



**REGIONE SICILIANA  
ASSESSORATO DEL TURISMO,  
DELLE COMUNICAZIONI E DEI TRASPORTI**

PRIMO RAPPORTO  
**SUL**  
**TURISMO IN SICILIA**

## RAPPORTO SUL TURISMO IN SICILIA

Il primo "rapporto" sul turismo della Regione Siciliana, realizzato nell'ambito dell'Osservatorio del turismo, con la collaborazione della società Mercury S.r.l. di Firenze, rappresenta un documento di politica economica di grande rilevanza non solo per il comparto specifico, ma anche per tutta l'economia locale. L'obiettivo per il quale abbiamo voluto fosse realizzato è stato quello di definire un quadro di riferimento della evoluzione e delle prospettive del turismo siciliano nell'ambito di un più ampio paradigma nazionale ed internazionale, in modo da d'individuare i punti di forza e di debolezza della nostra offerta, e da capire anche quali azioni svolgere sia sul piano della organizzazione territoriale che su quello della promozione.

La Sicilia, ed in genere tutto il Mezzogiorno, stanno vivendo un buon momento di sviluppo turistico con saggi di crescita che sono più elevati di quelli nazionali. Gli stranieri lentamente, ma sempre di più, si stanno avvicinando al Mezzogiorno e ne scoprono le molteplici valenze. Anche in virtù di forti campagne promozionali effettuate si sta riscoprendo la valenza della cultura e delle tradizioni locali.

L'Assessorato al Turismo vuole intervenire per accompagnare questo processo di sviluppo con misure adatte, individuando i filoni d'intervento più in linea con le tendenze del mercato e favorendo quei prodotti che presentano caratteristiche di tipo innovativo.

Come noto la Sicilia è un'isola che presenta molti prodotti turistici, ma è anche una realtà che continua ad essere percepita prevalentemente come "prodotto mare". A tal proposito questo rapporto evidenzia un fatto apparentemente contraddittorio: la Sicilia è percepita essenzialmente come terra d'arte e di cultura con tutte le sue tradizioni, tanto da individuare un "concetto di sicilianità", però sul piano della fruizione concreta, prevale nettamente l'offerta balneare destinata al turismo italiano. Questo gap che si verifica fra immagine e fruizione è determinato dagli assetti organizzativi della domanda e dagli stereotipi prevalenti ma anche da alcune difficoltà di tipo strutturale che ad esempio agiscono nel campo dei trasporti, per i quali l'isola è difficilmente raggiungibile e presenta forti difficoltà di trasporti "in", cioè per gli spostamenti interni.

Alcune interessanti analisi innovative sono destinate all'immagine della Sicilia con la definizione di punti di forza e di debolezza, del posizionamento rispetto alla concorrenza e del ruolo dei prodotti tipici e del modo come il turismo si potrebbe integrare con le altre attività produttive.

La parte finale del "rapporto" è destinata alla promozione del prodotto Sicilia, ed al problema dei distretti turistici, con la proposta di alcune soluzioni che integrano la logica delle reti dei prodotti con quella dei territori. Il "rapporto" propone di identificare l'isola delle isole, l'isola dell'arte e della cultura, l'isola dei parchi e dell'ambiente, l'isola dell'archeologia, l'isola del benessere.

Inoltre afferma che possono essere anche impostate efficienti azioni di comarketing con le altre attività produttive, in modo che quando si promuove il turismo si trovi il sistema di promuovere anche gli altri prodotti tipici e viceversa.

Come valutazioni di sintesi appare che le potenzialità dell'isola sono considerevoli e non ancora utilizzate in pieno, perché tutto il turismo si svolge lungo la fascia costiera. Occorre saper integrare in questo processo di valorizzazione turistica anche le zone interne di riferimento. Il "rapporto" di fatto risponde a queste domande e costituisce un punto fondamentale perché definisce il paradigma della situazione turistica dell'isola, fornendo spunti per interventi e soluzioni di problemi.

