

## XII ALCUNE RIFLESSIONI FINALI

### **1. Le problematiche dell'economia siciliana e dell'industria turistica regionale**

Gli scenari dell'economia Siciliana stanno cambiando. Gli indicatori economici sono decisamente positivi e numerose iniziative private denotano una maggiore vivacità imprenditoriale. La filosofia assistenziale che per troppo tempo ha caratterizzato il modus operandi degli imprenditori siciliani, sembra finalmente lasciare posto ad una maggior "propensione al rischio", elemento fondamentale senza il quale l'imprenditoria non evolversi.

Uno dei segnali più significativi è dato dalla presenza ormai massiccia di imprese operanti nella new – economy quali la St Microelectronics nella Valle dell'Etna, la Jepssen ad Agira, l'Ausonia a Marsala, l'Elektra a Trapani e molte altre ancora. Sono in oltre in attuazione massicci investimenti in questo settore da parte di note aziende nazionali ed estere.

La produzione siciliana, per quanto riguarda il terziario, è tuttavia ancora rappresentata dai servizi tradizionali (75%) contro il 66% che questi giocano in tutta l'Italia. Nel '99 il tasso di mortalità delle imprese è inferiore rispetto quello di natalità.

Anche se il sistema produttivo siciliano è ancora fortemente centrato sulla piccola dimensione di imprese per lo più artigiane, gli indicatori denotano un suo apporto all'economia italiana tutt'altro che trascurabile.

Alla positività di queste brevi considerazioni si contrappone la cruda realtà di alcuni problemi dalla cui soluzione dipenderanno la crescita e lo sviluppo della economia locale. In primo luogo la carenza infrastrutturale frena in modo netto e drammatico tutti i settori produttivi; in secondo luogo la pesante burocrazia, causa anche della mancanza di stabilità politica, crea incertezza e confusione in molti iter procedurali. Questo secondo problema, oltre a nuocere di per se, ostacola anche l'accesso ai fondi europei comunitari di Agenda 2000. La Regione infatti potrà usufruire di tali risorse solo fino al 2006 dopodiché saranno per lo più destinati ai Paesi dell'Est Europeo.

L'accesso a fondi, come quelli di Agenda 2000 che supportino la crescita spontanea, costituisce elemento fondamentale ed una opportunità unica ai fini di un reale sviluppo.

A questo fine occorre presentare progetti concreti capaci di coinvolgere in modo sistemico il più alto numero di unità produttive possibile; solo interventi che permettano una crescita omogenea ed evitino una polverizzazione e successiva dispersione delle risorse possono infatti essere in grado di cambiare nel medio e lungo periodo il sistema economico locale della Regione. Chi erogherà i fondi (19 mila miliardi di Lit. per la Sicilia nel seienni 2000/2006) lo pretende.

Un'altra nota dolente proviene dalla classifica delle province italiane redatta in base ad alcuni indicatori dal Sole 24 Ore. I parametri utilizzati sono relativi al tenore di vita; agli affari, alla vivacità imprenditoriale e a quella del mercato del lavoro; all'efficienza dei servizi (compresa la giustizia civile) e la qualità dell'ambiente(compresa la salute); alla

criminalità, alle caratteristiche demografiche della popolazione; ed alla disponibilità e qualità del tempo libero.

Dalla media di questi indicatori risulta che l'ultima provincia in classifica sia proprio una provincia siciliana: Caltanissetta; Palermo si trova appena quattro posizioni più avanti, mentre Enna che gode della migliore posizione è solo 73 ma. Soprattutto nella classifica relativa in base al primo indicatore (benessere), la situazione della Sicilia è decisamente drammatica così come avviene considerando il business (imprenditoria e lavoro) e la quantità e qualità del tempo libero. Disomogenea è invece la graduatoria delle città più "tranquille" (criminalità), nella quale fra l'ottava posizione di Enna e l'85ma di Palermo, ritroviamo le province siciliane distribuite un po' ovunque. Analogie con l'indicatore precedente possono farsi considerando alcune caratteristiche della popolazione quali il tasso di immigrazione e di emigrazione, il tasso di natalità e di mortalità (scindendo quella infantile), i suicidi e i divorzi.

