

Matera 2019, risultati indagine percezione Capitale Europea Cultura

Autore : Redazione

Data : 19 Febbraio 2020



Il monitoraggio si articola in cinque capitoli

Riceviamo e pubblichiamo.

Sono stati presentati oggi, 19 febbraio, a Matera, nella sala conferenze della Camera di commercio della Basilicata, i risultati di una indagine condotta da Datacontact e voluta dalla Fondazione Matera Basilicata 2019 per comprendere *'Il vissuto del 2019 e l'eredità della Capitale europea della cultura'*. L'incontro è stato condotto dalla giornalista della redazione cultura del TG3, Luciana Parisi.

Il monitoraggio si articola in cinque capitoli:

Domande introduttive, *target* residenti, eventi e Passaporto Matera 2019, *target* residenti e turisti, soddisfazione programma e *location*, *target* residenti e turisti, aspettative per il futuro, *target* residenti, vissuto e opinioni dei turisti, *target* turisti.

A presentare i risultati è stata Rossella Tosto, vicepresidente di Datacontact. Due le modalità di interviste, effettuate dal 14 dicembre 2019 al 9 gennaio 2020: una modalità *face to face* con interviste ai residenti e turisti in visita a Matera e l'altra con domande effettuate alle persone iscritte alla *newsletter* di Matera 2019. Sono state 4609 le interviste effettuate così distribuite: 2866 a residenti, 1700 *face to face* e 1166 interviste *online*; 1743 a turisti, 845 *face to face* e 898 *online*.

Secondo l'indagine *'Rispetto a come era Matera prima della candidatura a Capitale europea della cultura'* il 96,8 per cento ha risposto che oggi è più famosa e il 92,8 per cento più internazionale. Ma per l'80 per cento degli intervistati è anche più caotica.

Tanti i cittadini che, dopo l'esperienza di Matera 2019 si sentono cambiati. L'84,8 per cento ha affermato di essere orgoglioso per il percorso che la città ha compiuto, il 66,8 per cento ha detto di

essere disponibile ad impegnarsi per rendere la città migliore anche facendo volontariato e quasi il 62 per cento ha espresso la volontà di mettersi in gioco in prima persona rispetto a progetti culturali. Mentre l'82,5 per cento ha risposto che è più aperto nei confronti di chi è diverso e di chi ha capacità diverse.

Un dato molto importante riguarda una delle principali sfide di Matera 2019, quello dell'allargamento del pubblico e di portare la cultura nelle mani di tutti.

Secondo l'83,5 per cento degli intervistati agli eventi di Matera 2019 ha partecipato un tipo di pubblico che in precedenza non frequentava questo genere di iniziative come teatro, danza e opera.

In particolare, rispetto a prima del 2019, circa un intervistato su due ha affermato di aver partecipato alle mostre più di prima, mentre una persona su tre è andata a teatro più di prima.

Quasi il 70 per cento degli intervistati ha affermato che grazie al Passaporto per Matera 2019 è stato stimolato a partecipare a un maggior numero di eventi rispetto a quello che avrebbe fatto senza Passaporto.

E sempre secondo il 70 per cento degli intervistati il Passaporto ha facilitato l'allargamento del numero degli spettatori agli eventi culturali in generale.

Positivi anche i commenti relativi al programma culturale. Infatti, il 70,4 per cento degli intervistati ha affermato di essere soddisfatto della manifestazione Matera 2019 esprimendo gradimento soprattutto per la varietà e la ricchezza del programma, 66,3 per cento, per l'originalità dei contenuti prodotti, 63,8 per cento, e per i contenitori culturali, 72 per cento.

Non mancano le criticità emerse e segnalate dai cittadini come il sistema di prenotazione agli eventi, 53,1 per cento, il sistema dei parcheggi, 47,9 per cento, la gestione dei flussi turistici, 35,8 per cento, e la richiesta di spazi di dimensione maggiore, 28,7 per cento.

