



REGIONE SICILIANA

Ass. del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo
DIPARTIMENTO TURISMO, SPORT E SPETTACOLO

Programma Operativo Regionale FESR 2007-2013
Linea di intervento 3.3.3.5



Ricerca di marketing-performance di sviluppo turistico, attuali e potenziali, del territorio siciliano, con particolare riferimento ai singoli ambiti geoturisticici

I Distretti turistici per una Sicilia attraente e competitiva

Presentazione finale

Palermo – 11 luglio 2014

Il raggruppamento



Società con sede a Trieste, leader nelle indagini e sistemi informativi on-line e nel campo delle ricerche di opinione e di mercato con 30 anni di esperienza in attività per conto di Enti, imprese e territori impegnati nel definire le proprie strategie e nel promuovere la loro immagine e le loro attività in Italia e all'estero.



Società cooperativa di professionisti specializzati nella ricerca e nella pianificazione territoriale e di settore con sede a Bologna. Ha 30 anni di esperienza nella riqualificazione e valorizzazione di territori turistici per Enti territoriali, imprese e associazioni di operatori.



Istituto di Ricerche di Mercato di Milano, con sede operativa a Palermo, dal 1980 esegue indagini e studi qualitativi e quantitativi, con interviste telefoniche e personali, ricerche motivazionali, store check, rilevazione prezzi, test di prodotto e packaging test, ricerche socio-politiche e territoriali, desk work.

Il Raggruppamento si è inoltre arricchito di **single personalità scientifiche**, consulenti, docenti universitari al fine di completare lo spettro delle competenze, consentire il presidio del territorio e delle dinamiche specifiche del settore turistico, tra cui **Anna Maria Parroco** (Università di Palermo).



Obiettivi della ricerca /1

- **Studiare tutto lo spettro delle componenti territoriali che interagiscono sui sistemi turistici locali** (ambiente, storia, cultura, paesaggio, mobilità, settori connessi al turismo), evidenziando i gradi di concentrazione e i livelli di potenzialità attrattiva;
- **Esaminare le tendenze socio-economiche locali in rapporto alle dinamiche di mercato** regionali, nazionali e internazionali, alla competizione territoriale e settoriale, al contesto mondiale, per valutare i potenziali distrettuali e quelli complessivi della regione;
- **Elaborare un quadro conoscitivo esaustivo circa le risorse materiali e immateriali**, i movimenti turistici ed escursionistici, il capitale territoriale locale a valenza turistica, l'azione dei soggetti;
- **Analizzare le performance settoriali e aziendali più significative** (rassegna di case history) per identificare leader di filiera e di distretto;

Obiettivi della ricerca /2

- **Rappresentare i distretti turistici in termini georeferenziati** con evidenza degli asset turistici strategici;
- **Analizzare l'impatto attuale e potenziale del turismo nei singoli distretti turistici** con riferimento alle componenti socio-economiche, occupazionali e all'impatto ambientale (Valutazione Ambientale Strategica – VAS);
- **Valutare posizionamento competitivo e performance di sviluppo** turistico attuali e potenziali di ciascun distretto turistico nel contesto settoriale e regionale;
- **Definire linee guida, strategie e azioni da attuare per l'organizzazione, la gestione e lo sviluppo di ciascun distretto turistico**, tenendo in debito conto l'impatto complessivo e gli effetti locali delle scelte;
- **Supportare la definizione di un impianto strutturale per la verifica**, a livello di singolo distretto, degli impatti delle azioni finalizzate allo sviluppo turistico;
- **Identificare linee guida a supporto di un piano di settore** regionale.

Le fasi del programma di lavoro

Le attività di ricerca si sono articolate in diverse fasi, con alcune variazioni significative rispetto all'impostazione originaria, concordate con la committenza e dettate dai cambiamenti intercorsi tra la stesura del progetto e la sua implementazione, all'interno dell'organizzazione regionale e nell'implementazione dei distretti territoriali.

- 1. FASE PRELIMINARE** – analisi su fonti informative e dati esistenti, per valutare le caratteristiche, l'adeguatezza e le potenzialità dei distretti turistici (conclusa nel febbraio 2012)
- 2. FASE OPERATIVA ON FIELD** – raccolta di informazioni sul campo dai target individuati (stakeholders, turisti attuali, imprese di filiera e opinione pubblica locale), costruzione di un atlante delle strutture ricettive e di una analisi comparativa rispetto alle altre destinazioni italiane e mediterranee, con l'obiettivo di analizzare e validare i distretti turistici, precisandone il potenziale attrattivo e competitivo. (conclusa nel novembre 2012)
- 3. FASE FINALE STRATEGICA** – analisi dell'impatto attuale e potenziale del turismo sui singoli distretti, verifica della capacità attrattiva e competitiva di ciascuno ed identificazione delle linee guida relative a strategie ed azioni da attuare per l'organizzazione, la gestione e lo sviluppo di ciascun distretto, definendo al contempo un supporto strutturale per la verifica degli impatti delle azioni svolte (conclusa nel maggio 2013)
- 4. ESTENSIONE DEL V D'OBBLIGO** – integrazione delle coordinate per la georeferenziazione puntuale degli alberghi, analisi del portale turistico regionale dal punto di vista degli utenti, indagine sui bisogni formativi e professionali delle imprese dei distretti turistici siciliani (conclusa nel maggio 2014)

Le metodologie

Il progetto ha visto l'impiego di un'ampia gamma di strumenti e di metodologie di analisi quali:

- Raccolta e **analisi di dati desk** e di scenario
- **Interviste qualitative** a stakeholder nazionali ed internazionali
- **Interviste quantitative** alla popolazione, ai turisti e agli utenti del portale turistico regionale
- Rilevazioni quanti/qualitative sulle **imprese** turistiche locali
- Analisi di **georeferenziazione** delle imprese turistiche locali

Volte ad offrire al decisore locale valutazioni e strumenti per una **definizione strategica** degli interventi e dei processi di governance territoriale delle azioni di **marketing turistico**

Gli ultimi risultati: l'indagine sugli utilizzatori del portale regionale

L'impianto metodologico:

- Indagine cawi sui visitatori del portale attraverso un questionario strutturato (180 interviste)
- Indagine cawi di approfondimento su 51 visitatori del sito
- