

XXIV CONFERENZA ITALIANA DI SCIENZE REGIONALI

SPECIFICITA' E PROSPETTIVE DEL SISTEMA TURISTICO SICILIANO

Vito GENNA

Università degli Studi di Palermo, piazza Marina 61, 90100, Palermo

SOMMARIO

Pur in possesso di un patrimonio naturale, culturale, storico, artistico con pochi eguali nel panorama mondiale, le enormi potenzialità turistiche della Sicilia non sono ancora adeguatamente valorizzate e concretizzate in strategie ed azioni tali da avviare un concreto processo di sviluppo economico regionale in chiave turistica. La qualità dei servizi pubblici, l'adeguatezza del sistema di trasporti, l'efficienza del sistema di telecomunicazioni sono tutti fattori che contribuiscono a determinare la concorrenzialità dell'offerta turistica, nella quale ha un peso crescente la gestione complessiva dell'ambiente naturale, nonché del patrimonio archeologico, storico ed artistico. Questi fattori rappresentano per la Sicilia dei freni alla competitività che vanno urgentemente rimossi. Occorrono certamente strategie mirate alla programmazione, all'efficacia ed all'efficienza dell'attuazione e della gestione, in modo da favorire lo sviluppo sostenibile dell'intero territorio, perseguito attraverso l'offerta integrata di prodotti e servizi diversificati e di qualità, al fine di provocare un impatto sulle condizioni di sviluppo territoriale e occupazionale.

1. INTRODUZIONE

Negli ultimi anni si è assistito ad una considerevole crescita di importanza socio-economica del settore turistico, tanto da poter affermare che il turismo costituisce l'attività con il maggior grado di intersectorialità e rappresenta perciò uno dei principali motori per lo sviluppo dell'intera economia di molte aree, visto il carattere di trasversalità di tale comparto e la sua capacità di attivazione di altri comparti industriali.

La Sicilia è oggi una delle regioni con il più alto potenziale turistico inespresso. Le risorse naturalistiche e culturali rappresentano di per sé un vantaggio competitivo per tutto il territorio regionale, che attende solo di poter esprimere concretamente tutta la sua forza di attrazione. Tuttavia la disponibilità pura e semplice di beni naturali e culturali non costituisce un prodotto turistico a valenza economica. La connessione tra risorse turistiche e redditività deriva in modo esclusivo dalle modalità di trasformazione delle risorse disponibili. In proposito si evidenzia come la qualità dei servizi pubblici, l'adeguatezza della rete stradale ed autostradale, l'efficienza del sistema delle telecomunicazioni divengono fattori capaci di definire la concorrenzialità dell'offerta turistica, nella quale ha peso sempre crescente la gestione complessiva dell'ambiente naturale, di quello archeologico, storico ed artistico.

Il turismo siciliano è stato caratterizzato, negli ultimi anni, da un trend positivo di crescita dei flussi turistici, cosicché non mancano i presupposti per indicare la Sicilia come la regione che potrà crescere di importanza nel futuro del turismo italiano.

Indubbiamente, i margini di miglioramento del settore turistico nell'Isola sono molto elevati; tuttavia, la forte capacità di attrazione motivata dal consistente patrimonio storico-culturale, artistico e ambientale non determina performance apprezzabili.

Considerato che i dati riguardanti il mercato turistico internazionale mostrano dei tassi di crescita apprezzabili, ma anche una crescente competitività tra le destinazioni, un'accelerazione della domanda verso la Sicilia può probabilmente derivare da una maggiore specializzazione dell'offerta in funzione di specifici target.

Da questo punto di vista, la conoscenza delle preferenze dei visitatori e dei loro criteri di scelta, insieme con l'individuazione dei segmenti di domanda effettivi e potenziali dell'Isola, appaiono elementi primari e indispensabili per la realizzazione di azioni mirate ed efficaci.

Il trend positivo fatto registrare negli ultimi anni, infatti, non deve affatto costituire un motivo di "rendita", quanto piuttosto essere considerato uno stimolo ad adeguare ed innovare l'offerta turistica, rendendola sempre più corrispondente alle esigenze dei visitatori.

Le attuali tendenze nel campo dell'offerta turistica sembrano suggerire che il mix tra natura e cultura costituisce la motivazione di visita attraverso la quale costruire le più efficaci campagne promozionali, dato che sembra essere questa l'immagine della Sicilia in grado di avere un maggiore impatto nella mente dei potenziali turisti.

Inoltre, appare chiaro che le azioni di marketing e comunicazione devono essere indirizzate ai segmenti tradizionali attirati dagli aspetti storici, culturali ed artistici dell'Isola, ma cercando

di scaglionare la domanda in modo da estenderla anche a periodi diversi da quello primaverile ed estivo, quando si concentrano i flussi turistici.

Un altro obiettivo da perseguire può essere la segmentazione della domanda in funzione delle specifiche mete turistiche proposte, magari proponendo itinerari turistici tematici che si snodino attraverso luoghi di grande attrattività ma non ancora noti al grande pubblico, luoghi che in Sicilia non mancano di certo.

Indubbiamente, il successo delle azioni su tali mercati è imprescindibile da interventi strutturali sull'offerta, troppo spesso caratterizzata da carenze e disfunzioni varie.

L'obiettivo del seguente lavoro è quello di esaminare lo scenario attuale del comparto turistico regionale siciliano, in modo da estrapolare le principali cause del marginale sviluppo turistico e quindi individuare le linee strategiche da seguire per un rilancio del settore nell'isola.

Nella trattazione, per una più agevole comprensione del fenomeno in questione, si farà anzitutto riferimento alla domanda turistica, considerando la serie temporale dal 1992 al 2001. Tale analisi mira in primo luogo ad evidenziare il trend fatto registrare dal turismo siciliano, per poi analizzare la posizione nell'ambito del paradigma nazionale.

Dopo aver considerato gli aspetti quantitativi del fenomeno, sarà svolta un'analisi qualitativa attraverso l'esposizione di un'indagine sull'immagine della Sicilia nel mondo, con l'obiettivo di individuare le caratteristiche principali percepite dal cliente-turista potenziale; in tal modo sarà possibile estrapolare i punti di forza e di debolezza che caratterizzano il sistema di offerta turistica regionale.