Il Rapporto dice anche che per raggiungere livelli di efficienza, gli interventi devono essere di qualità ed avere certe dimensioni. E' su questo punto che può giocare un ruolo determinante l'intervento della Regione con lo scopo unico di favorire lo sviluppo e permettere agli imprenditori più innovativi di trovare spazio per le proprie idee.

Il fatto che questo documento sia stato chiamato "Primo Rapporto sul turismo siciliano" significa anche che c'è la volontà da parte dell'Amministrazione regionale di continuare questa esperienza anche nei prossimi anni.

Le prospettive in atto indicano che bisogna guardare al turismo dell'Isola con fiducia e come è scritto nel rapporto crediamo che nei prossimi anni ci sarà una valorizzazione delle risorse locali e che *" 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*

VIII *Mercury S.r.l.*

*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 e si deve proporre sul mercato del turismo come mare pieno di arte, di cultura e di tante cose che nel loro complesso possono essere definite "sicilianità".*

## INDICE

<b>I - LA DOMANDA TURISTICA</b>	<b>1</b>
1. L'andamento storico ed il trend di breve, medio e lungo periodo	1
2. Il posizionamento della Regione Sicilia	4
2.1 Alcuni Indicatori di posizione	4
2.2 La quota di mercato nazionale	7
2.3 La quota di mercato nel Mezzogiorno d'Italia	9
3. Un confronto delle tendenze turistiche nel breve, medio e lungo periodo	10
4. La composizione e la permanenza media della domanda turistica in Sicilia	14
5. La provenienza dei turisti in Sicilia	16
6. La stagionalità	21
7. La situazione delle province siciliane	24
7.1 Le quote di mercato e le macro tendenze	24
7.2 La stagionalità e la provenienza	33
8. Le Aziende di soggiorno turistico (AST)	38
9. Il sommerso ed il non rilevato: una stima	40
9.1 Premessa metodologica	40
9.2 Mezzogiorno	42
9.3 Sicilia	44
10. I desideri dei consumatori turistici della Sicilia	46
<b>II - IL SISTEMA REGIONALE DI OFFERTA TURISTICA</b>	<b>49</b>
1. Le attività turistiche	49
2. Le macro - tendenze della ricettività turistica	51
3. L'offerta alberghiera	52
4. L'offerta extralberghiera	53
5. Il ruolo dell'offerta ricettiva nelle province siciliane	55
6. L'impresa turistica: alcune considerazioni sull'imprenditorialità e la natura giuridica delle aziende siciliane	59
7. La formazione manageriale e professionale nel settore turistico	67

<b>III - TRASPORTI</b>	71
1. Situazione e prospettive: Piano Regionale dei Trasporti	71
1.1 Alcune considerazioni di programma	71
1.2 Il Trasporto aereo	72
1.3 Il Trasporto marittimo	72
1.4 Il Trasporto ferroviario	73
1.5 Il Trasporto su strada	73
2. Le strategie nazionali	73
3. Voli charter	74
<b>IV - I TURISMI PRESENTI SECONDO I DATI ISTAT</b>	77
1. La situazione delle città prodotte	77
2. Analisi di breve periodo	84
<b>V - L' ECONOMICA DEL TURISMO REGIONALE</b>	87
<b>VI - IL TURISMO CULTURALE: UN PRODOTTO LEADER</b>	91
1. Le risorse culturali in Sicilia: verso una nuova offerta integrata	91
2. Musei e parchi archeologici	95
2.1 Una breve riflessione storica: un processo di conservazione e fruibilità	95
2.2 Legislazione: uno strumento indispensabile per la tutela ed il turismo	96
3. La Sicilia un museo all'aperto: un percorso per un autentico turismo culturale	97
4. L'applicazione della "Legge Ronchey"	105
5. L'esperienza dei Parchi letterari: una innovativa proposta di turismo culturale	107
5.1 Una strategia innovativa	107
5.2 Parco Letterario - Giovanni Verga	108
5.3 Progetto Parco Letterario - Leonardo Sciascia	108
5.4 Parco Letterario - Salvatore Quasimodo La terra Impareggiabile	108
5.5 Parco Letterario - Luigi Pirandello - nel cerchio del Caos	109
5.6 Parco Letterario - Giuseppe Tomasi di Lampedusa	109
5.7 Parco Letterario - Horcynus Orca	109