La Sicilia, come tutto il Mezzogiorno, è in una situazione nettamente migliore in base al clima e alla salute. La prima provincia italiana è infatti Agrigento e tutte le altre, tranne Caltanissetta 85ma, si trovano nella prima metà della classifica.

Per quanto concerne il turismo in particolare, occorre effettuare alcune considerazioni un po' più approfondite.

Riteniamo che la Sicilia sia una delle regioni con un potenziale inespresso straordinario. Le risorse naturalistiche e culturali presenti rappresentano di per sé un vantaggio competitivo per tutto il territorio regionale che attende solo di poter esprimere concretamente tutta la sua forza d'attrazione.

Tuttavia una destinazione, anche se culla di attrazioni uniche, necessita sempre di una vasta gamma di servizi di buona qualità che "invitino" il turista potenziale nella destinazione stessa.

Da questo punto di vista occorre sottolineare come la Sicilia sia deficitaria sotto vari aspetti. Una affermazione del genere può sembrare cruda al primo impatto, ma è necessaria al fine di prendere di petto i problemi ed apportare gli interventi correttivi. Va quindi presa non come critica gratuita, ma come riflessione che sproni chiunque si trovi coinvolto nel sistema turistico siciliano quindi, come fase costruttiva.

In primo luogo la carenza infrastrutturale sia quantitativa che qualitativa non può che frenare l'afflusso dei turisti potenziali e non contribuisce certo al pieno soddisfacimento dei bisogni del cliente – turista. Uno dei maggiori veicoli promozionali è infatti costituito dall'effetto passaparola: rendendo positive le esperienze dei "clienti" già acquisiti si favorisce l'acquisizione di quelli nuovi.

Il trasporto interno non è agevolato dallo stato della rete stradale, autostradale e ferroviaria attuale, mentre gli aeroporti offrono un servizio, già al limite della saturazione in certi periodi dell'anno, e sicuramente migliorabile. Anche i porti turistici sono certamente assenti o inappropriati. E' questa una grave carenza se si considera il boom del turismo nautico e mentre quello balneare, che da sempre rappresenta il prodotto forte dell'offerta siciliana, è ad esso strettamente correlato.

Una maggiore fluidità dei trasferimenti interni darebbe già una forte spinta al turismo regionale, anche se non debbono essere dimenticati i contatti con l'esterno (continente)

che possono essere gestiti in modo più opportuno.

Altro problema da porre in evidenza è la mancanza di una diffusa cultura dell'ospitalità. Il turismo è un fenomeno molto complesso formato da un ampio numero di elementi; anche considerando solamente l'offerta turistica in senso stretto ci rendiamo conto che i fattori da tenere presenti sono molti.

La filiera dell'offerta turistica si compone delle aziende ricettive (alberghiera, extralberghiera.), delle imprese di trasporto e di molti altri prodotti e servizi che il turista richiede durante il proprio viaggio e la permanenza in una determinata località. L'ideale quindi sarebbe il raggiungimento di una coscienza comune da parte di tutti gli attori che nella località, ognuno con la propria attività, entrano in contatto con il turista. La condivisione di obiettivi, strategie e strumenti per il loro raggiungimento diventa un passo fondamentale dal quale dipende il successo turistico di una area.

Non si tratta, come è ben intuibile, di cosa facile dato l'elevato numero dei soggetti coinvolti, ma cominciare a prendere coscienza del problema costituisce un passo importante verso la sua soluzione.

Il turismo è molto cambiato rispetto al passato e sono cambiate soprattutto le esigenze e le motivazioni del turista. Secondo un principio di marketing ormai pacificamente condiviso l'orientamento al cliente non può più essere una questione sulla quale discutere.