Se si vuol fare in modo che la Sicilia accolga adeguati flussi turistici, occorrono indubbiamente adeguati interventi che coinvolgono tanto la sfera pubblica quanto quella privata. In quest'ottica, la parte finale di questo lavoro è destinata alla promozione del "prodotto turistico Sicilia", considerando le linee strategiche individuate a livello pubblico per consentire un rilancio ed un consolidamento del settore nell'ambito dell'economia siciliana.

2. LA DOMANDA TURISTICA IN SICILIA

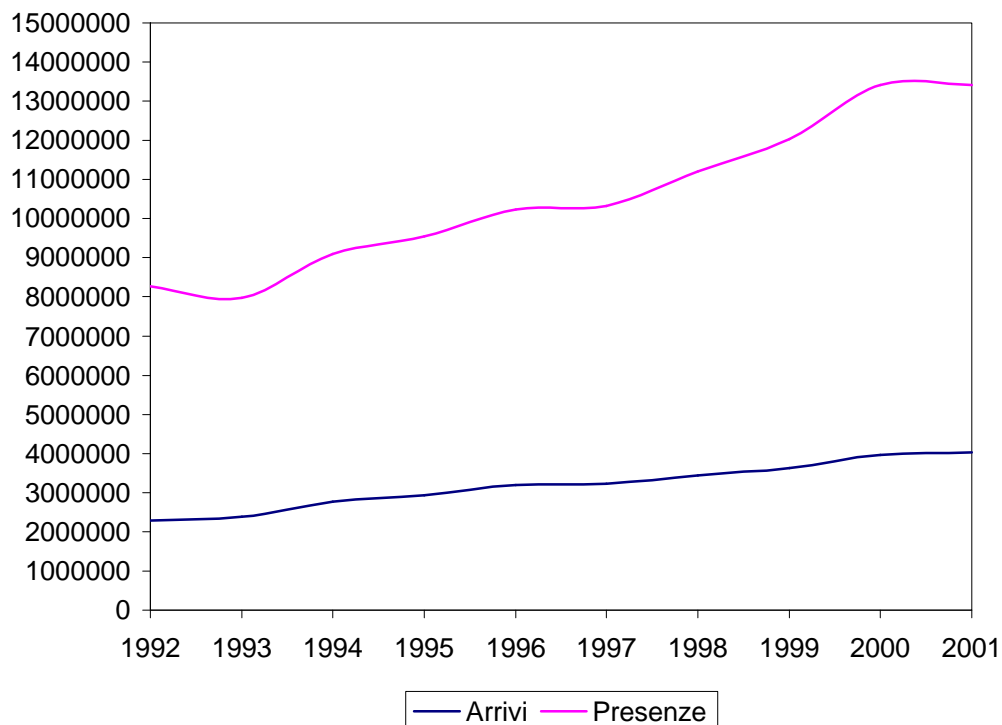
L'analisi del trend evolutivo della domanda turistica in Sicilia viene effettuata prendendo in considerazione l'andamento dei flussi turistici nel decennio compreso tra il 1992 e il 2001; sono evidenziati sia gli *arrivi*, ossia il numero di turisti che giunti alla destinazione prescelta chiedono alloggio ad un esercizio ricettivo, sia le *presenze*, che si riferiscono a ciascuna notte trascorsa dal turista nella struttura ricettiva prescelta, entrambi distinti poi secondo la provenienza dei turisti nelle due componenti italiana e straniera (tab. 1, graf.1). Successivamente arrivi e presenze sono stati disaggregati per tipologia di struttura ricettiva distinguendo tra settore alberghiero ed extralberghiero (villaggi turistici, campeggi, agriturismo, ecc.) (tab. 2-3).

Tabella I: Flusso storico del movimento turistico complessivo in Sicilia

Anni	Italiani		Stranieri		Totale	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
1992	1.683.309	5.822.704	606.396	2.441.616	2.289.705	8.264.320
1993	1.768.268	5.607.055	620.972	2.372.733	2.389.240	7.979.788
1994	1.874.066	5.885.383	889.364	3.219.752	2.763.430	9.105.135
1995	1.900.400	5.911.291	1.029.459	3.637.553	2.929.859	9.548.844
1996	2.072.725	6.319.429	1.128.366	3.908.938	3.201.091	10.228.367
1997	2.053.040	6.374.608	1.180.199	3.955.276	3.233.239	10.329.884
1998	2.207.816	7.159.088	1.228.197	4.045.378	3.436.013	11.204.466
1999	2.292.146	7.452.384	1.335.440	4.558.773	3.627.586	12.041.157
2000	2.453.319	8.214.924	1.510.680	5.199.692	3.963.999	13.414.616
2001	2.467.737	8.242.235	1.557.409	5.392.222	4.025.146	13.416.457

Elaborazioni su dati dell'Osservatorio turistico – Assessorato al turismo della Regione siciliana

Grafico I Andamento degli arrivi e delle presenze totali nel complesso delle strutture ricettive. Periodo:1992-2001



Elaborazioni su dati dell'Osservatorio turistico – Assessorato al turismo della Regione siciliana

Tabella II: Flusso storico del movimento alberghiero in Sicilia

Anni	Italiani		Stranieri		Totali	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
1992	1.055.440	4.789.424	558.705	2.208.155	2.109.145	6.997.579
1993	1.619.559	4.578.687	571.666	2.068.426	2.191.225	6.647.083
1994	1.729.633	4.867.956	836.686	2.912.475	2.566.319	7.780.431
1995	1.733.361	4.800.015	971.718	3.339.980	2.705.079	8.139.995
1996	1.891.490	5.238.820	1.065.651	3.606.911	2.957.141	8.845.731
1997	1.882.545	5.405.344	1.111.961	3.648.303	2.994.506	9.053.647
1998	2.025.289	6.113.926	1.153.595	3.689.583	3.178.884	9.803.509
1999	2.090.805	6.031.944	1.244.150	4.132.786	3.334.955	10.451.730
2000	2.227.766	6.924.520	1.414.589	4.695.594	3.642.355	11.620.114
2001	2.227.395	6.838.259	1.449.349	4.857.865	3.676.744	11.696.124

Elaborazioni su dati dell'Osservatorio turistico – Assessorato al turismo della Regione siciliana

