rinascita di un territorio e di un tessuto sociale che, come tutti quelli situati nel sud Italia, è normalmente a basso tasso di creazione di capitale sociale. Anche grazie a questo tipo di eventi, che uniscono gli animi e amalgamano le diverse sfere della società ospitante, si può contribuire ad innescare un circolo virtuoso in termini di capitale sociale. Non è un caso che il tasso di creazione di capitale sociale che è emerso intervistando gli utenti della mostra di Caravaggio a Lecce sia molto simile a quello riscontrato, per tre anni consecutivi, nei tre giorni della Festa della Fòcara di Novoli (Gennaio 2007, 2008 e 2009) ed in quello che abbiamo riscontrato facendo la stessa domanda nelle diverse serate di quattro consecutive edizioni del Festival della Notte della Taranta (2007, 2008, 2009 e 2010). Tre eventi che si differenziano in (quasi) tutto: tipologia di audience, motivazioni della stessa, periodo dell'anno in cui l'evento si svolge, tipo di prodotto culturale offerto. Ma simili nella capacità di creare capitale sociale nel territorio che li ospita: il Salento.

E' anche per questo motivo che come "Associazione Cultura è Trasparenza", in collaborazione con la Provincia di Lecce, intendiamo proseguire l'analisi dell'impatto economico e sociologico dei principali eventi culturali che hanno luogo nel Salento in diversi periodi dell'anno solare, alla ricerca di un denominatore comune, in termini di capacità di generare capitale sociale, tra gli stessi. Attraverso l'individuazione delle differenti fonti di generazione del capitale sociale tramite la realizzazione di eventi culturali nel Salento capaci di attrazione turistica, speriamo di riuscire ad individuare degli ulteriori fattori di crescita di tale territorio, che solitamente sfuggono ai meri calcoli economici.