In ogni caso, secondo il 75,2 per cento degli intervistati Matera ha saputo sfruttare al meglio questa opportunità per promuovere e valorizzare la sua immagine.

Particolarmente interessanti, infine, i dati relativi alle opinioni dei turisti sulla città e alle aspettative per il futuro dei cittadini materani.

Solo l'8 per cento dei turisti intervistati ha detto che la visita alla città di Matera è stata al di sotto delle aspettative, mentre per il 36 per cento è stata superiore alle aspettative e il 55,8 per cento in linea con le aspettative.

La maggior parte dei turisti intervistati ha saputo di Matera Capitale europea della cultura dai media tradizionali, TV e stampa, 59 per cento, e molto ha inciso nella scelta di visita il titolo di Capitale europea della cultura, 68,1 per cento.

Infine, ma altrettanto importante, è il sentimento che Matera 2019 ha seminato fra i cittadini. "L'anno di Matera 2019 che sensazione le lascia?". In prevalenza felicità perché è stato un anno eccezionale, 36,8 per cento, tristezza perché è già finito e vorrei che continuasse, 31,7 per cento.

Interventi:

Michele Somma, Presidente della Camera di Commercio della Basilicata:

L'ordinario per Matera non basta più. La città ha dimostrato di saperci fare. Ormai non si può

tornare indietro, e tutti noi abbiamo una responsabilità sul futuro.

Carmelo Petraglia, professore associato di economia politica dell'Università degli Studi della Basilicata:

Dall'indagine risulta una percezione positiva dell'evento, ma emergono anche delle forti aspettative sul post 2019. Esistono diversi segnali di incremento della domanda di fruizione di servizi culturali da parte dei residenti. Questo chiama in causa le politiche, che devono contribuire a rafforzare strutturalmente l'offerta di servizi culturali e su questi basare l'idea di sviluppo che sia inclusiva e che riesca a creare in loco altre professionalità connesse all'attività culturale.

Rossella Tarantino, manager sviluppo e relazioni della Fondazione Matera Basilicata 2019:

I dati sono positivi in generale e in particolare su alcuni aspetti che possono essere forieri per gli anni a venire, come la percezione di come il Passaporto per Matera 2019 abbia accresciuto l'accesso alla cultura di chi generalmente non la frequenta.

Questo è un riconoscimento di come si è cercato di lavorare sull'abbattimento delle disuguaglianze nell'accesso alla cultura, che è un indicatore importante per le Capitali europee della cultura ma anche un criterio di selezione per il titolo di Capitale italiana della cultura.

Interessante è anche l'aspettativa su quello che si vuole si lasci per il futuro, ovvero che Matera si attesti come luogo in cui fare cultura, anche da un punto di vista economico.

Questo in estrema analogia con il Piano per il Sud, in cui tra l'altro, si riconosce a Matera questo tipo di ruolo, come esempio per le città non solo del Sud ma di tutta Italia.

Valentina Montalto, analista di politiche pubbliche per Joint Research centre della Commissione Europea, in collegamento da Parigi, si è soffermata su tre aspetti fondamentali per le nuove strategie di politiche culturali europee, a cominciare dalla partecipazione dei cittadini:

Da questo monitoraggio emerge chiaramente la capacità del progetto di coinvolgere i cittadini in piena coerenza con le nuove strategie europee che mettono al primo posto proprio la co-creazione. Un altro aspetto centrale è il tema del cultural divide e dalla ricerca emerge che a Matera c'è stato un grande allargamento di pubblico. Caratteristica importante è infine la "fame" di cultura, a cui le prossime politiche nazionali ed europee dovranno dare una risposta.

Salvatore Adduce, Presidente Fondazione Matera Basilicata 2019:

I risultati emersi dall'indagine sono estremamente utili poiché ci danno sia indicazioni per apportare delle correzioni in corso d'opera, ma fungono anche da sprone rispetto al lavoro intrapreso, a partire dalle cose più interessanti evidenziate da cittadini e turisti. La vera sfida inizia oggi.