Tabella III: Flusso storico del movimento extralberghiero in Sicilia

Anni	Italiani		Stranieri		Totali	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
1992	132.869	1.033.280	47.691	233.461	180.560	1.266.741
1993	148.709	1.028.398	49.306	304.307	198.015	1.332.705
1994	144.433	1.017.427	52.678	307.277	197.111	1.324.704
1995	167.039	1.111.276	57.741	297.573	224.780	1.408.849
1996	181.235	1.080.609	62.715	302.027	243.950	1.382.636
1997	170.495	969.264	68.238	306.973	238.733	1.276.237
1998	182.527	1.045.162	74.602	355.795	257.129	1.400.957
1999	201.341	1.133.440	91.290	455.987	292.631	1.589.427
2000	225.553	1.290.404	96.091	504.098	321.644	1.794.502
2001	240.342	1.185.976	108.060	534.375	348.402	1.720.351

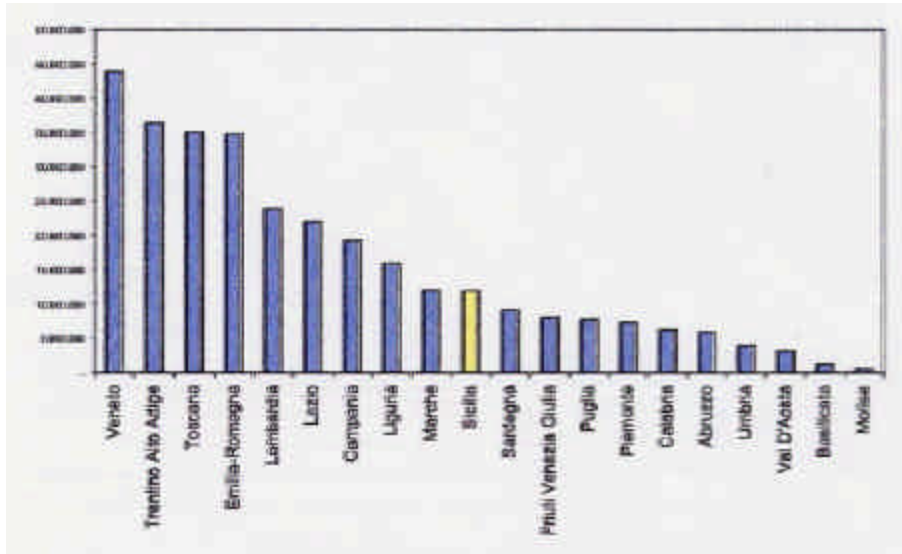
Elaborazioni su dati dell'Osservatorio turistico – Assessorato al turismo della Regione siciliana

I dati statistici confermano sostanzialmente che la Sicilia ha attivato, nell'ultimo decennio, un buon andamento dei flussi turistici. E' importante notare l'incidenza sul buon andamento del flusso turistico globale, del movimento degli stranieri, che è stato sensibilmente superiore a quello attivato dai turisti italiani. Tale risultato però deve essere accettato con moderato ottimismo visto che comunque la Sicilia mostra una presenza turistica straniera inferiore al dato nazionale (37% degli arrivi e 39% delle presenze a fronte del 43% degli arrivi del 42% delle presenze del resto d'Italia). Questo dato mette in evidenza come la Sicilia, attragga flussi turistici di stranieri numericamente inferiori rispetto alle sue potenzialità; ciononostante, il trend degli ultimi anni sembra piuttosto incoraggiante.

3. IL TURISMO SICILIANO NEL PARADIGMA NAZIONALE

I dati esposti nel paragrafo precedente, assumono maggiore rilevanza se posti a confronto con i dati relativi alle altre regioni d'Italia. La Sicilia è solo al decimo posto tra le regioni italiane relativamente alle presenze turistiche (grafico II).

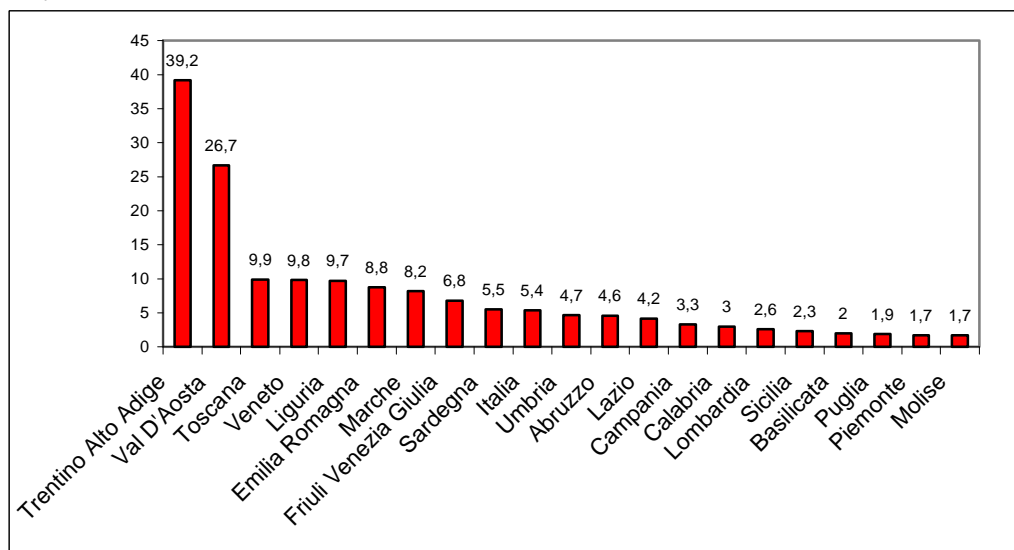
Grafico II : Il posizionamento per numero di presenze della regione Sicilia nel contesto nazionale.



Fonte: Elaborazioni su dati I Rapporto sul turismo in Sicilia, Mercury 2002

Confrontando le regioni italiane attraverso un *indice di turisticità territoriale*, la Sicilia si ritrova nelle ultime posizioni (grafico III).