Studiare e capire a fondo il turista, che è pur sempre un consumatore, non può quindi essere ritenuto un optional, ma diviene tappa fondamentale al fine della sopravvivenza stessa di una destinazione.

L'approccio alla vacanza è cambiato: non più manifestazione di consumo saltuario ed occasionale come un bene di lusso, bensì momento sempre più frequente nella vita di ognuno, espressivo di un bisogno sempre più sentito. Notevoli cambiamenti si riscontrano in oltre nel modo di vivere la vacanza, molto più pretenzioso rispetto a qualche decennio fa. Il turista di oggi è estremamente consapevole di ciò che desidera da una vacanza ed è capace di formulare precise aspettative sui servizi che riceve. In questo senso non esistono più aspetti marginali, anzi molte volte è proprio sul dettaglio che vengono espressi i giudizi.

Occorre quindi che l'offerta turistica siciliana si adegui alle mutate esigenze della domanda, per contornare le prestigiose risorse di cui dispone di altrettanto validi servizi di supporto e garantire al turista la miglior permanenza possibile.

Stabilire standard qualitativi per tutti gli operatori è condizione sine qua non il turista si troverà di fronte a situazioni contraddittorie che non agevolano il suo ritorno e non si creerà mai quella buona immagine fondamentale per una completa affermazione.

Non va sottovaluta in oltre l'opportunità di migliorare il soggiorno in terra di Sicilia attraverso il miglioramento di tutti quei servizi legati allo svago. Anche il turista culturale non disdegna affatto quel periodo più o meno lungo passato in locali dove è possibile socializzare, in cinema, pub, ecc. I momenti che consentono lo svago e il relax sono sempre più ricercati da ognuno secondo i propri gusti e le proprie abitudini, non solo dai giovani ma anche da molti appartenenti alla terza età.

## **2. Il potenziale artistico culturale di un'isola parco museale da vivere: alcune proposte**

Il patrimonio storico-artistico-culturale della Sicilia e del Mezzogiorno più in generale, rappresenta una potenziale risorsa di sviluppo per i settori del turismo e dell'industria culturale che integrati ad altre forme di turismo come quello eno-gastronomico, all'artigianato, alle tradizioni popolari, ed al turismo ambientale, rurale, congressuale, termale, sportivo, del benessere e balneare, contribuiscono ad arricchire l'offerta turistica, ampliandone così la domanda e favorendo anche l'economia locale.

Tuttavia tali risorse non sono adeguatamente valorizzate a causa di:

- ❑ Mancata innovazione nell'offerta regionale di prodotti e servizi di gestione, promozione e valorizzazione.
- ❑ Divario fra formazione e occupazione.
- ❑ Concentrazione delle strutture ricettive.
- ❑ Inadeguatezza dei collegamenti e delle infrastrutture di trasporto *in ed ad*.
- ❑ Limitata diffusione nella fruizione e nella valorizzazione dei Beni Culturali Storico-Artistici-Ambientali.
- ❑ Scarsa integrazione delle risorse culturali con l'offerta turistica.
- ❑ Scarsa cooperazione tra enti pubblici e privati e, tra operatori culturali e istituzioni transnazionali.
- ❑ Scarsa integrazione fra turismo ed attività produttive nonostante le interconnessioni di fatto esistenti

A partire da tali limiti, valorizzare e promuovere il vasto patrimonio artistico-culturale della Sicilia significa, in primo luogo, offrire prodotti differenziati puntando su un turismo di qualità ed innovativo, atto a coinvolgere turisti italiani in generale e internazionali, operatori del settore, imprese locali, regionali e transnazionali, nonché offrire nuove opportunità di sviluppo al settore del turismo e dell'economia.

Anche se attualmente la Sicilia presenta una posizione turistica consolidata da anni, negli ultimi tempi la domanda è cresciuta in maniera considerevole, sia per la qualità e la quantità delle risorse naturali, storico-artistiche e culturali presenti, che per lo spostamento dei flussi turistici verso le zone del Mediterraneo. La Sicilia è diventata, così, una tra le mete più ambite grazie al suo clima favorevole, alla riscoperta dei sapori mediterranei, all'inserimento nei circuiti turistici nazionali ed internazionali di itinerari e manifestazioni culturali.

Di contro, i punti di debolezza che caratterizzano la regione sono la scarsa efficienza e la sicurezza delle reti di trasporto; la carenza di infrastrutture per lo spettacolo, per la tutela, la manutenzione e il restauro dei beni monumentali; l'eccessiva concorrenza tra aree turistiche differenti; l'assenza di servizi aggiuntivi e gestionali relativi alle strutture museali e archeologiche e la mancanza di un coordinamento per la diffusione e la promozione dei beni culturali ed ambientali.

Per promuovere e valorizzare il territorio siciliano, tra le varie idee e proposte più efficaci già attuate in alcune regioni d'Italia, vi è quella dei *circuiti museali*, cioè l'organizzazione e la fruizione di un'area omogenea dal punto di vista culturale, dove lo sfondo è costituito dall'ambiente con il suo straordinario paesaggio, dagli spazi espositivi e dalle altre espressioni del patrimonio storico-artistico-culturale. Con questa chiave di lettura il territorio diviene il contenitore naturale di tali bellezze.

Il circuito museale, in definitiva, si propone come un "prodotto" unitario pronto a soddisfare ogni domanda con un'offerta diversificata ed integrata.

Musei, gallerie, pinacoteche, edifici religiosi, parchi archeologici, naturalistici e letterari si aprono contemporaneamente, offrendo al turista un unico prodotto in contesto culturale unitario e variegato al tempo stesso. Le attività museali si distaccano dai canoni tradizionali ed il museo non rimane più un solo contenitore di opere, ma interagisce con l'ambiente circostante, andando alla ricerca e collegandosi con nuovi e diversi spazi espositivi, i quali possono essere quelli di una semplice chiesa o di una vecchia cava abbandonata, proprio per quel senso di rinnovamento e rinvigorismento che oggi i musei cercano.

Ovviamente, la realizzazione di un circuito museale presuppone una forte capacità imprenditoriale e di progettazione; i diversi enti locali pubblici e privati, presenti nell'area di riferimento, dovranno realizzare una collaborazione distribuendosi i compiti; la stessa partecipazione dei privati deve essere finalizzata anche alla programmazione delle attività culturali e promozionali.

Importante è, inoltre, l'ideazione di itinerari turistici, che sappiano valorizzare adeguatamente il territorio e le risorse locali sfruttando le potenzialità ambientali, artistico-culturali, tradizionali e rurali; pacchetti turistici legati a fiere, sagre, convegni, concerti, eventi e manifestazioni; escursioni alternative quali voli turistici, gite in barca o passeggiate a cavallo; itinerari legati ai prodotti come ad esempio l'itinerario degli aranceti, corsi culturali legati alla acquisizione della lingua italiana, alla gastronomia e all'artigianato locale; nonché soggiorni in abitazioni tipiche locali come, per esempio, poderi, masserie, tenute, case antiche e dimore storiche.

Un discorso a parte meritano gli itinerari del vino che stanno avendo un notevole successo in tutte le regioni e che in luogo sono poco valorizzati.

Per realizzare tutto ciò, è necessario ottenere risorse finanziarie, consensi e agevolazioni. A tal proposito esistono diversi strumenti legislativi e fiscali a livello regionale, nazionale e comunitario; ma 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 dei Beni culturali, cercando di utilizzare al meglio le risorse territoriali, sviluppando così un'offerta turistica di successo, per far veicolare nel loro territorio i flussi turistici.

