

Notte della Taranta, boom di turisti nel Salento

MELPIGNANO – La Notte della Taranta, il concertone che si tiene ogni anno a fine agosto a Melpignano, non è soltanto un grande evento culturale, sociale e musicale, ma anche economico. Lo dicono i numeri. Come riportato da “Il Sole 24 ore”, il presidente di Federalberghi Lecce Raffaele De Santis ha evidenziato che si registra il tutto esaurito nelle strutture alberghiere del Salento nella settimana del Concertone de La Notte della Taranta. Secondo i dati forniti da Federalberghi Puglia, infatti, dal 19 al 25 agosto c'è un aumento di prenotazioni nelle strutture ricettive salentine. “Questo dato – spiega Raffaele De Santis presidente di Federalberghi Lecce – è parzialmente in controtendenza rispetto alla lieve flessione di richiesta turistica che si è registrata quest'anno nel periodo estivo. Non solo pienone dunque nella settimana clou dell'evento di Melpignano, ma anche un nuovo dato che riguarda i turisti stranieri. Oltre alle consuete presenze dall'Europa e in particolare da Francia e Germania, nel 2019 aumentano le presenze da America, Australia e Cina”.

Il dato complessivo conferma quanto già evidenziato dal rapporto realizzato da Ciset (Centro internazionale di studi sull'economia turistica) insieme a Confcommercio Italia e Agis: “Gli effetti della Notte della Taranta sulla ricettività sono quindi percepiti soprattutto nell'appuntamento del concertone finale, che è segnalato da quasi la metà degli operatori del Salento come ragione di aumento delle prenotazioni”.

Dallo stesso rapporto emerge che in ciascuna edizione, a partire da una spesa diretta dei visitatori sul territorio

pari a 16,8 milioni di euro (di cui 13 milioni nei servizi), si generano 6 milioni di valore aggiunto nel territorio. A fronte di un budget di circa 1,2 milioni di euro speso nell'organizzazione di ciascuna edizione, ogni euro investito nell'evento produce 14 euro di spesa dei visitatori per 5 euro di valore aggiunto.

Spesa degli spettatori in loco: 16,8 milioni di euro (totale), 13,4 milioni per servizi, 3,4 milioni per beni. Valore aggiunto prodotto dalla spesa degli spettatori in loco: 6,3 milioni di euro totale, 5,8 milioni per servizi, 540mila per beni.

Dati che confermano il successo di un evento che contribuisce ogni anno a far decollare il turismo nel territorio salentino.