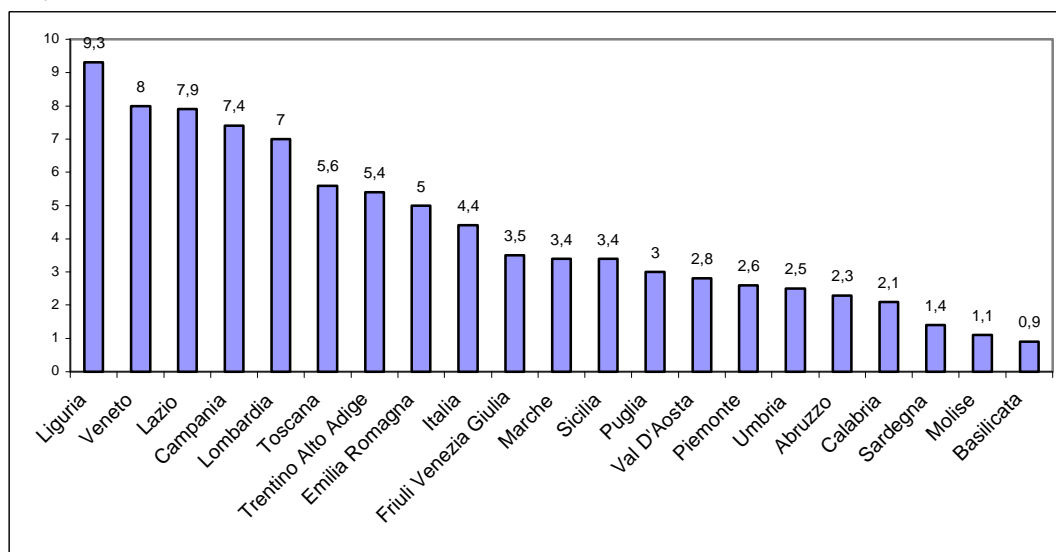
Grafico III: Posizionamento della Sicilia secondo un indice di turisticità territoriale



Fonte: Elaborazioni su dati I Rapporto sul turismo in Sicilia, Mercury 2002

Allo stesso tempo, *l'indice di sfruttamento territoriale* mostra la Sicilia come un territorio a basso impatto (3,6 contro i 4,5 della media italiana) collocandosi come undicesima regione italiana (grafico IV).

Grafico IV: Posizionamento della Sicilia secondo l'indice di sfruttamento territoriale



Fonte: Elaborazioni su dati I Rapporto sul turismo in Sicilia, Mercury 2002

Osservando questi indici appare evidente che il territorio siciliano, presentando una bassa densità turistica ed un basso indice di sfruttamento rispetto al dato nazionale, potrebbe essere capace, se sfruttato adeguatamente e secondo criteri di sostenibilità turistica, di accogliere ulteriori flussi turistici.

Per quanto riguarda la quota di mercato della domanda turistica in Sicilia nell'ambito del paradigma nazionale, essa risulta piuttosto modesta (4,5% degli arrivi e 3,5% delle presenze) e tende a rimanere stabile nel tempo.

Un'altro problema che caratterizza il turismo in Sicilia è la bassa permanenza media: il valore di 3,4 giorni si colloca al di sotto della media nazionale, che è di 4,1 giorni. La causa è probabilmente da ricercare nella carenza di qualità dell'offerta siciliana, poco diversificata, ed incapace di fornire validi motivi al turista per un prolungamento del periodo di soggiorno.

4. LA SICILIA NELL'IMMAGINARIO DEL TURISTA

Dopo aver analizzato gli aspetti quantitativi del fenomeno turistico in Sicilia, ci accingiamo adesso a svolgere un'analisi qualitativa attraverso l'esposizione di una indagine sull'immagine della Sicilia nel mondo, con l'obiettivo di individuare le caratteristiche principali percepite dal cliente-turista potenziale, in modo da estrapolare i punti di forza e di debolezza del sistema di offerta turistica regionale. La posizione strategica dell'Isola e quello straordinario e inimitabile mosaico di cultura, storia e natura che ne derivano, conferiscono

alla Sicilia una forte vocazione turistica, rendendola una meta ambita da turisti di tutto il mondo.

Tuttavia, le analisi condotte in questi anni hanno dimostrato che l'attrattività della Sicilia presso il turista, in social modo quello straniero, per quanto esistente, risulta comunque inferiore a quanto ci si possa ragionevolmente attendere.

Ne è un esempio un'indagine Doxa (1999) che, svolta in 14 paesi esteri, ha visto la Sicilia collocarsi tra le prime sei destinazioni che i turisti stranieri vorrebbero visitare in tempi brevi ; l'immagine prevalente dell'Isola è quella del “prodotto mare”, e solo in secondo piano passano l'arte, la cultura e le tradizioni. Appaiono allora quanto mai necessarie delle strategie regionali miranti alla promozione dell'immagine della Sicilia come isola dell'arte e della cultura, particolarmente dotata in campo archeologico. Dunque, l'immagine turistica è percepita dalla domanda potenziale essenzialmente come isola balneare, e da un punto di vista operativo l'isola balneare prevale nettamente sull'isola della cultura. Tutto ciò viene confermato dalle statistiche relative al movimento turistico complessivo registrato nell'isola.

5. PUNTI DI FORZA DEL “PRODOTTO TURISTICO SICILIA”

La Sicilia è oggi una delle regioni con il più alto potenziale turistico inespresso. Le risorse naturalistiche e culturali rappresentano di per se un vantaggio competitivo per tutto il territorio regionale, che attende solo di poter esprimere concretamente tutta la sua forza di attrazione. Tra i principali elementi che caratterizzano positivamente la Sicilia, e che quindi rappresentano dei punti di forza del prodotto turistico, ricordiamo:

- **Ambiente naturale**

La Sicilia deve riuscire a sfruttare l'immagine positiva di cui gode il proprio ambiente naturale trasformandolo in fattore distintivo ed originale della propria offerta turistica. Occorre sensibilizzare con azioni di marketing integrato gli operatori del settore sul fatto che la concentrazione, il dialogo, il confronto sono le uniche strategie vincenti per assicurare l'integrazione con il territorio e l'individuazione di un preciso target di riferimento capace di apprezzare il servizio offerto.

- **Accoglienza**

Un altro aspetto molto importante è quello della disponibilità dei residenti e del personale turistico. Esiste nell'isola un forte gusto dell'accoglienza che ha un'elevata valenza relazionale, anche se la qualità delle strutture alle quali gli stessi servizi si appoggiano, è talvolta obsoleta. In particolare questo aspetto dell'ospitalità è stato evidenziato nei confronti della popolazione locale, che rispetta il turista e fa di tutto per aiutarlo.