Naturalmente la strategia è nell'offrire ai consumatori una ricca gamma di prodotti diversificati e di qualità. E' indispensabile, quindi, formare figure professionali specializzate nella gestione e promozione dei beni culturali, in grado di lavorare in rete, preparati nel settore dell'informatica, nella conoscenza delle lingue straniere ed esperti in marketing territoriale. Necessario è, inoltre, il supporto di imprese qualificate ed impegnate nel settore del turismo culturale ed ambientale, nonché strutture ricettive in

grado di ospitare i potenziali *clienti-turisti* e infrastrutture di trasporto efficaci.

La chiave della promozione turistica culturale in Sicilia, sta proprio nella sua peculiarità e differenziazione di territorio, infatti, bisogna valorizzare la regione attraverso:

1. l'organizzazione di sistemi di accoglienza efficaci (in definitiva, bisogna realizzare strutture ricettive e servizi atti ad ospitare e assistere i visitatori);
2. la promozione della conoscenza degli operatori e dei turisti nazionali ed esteri;
3. il coinvolgimento degli imprenditori locali attivi nel settore del turismo;
4. la progettazione e la realizzazione di percorsi turistici diversificati non concentrati in una sola stagione, ma distribuiti in tutto l'anno, proprio per promuovere e incentivare la destagionalizzazione;
5. l'ideazione di eventi in grado di attirare l'interesse verso la regione in generale e le singole province in particolare;
6. la diffusione e la promozione di prodotti artigianali a livello nazionale ed internazionale;
7. la connessione le diverse tipologie di beni culturali, dai beni storico-artistici, monumentali, iconografici, etnoantropologici, archeologici, agli archivistico-librari, alle tradizioni locali ed eno-gastronomiche;
8. una fruizione legata al supporto di strumenti avanzati di tecnologia telematica;
9. il recupero delle culture del passato (dall'arte alla letteratura, dalla musica alla tradizioni popolari e al folclore) e delle attività artigianali;
10. il coinvolgimento di Camere di Commercio, Aziende di Promozione Turistica, enti Comunali e Provinciali, enti locali pubblici e privati, imprenditori ed operatori turistici specializzati nella promozione, diffusione e valorizzazione, nonché nell'incoming.
11. l'importanza di azioni di comarketing territoriale che integrano turismo e le altre attività produttive locali;
12. l'applicazione di una logica di rete con lo strumento dei club di prodotto integrato ai prodotti territorio locali identificati con i distretti turistici;
13. come valutazioni di sintesi che integra tutte le osservazioni precedenti sembra opportuno fare riferimento a dei prodotti che identificano tante "isole": l'isola delle isole, l'isola dell'arte e della cultura, l'isola dei parchi e dell'ambiente, l'isola del benessere, l'isola dell'archeologia ecc.;
14. altre "*offerte locali*" possono essere viste come momento orizzontale che caratterizza tutte le offerte, come ad esempio l'enogastronomia fondata sui prodotti tipici locali.
15. nei prossimi anni vi sarà una valorizzazione delle risorse locali e la Sicilia si potrà caratterizzare per un suo ruolo fondamentale all'interno dell'Area Mediterranea come punto di riferimento anche per le altre regioni. Un altro fatto importante è, infatti, la riscoperta dell'area mediterranea dopo che per molto tempo le forze e le iniziative erano state concentrate tutte in chiave di Unione Europea. Nell'ambito di una concezione mediterranea del turismo, dell'economia e delle società, la Sicilia gioca un ruolo fondamentale

Un efficiente programma di "utilizzo" delle risorse culturali, integrato con la valorizzazione delle altre risorse, permetterebbe il raggiungimento di obiettivi ambiziosi nella rigenerazione dell'offerta turistica e permette anche di rendere la fruizione dell'isola

più in linea con l'immagine che la caratterizza, proponendola come un *mare pieno di arte e di cultura*.

Inoltre, realizzare attività di questo genere, significherebbe offrire opportunità occupazionali a tanti di quei giovani desiderosi di attivarsi nel mondo del lavoro, soprattutto nel proprio territorio, diminuendo, in questo caso, la disoccupazione giovanile e l'emigrazione verso le altre regioni più prospere.