<b>VII - L'IMMAGINE DELLA SICILIA E DELLE SUE CITTA' COME CONCETTO DI PRODOTTO E COME MARCA</b>	111
1. Una breve introduzione	111
2. La Sicilia nel contesto dei "luoghi italiani"	112
2.1 Il prodotto Sicilia	112
2.2 L'immagine turistico/artistico delle città siciliane ed il loro posizionamento	113
<b>VIII - LE IMMAGINI ED I CONTENUTI DEL "PRODOTTO SICILIA"</b>	119
1. Premessa	119
2. L'immagine generale della Sicilia	120
3. L'immagine della Sicilia come realtà economica	121
4. L'immagine della Sicilia come realtà turistica	122
5. I punti di forza del prodotto turistico Sicilia	124
6. I punti di debolezza del prodotto turistico Sicilia	126
7. Le località più note	128
8. I concorrenti	129
9. I prodotti tipici	131
10. Alcune considerazioni	132
<b>IX - INTERVENTI NEL SETTORE TURISTICO NELLA REGIONE SICILIA</b>	135
1. Gli interventi finanziari della Regione Sicilia nel turismo	135
2. Una politica di attenzione	138
3. Programma operativo regionale Sicilia 2000 - 2006 (obiettivo 1)	138
4. Piano Regionale di propaganda turistica della Regione Sicilia 2000 / 01	142
4.1 Gli Obbiettivi	142
4.2 Il piano regionale di propaganda turistica	143
5. Aree progettuali e d'intervento regionale: il piano regionale di propaganda	144
6. Il Monitoraggio degli investimenti e dell'occupazione nel turismo	151
6.1 Una breve premessa	151
6.2 Finanziamento e tipologia degli investimenti	151
6.3 Settori di attività	152
6.4 Soggetti operanti nell'avvio e nello sviluppo della piccola e media	152

impresa	
6.5 Il caso della Regione Sicilia	154
<b>X - AREE TURISTICHE E SISTEMI DI RIFERIMENTO LOCALI</b>	157
1. Premessa	157
2. Il sistema degli O.P.T. in Sicilia	158
2.1 L'autonomia regionale. L'Assessorato Regionale al Turismo	158
2.2 L'evoluzione dell' A.R.T.	160
2.3 Le AAPIT	162
2.4 Le AAST	163
2.5 I Comuni, le Pro loco	165
3. Una proposta di sviluppo diffuso: gli STL	165
3.1 I Sistemi Turistici Locali: definizioni e criteri di identificazione	165
3.2 Alcuni esempi di Comprensori	167
<b>XI - LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO SICILIA</b>	175
1. La necessità di un riferimento territoriale	175
2. Il ruolo dei Distretti Turistici	177
3. Dalla teoria alla pratica	180
4. I Distretti Turistici secondo un'ottica di marketing territoriale	182
5. I Distretti Turistici della Sicilia: una proposta operativa	185
5.1 Elementi di caratterizzazione dei distretti turistici	185
5.2 Una ipotesi di distrettualizzazione	185
5.3 I club di prodotto	186
5.4 Il Comarketing	187
<b>XII - ALCUNE RIFLESSIONI FINALI</b>	189
1. Le problematiche dell'economia siciliana e dell'industria turistica regionale	189
2. Il potenziale artistico culturale di un'isola parco museale da vivere: alcune proposte	192
<b>APPENDICE</b>	197