- **Arte, cultura, storia**

Il 38% dell'offerta culturale regionale risulta essere composto da beni archeologici (solo il Lazio, su scala nazionale, ha un'offerta superiore di siti archeologici). Siamo in presenza,

quindi, di un patrimonio ricco che deve essere tutelato e valorizzato con iniziative, eventi, manifestazioni, attività di promozione, informazione, facendo anche crescere la collaborazione tra pubblico e privato, con il comune impegno di migliorare l'accoglienza e l'ospitalità, per rendere più attrattive le località, per proteggere il patrimonio culturale ed ambientale, per puntare sulla destagionalizzazione e diffondere attraverso le nuove tecnologie informative l'immagine turistica dell'isola.

- **Clima**

In virtù della sua invidiabile posizione geografica, l'Isola gode di un clima eccezionale, caratterizzato d'estate dal caldo quasi tropicale nelle fasce costiere e nelle zone pianeggianti dell'interno e da temperature più fresche nelle zone collinari e montuose; gli inverni invece sono in tutta l'isola molto miti.

La stagionalità dei flussi turistici, in Sicilia, risente notevolmente del clima mite e temperato. Infatti, nel periodo di aprile-maggio e di settembre-ottobre si osserva un'incidenza più elevata che nel resto d'Italia, soprattutto per quanto riguarda gli stranieri.

- **Enogastronomia**

Una componente fondamentale del soggiorno turistico è quella dei prodotti tipici acquistabili nella località visitata. La gastronomia, quindi, risulta un elemento caratterizzante del territorio siciliano. Questo è un dato tutt'altro che riduttivo se si considera il peso crescente di questo aspetto fra le motivazioni che inducono al viaggio. Infatti, un numero sempre maggiore di turisti si muove per soddisfare la propria curiosità culinaria, sempre più considerata fase essenziale per una profonda interazione con le culture locali. Anche la tendenza in atto che vede crescere la passione per i prodotti enologici, secondo alcuni configurabile come moda, costituisce un'enorme potenzialità per quelle aree che sapranno adattare la propria offerta alle esigenze del nuovo consumatore-turista e saranno in grado di implementare efficaci strategie promozionali.

6. Punti di debolezza del “prodotto turistico Sicilia”

La disponibilità pura e semplice di beni naturali e culturali non costituisce un prodotto turistico a valenza economica. La connessione tra risorse turistiche e redditività deriva in elusivo dalle modalità di trasformazione delle risorse disponibili. In proposito si evidenzia come la qualità dei servizi pubblici, l'adeguatezza della rete stradale ed autostradale, l'efficienza delle telecomunicazioni divengono fattori capaci di definire la concorrenzialità dell'offerta turistica, nella quale hanno peso crescente la gestione complessiva dell'ambiente naturale, di quello archeologico, storico, artistico, ecc. In altri termini, sono le attrezzature sussidiarie a rendere particolarmente attraente per il turista la località. Da questo punto di vista la Sicilia risulta deficitaria sotto vari aspetti, come esamineremo brevemente di seguito.

- **Carenza strutturale del sistema dell'offerta**

L'industria turistica di un territorio è composta dall'insieme delle attività che producono beni e servizi in grado di soddisfare i bisogni del turista.

La qualità del sistema dipende dalla qualità delle varie componenti, dal modo in cui sono fra loro interrelate e, anche, dalla qualità di tutto ciò che non è turismo ma che determina l'ambiente nel quale il turismo vive. Sotto questo aspetto la Sicilia è carente, sia qualitativamente che quantitativamente. Dal *punto di vista qualitativo* si nota subito la situazione di arretratezza di alcune strutture e, quindi, la loro difficile commercializzazione. Si nota, ad esempio, che nel campo della recettività vi sono alcune punte di eccellenza ma che la ricettività di medio e più basso livello dei prezzi presenta non pochi problemi di qualità.

Per poter realizzare un rilancio turistico dell'isola il fattore principale è la preparazione e la formazione degli operatori impegnati nel settore, in quanto devono essere preparati e qualificati sia nella progettazione che nella gestione delle ricchezze storico-culturali di cui la Sicilia dispone al fine di sviluppare un'offerta turistica di successo. E' indispensabile, cioè, formare figure professionali specializzate nella gestione e promozione del prodotto turistico, in grado di lavorare in rete, preparati nel settore dell'informatica, nella conoscenza delle lingue straniere ed esperti in marketing territoriale.

Dal *punto di vista quantitativo*, invece si nota che in Sicilia vi sono circa mille società ricettive (619 imprese alberghiere e 385 complementari) le quali offrono circa 120 mila posti-letto.

Tabella IV: Distribuzione fra le Regioni degli esercizi alberghieri e dei posti-letto

ESERCIZI		POSTI LETTO	
REGIONI	DISTRIBUZIONE	REGIONI	DISTRIBUZIONE
E. Romagna	15,5	E. Romagna	14,5
Bolzano	13,4	Bolzano	10,1
Veneto	9,5	Veneto	8,6
Toscana	8,6	Toscana	8,3
Lombardia	8,6	Lombardia	8,2
Liguria	5,9	Liguria	6,5
Lazio	5,2	Lazio	5,2
Trento	5,1	Trento	5,0
Piemonte	4,5	Piemonte	4,6
Campania	4,2	Campania	4,1
Marche	3,1	Marche	3,8
Sicilia	2,5	Sicilia	3,7

F.V.Giulia	2,1	F.V.Giulia	3,3
Abruzzo	2,3	Abruzzo	3,3
Sardegna	1,9	Sardegna	2,8
Calabria	1,9	Calabria	2,6
Puglia	1,9	Puglia	2,0
Umbria	1,4	Umbria	1,3
Valle D'Aosta	1,4	Valle D'Aosta	1,3
Basilicata	0,7	Basilicata	0,5
Molise	0,3	Molise	0,3
Totale	100,00	Totale	100,00

Fonte: Elaborazioni su dati I Rapporto sul turismo in Sicilia, Mercury 2002

Si tratta di dati poco soddisfacenti specialmente se inseriti nell'ambito del paradigma nazionale; come si vede dalla tabella 1, la Sicilia possiede soltanto il 2,5% del totale degli esercizi ricettivi nazionali ed il 4,1% dei posti-letto (la maggiore percentuale dei posti-letto posseduta è dovuta alla elevata dimensione media degli esercizi ricettivi).

Questi dati si riferiscono al numero di imprese registrate nelle Camere di commercio e tendono ad essere, pertanto, un indicatore dell'imprenditorialità di una località. Se, infatti, si osserva l'incidenza del numero delle imprese ricettive addizionate ai ristoranti e alle agenzie di viaggio sulla quantità complessiva delle società registrate (*indice di imprenditorialità turistica*), si comprende quanto in quella destinazione vi sia una classe imprenditoriale capace di "scommettere" sul comparto turistico. Si evince, pertanto, come in Sicilia su cento imprese soltanto 1,4 sono legate all'attività turistica, 0,3 a quella ricettiva e 0,2 a quella alberghiera. Un confronto tra la realtà imprenditoriale siciliana e i medesimi indici riferiti al nostro Paese ed al Mezzogiorno d'Italia ci permette di verificare come la propensione ad investire nel turismo sia in Sicilia mediamente più bassa.

Tabella V: Indici imprenditorialità

	Imprenditorialità turistica	Imprenditorialità ricettiva	Imprenditorialità alberghiera
Sicilia	1,4	0,3	0,2
Italia	2,2	0,7	0,5
Mezzogiorno	1,8	0,4	0,3

Fonte: Elaborazioni su dati I Rapporto sul turismo in Sicilia, Mercury 2002

In Sicilia, quindi, si investe con difficoltà nel turismo, sia per una naturale avversione al rischio d'impresa insita nella cultura locale, sia per le ataviche lentezze burocratiche che finiscono con l'avere un effetto deterrente. Questo secondo problema ostacola anche l'accesso ai fondi europei comunitari di Agenda 2000, elemento fondamentale ai fini di un concreto sviluppo del sistema. A questo fine occorre presentare progetti concreti, capaci di coinvolgere in modo sistemico il maggior numero possibile di attori.

- **Inefficienza del sistema dei trasporti**

I trasporti rivestono una notevole importanza nel settore turistico sia in riferimento al raggiungimento della destinazione da parte del turista che relativamente agli spostamenti che questo effettuerà il loco. Sulla base ai dati dell' istituto Tagliacarne (2001), la Sicilia presenta un livello di infrastrutture inferiore alla media italiana, e ciò finisce per costituire un notevole handicap di competitività.

- **Scarso considerazione dell'ambiente**

La percezione della qualità di un territorio da parte del turista è condizionata da innumerevoli fattori. I fattori che determinano la soddisfazione del turista sono molteplici, e comprendono trasporti, servizi accessori, ma anche igiene, ordine ed arredo urbano. Anche coerenza della struttura ricettiva con l'habitat di riferimento costituisce una delle dimensioni base della qualità. Ogni modello di ospitalità dovrebbe, almeno in parte, considerare la cultura del luogo, esprimendo, con modalità proprie, alcune peculiarità e caratteristiche. Dunque per il settore produttivo, ed in particolare per il turismo, la qualità ambientale deve considerarsi come fattore competitivo e non come un fattore di costo aggiuntivo, in un'ottica di ricerca e rispetto di criteri di sostenibilità.

I fattori determinanti per garantire sostenibilità e competitività possono essere individuati nella collaborazione tra pubblico e privato, nella diversificazione e nel miglioramento qualitativo del prodotto, nella maggiore attenzione all'ambiente e in un più rigoroso management ambientale dell' industria turistica.

- **Inefficienza della pubblica amministrazione**

Un ulteriore punto di debolezza è rappresentato dall'inefficienza della pubblica amministrazione, riconducibile in buona parte ad una cattiva distribuzione delle competenze fra i vari organismi preposti alla gestione del settore turistico. L'Assessorato Regionale, adempiendo alle funzioni di indirizzo, coordinamento ed attuazione della politica regionale della materia turistica, rappresenta il vertice di un sistema caratterizzato dalla ripartizione delle competenze in materia: gli altri organi territoriali, preposti all'organizzazione turistica in Sicilia, sono rappresentati dalle province, dai comuni e dagli enti che svolgono attività turistica, con funzioni riconducibili in linea di massima all'obiettivo di incrementare il movimento turistico e di provvedere al miglioramento ed allo sviluppo turistico della località di riferimento. In realtà, lo scenario regionale presenta una situazione precaria e controproducente, per cui da ogni parte si auspica che al più presto si realizzi una riforma

complessiva del sistema che sostituisca alla vecchia rete un nuovo complesso di organismi che meglio possa rispondere alle esigenze di promozione dell'intero territorio regionale.

7. POLITICHE E STRATEGIE REGIONALI SUL TURISMO

Appare chiara la necessità di garantire le condizioni legislative, strutturali ed infrastrutturali indispensabili per uno sviluppo concreto e sostenibile del settore turistico, in modo da assicurare crescita economica ma anche sociale e culturale.

In quest'ottica si collocano le strategie ed azioni previste nel Programma Operativo Regionale (P.O.R.) Sicilia 2000/2006, relativamente al sistema produttivo turistico, con particolare riferimento agli assi 2 e 4, riguardanti le risorse culturali e i sistemi locali di sviluppo. Ci si prefigge di offrire un turismo capace di durare nel tempo facendo coincidere le aspettative dei residenti con quelle dei turisti, conservando il patrimonio ambientale e culturale.

La rilevanza del settore turistico è evidenziata dal peso delle risorse che gli sono state riservate, infatti il 16% dei fondi dell'asse 4 sono funzionali alla realizzazione dei seguenti obiettivi specifici:

- accrescere e qualificare le presenze turistiche in Sicilia con azioni di marketing dei sistemi turistici e di rafforzamento degli strumenti di pianificazione territoriale;
- accrescere l'articolazione, l'efficienza e la compatibilità ambientale delle imprese turistiche attraverso la promozione di innovazioni di prodotto, di processo ed organizzativa, oltre che ad agire sulla disponibilità e sulla accessibilità delle infrastrutture, quali rete di approdo, servizi, tecnologie e informazione del territorio;
- accrescere l'integrazione produttiva del sistema del turismo in un'ottica di filiera;
- favorire la crescita di nuove realtà produttive locali intorno alla valorizzazione innovativa di risorse e prodotti turistici tradizionali ed il recupero di identità e culture locali;
- favorire la differenziazione e la destagionalizzazione di prodotti turistici maturi in aree già sviluppate.

In particolare, il Programma regionale prevede di integrare azioni di recupero e valorizzazione ambientale con la fruizione di itinerari tematici o territoriali e interventi trasversali sulle attività di formazione specializzata di medio e alto livello per una gestione innovativa anche dei musei e delle aree archeologiche.

L'amministrazione regionale si è proposta la realizzazione di un sistema organico di valorizzazione e sfruttamento delle risorse culturali, strutturato in reti, circuiti e itinerari (tematici o integrati). Il fine principale è qualificare l'offerta, diversificandola sul mercato della fruizione turistica e culturale. Per tale finalità la Regione ha predisposto tre misure tematiche attuative, sostenute dal fondo FESR: *promozione turistica*, finalizzata a garantire al sistema turistico regionale strumenti di marketing quali campagne promo-pubblicitarie,

partecipazione a borse e fiere turistiche, organizzazione di una borsa internazionale turistica in Sicilia; *potenziamento e riqualificazione dell'offerta turistica*, per prolungare la stagione turistica diversificando le azioni programmate in funzione del loro contesto insediativi; *infrastrutture turistiche di interesse regionale*, con l'obiettivo di concorrere al prolungamento della stagione turistica e al miglioramento della competitività del sistema turistico regionale.

7.1 Il ruolo del turismo culturale

È fuor di dubbio che il turismo culturale presenta molte potenzialità di sviluppo nel medio-lungo termine, soprattutto se sostenuto da programmi educativi sulla fruizione del patrimonio storico e artistico, nonché da politiche di gestione dei flussi e di sostenibilità. Il turismo culturale può infatti sostenere la crescita del settore dei servizi, e spingere sia le amministrazioni pubbliche sia i privati ad aumentare gli investimenti nella conservazione dei beni culturali e nella produzione di attività culturali, entrambi rappresentanti due importanti settori di occupazione e sviluppo.

Nella definizione di una strategia di sviluppo sostenibile del turismo culturale, come sottolineato nell'asse 2 del POR Sicilia, dei fattori di successo sono la valorizzazione del patrimonio culturale fisico (monumenti, aree storiche, musei), ma anche lo sviluppo dell'offerta nel campo della produzione culturale ed artistica e dei servizi di qualità. Un elemento di rilievo che emerge è la necessità di integrare i progetti di intervento sui beni culturali con i programmi di sviluppo sociale e di promozione economica locale, in modo da produrre sostanziali benefici per la società ed essere sostenibile nel lungo periodo.

La valorizzazione dell'insieme delle risorse che compongono l'offerta culturale rappresenta l'obiettivo da perseguire in via prioritaria.

In particolare, la costituzione di un organico sistema museale, la valorizzazione di una rete bibliotecaria in grado di offrire una adeguata risposta ai nuovi bisogni degli utenti, la piena accessibilità e fruizione dei beni storici, possono rappresentare le strutture portanti dell'offerta culturale locale e di un sistema organizzativo di cui occorre definire connessioni funzionali ed operative.

L'utilizzazione di strumenti comunitari può consentire un raccordo con l'orientamento degli organismi europei volto a favorire un'utilizzazione strategica di quelle risorse che offrono una prospettiva di nuovo sviluppo, realizzando progetti integrati di valorizzazione culturale, turistica ed ambientale di cui sia possibile attivare al termine dell'intervento la gestione e l'indotto occupazionale e turistico.

Occorre acquisire il concetto che vede il bene culturale inserito nel più vasto patrimonio costituito dal bene territorio, ove possa concretamente formarsi uno scenario che consenta, operando anche in una logica di marketing, di costruire l'affluenza selezionata e programmata di visitatori-fruitori.

Queste azioni devono partire dalla base di un'integrità territoriale che deve essere curata congiuntamente al miglioramento delle generali condizioni di accessibilità e mobilità.

Le condizioni generali per assicurare la valorizzazione dei beni culturali sono date dall'individuazione delle diverse forme di radicamento della cultura, nonché dal riconoscimento del loro valore e dall'assunzione dell'obiettivo generale dello sviluppo sostenibile.

Degli obiettivi specifici da perseguire sono sicuramente la promozione e la diffusione dell'immagine della Sicilia, puntando sulla varietà dei singoli elementi che ne definiscono l'insieme. Inoltre, può rivelarsi efficace una politica degli eventi che, articolata su due filoni già esistenti, culturale e storico-folkloristico, possa svilupparsi in condizioni migliori rispetto alle attuali. E', infine, necessario un miglioramento complessivo delle condizioni di accesso ai luoghi del patrimonio e della cultura siciliani.

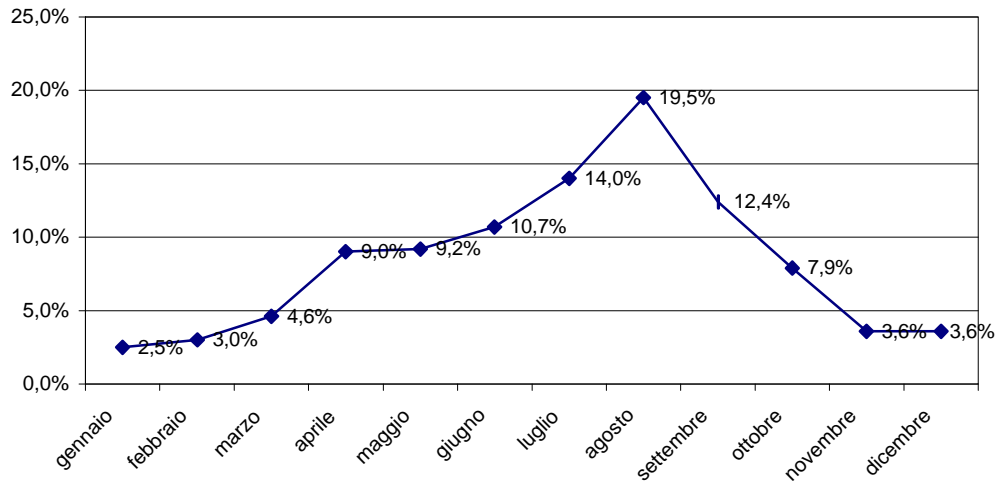
In estrema sintesi, un programma d'azione specifico in materia di implemento del turismo culturale potrebbe vedere come fondamentali i temi seguenti:

- Valorizzazione dei beni culturali nel quadro territoriale attraverso la diffusione della loro conoscenza;
- Riorganizzazione di musei e biblioteche con criteri di maggiore completezza dell'informazione, arricchendone la dotazione di pubblicazioni, redatte anche con modalità tecnologiche più avanzate;
- Costituzione di reti e associazioni operative di carattere non speculativo;
- Accesso garantito in condizioni di comodità e sicurezza agli edifici costituenti il patrimonio ed ai loro contenuti;
- Qualificazione del personale attraverso l'innovazione dei contenuti di professionalità e la competitività internazionale.

7.2 La destagionalizzazione dei flussi turistici

Il problema dell'alta stagionalità dei flussi turistici pone la necessità di strategie di destagionalizzazione della domanda. Ad esempio, la distribuzione delle presenze mensili nel 2000 (Graf.1), rilevate dall'Osservatorio Turistico dell'Assessorato al turismo della Regione Siciliana, evidenzia una netta concentrazione dei flussi turistici nel periodo aprile-ottobre. In questi mesi si concentra l'83% circa della domanda annua.

Grafico V: Distribuzione delle presenze mese per mese. Anno 2000



Una distribuzione più lineare della domanda turistica sui 12 mesi dell'anno, consentirebbe di superare le principali conseguenze della stagionalità, ossia le fluttuazioni dell'occupazione settoriale e gli squilibri socio-ambientali dovuti ad un eccessivo uso del territorio concentrato in pochi mesi dell'anno.

Tali osservazioni confermano che, in Sicilia, il problema della stagionalità dipende tanto dalle abitudini della domanda, orientata prevalentemente al segmento balneare, quanto dalle formule vacanziera dell'offerta che hanno continuato a promuovere la Sicilia esclusivamente come "prodotto mare", sebbene essa presenti invece una molteplicità di prodotti turistici.

Sono quindi necessari degli interventi pubblici mirati alla differenziazione delle attività turistiche che permettano di sganciare la Sicilia da fenomeni di stagionalità così marcati, tanto più che il clima particolarmente mite incoraggia una tale politica di ampliamento della stagione, da realizzarsi principalmente attraverso la promozione di eventi, manifestazioni ed itinerari tematici alternativi e innovativi rispetto a quelli tradizionali.

CONCLUSIONI

Dall'analisi svolta un dato emerge con chiarezza: nonostante i segnali positivi osservati della domanda e un'immagine positiva nel panorama del turismo nazionale, il settore turistico siciliano presenta un livello di sviluppo ancora limitato, che risulta ancora più evidente se si considerano alcuni indici (densità turistica per Km², sfruttamento territoriale, valore aggiunto attivato dalla spesa turistica regionale, dipendenti del settore). Da tale evidenza è possibile affermare che il settore turistico siciliano ha notevoli margini di crescita e prospettive per un più ampio sviluppo. Ma perché ciò avvenga è necessario dapprima la eliminazione delle strozzature che impediscono uno sviluppo vero del settore (problema dei trasporti, situazione ambientale, intoppi burocratici) al fine di creare un prodotto di qualità, e solo successivamente indirizzare un'attività di promozione e commercializzazione. Alle azioni

finalizzate allo sviluppo turistico va anteposta una precisa ed accurata opera di pianificazione, in modo da analizzare la domanda globale, effettiva e potenziale, individuare i bisogni del turista, analizzare l'offerta in tutte le sue componenti strutturali e strategiche, tenendo in debita considerazione le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno e dei punti di forza e di debolezza interni.

E' inoltre imprescindibile la fattiva partecipazione e collaborazione degli operatori del settore, una maggiore dinamicità e flessibilità delle imprese, una migliore qualità dei servizi e diversificazione e diversificazione dell'offerta, nell'ottica del perseguimento della *customer satisfaction*.

Occorre altresì una adeguata campagna promozionale, che ricorra a forme e canali di comunicazione diversi e più incisivi di quelli finora utilizzati, in modo da far conoscere il "prodotto Sicilia" sul mercato globale: non soltanto località balneari ed artistiche rinomate, ma anche itinerari storico-culturali, letterari, naturalistici ed enogastronomici che consentirebbero non soltanto di soddisfare i vari bisogni turistici, ma anche di attenuare la stagionalità, stabilizzando l'occupazione nel settore, e di apportare valore aggiunto all'economia siciliana.

BIBLIOGRAFIA

- Bartolini C. (2001), *Un Mezzogiorno turistico di qualità. Percorso strategico per il rilancio turistico del sud Italia*, Turistica.
- Bresso M., Zeppetella A. (1985), *Il turismo come risorsa e come mercato*, Angeli, Milano.
- Centro Studi Tormagara (2003), *Libro Bianco del Turismo*, Angeli, Milano.
- Costa P. (1995), *Turismo a Sud tra economia e culture*, Nord e Sud, Napoli.
- Manente M. (1998), *Dinamiche della domanda e comportamenti di consumo*, Turistica.
- Marini M. (2000), *Le risorse immateriali: i fattori culturali dello sviluppo economico*, Carocci, Roma.
- Ministero dell'Industria del Commercio dell'Artigianato-Direzione Generale per il Turismo (2001), *Decimo rapporto sul turismo italiano*, Mercury s.r.l., Firenze.
- Regione Siciliana (1999), *Programma Operativo Regionale-P.O.R.- 2000/2006*.
- Regione Siciliana- Assessorati Turismo, Comunicazioni e Trasporti (2001), *Primo rapporto sul turismo in Sicilia*, Mercury, Firenze.
- Svimez (2003), *Rapporto 2002 sull'economia nel Mezzogiorno*, Il Mulino, Bologna, 200-214.
- Regione Siciliana- Assessorati Turismo, Comunicazioni e Trasporti, Osservatorio Turistico 2002.

ABSTRACT

Nowadays Sicily is one of the regions with the highest unexpressed touristic potential. The quality of the public services, the suitability of the road and highway net, the efficiency of the telecommunications system become capable factors to define the competitiveness of the touristic activity, in which has weight growing the comprehensive management of the natural, archeological, historical and artistic environment. The aim of this paper is to examine the current scenery of the touristic sector in Sicily, in order to single out the main causes of the touristic underdevelopment and therefore to individualize the strategic lines to follow for a raising of the touristic sector in the island. In this paper we can refer to the tourist demand considering the temporal series from 1992 to 2002. Such analysis aims to emphasize the evolution of the Sicilian tourism in the past to individualize the strengths and the weaknesses of the regional offer system, in order to clearly define the main strategical guide-lines for a concrete and sustainable touristic development of Sicily.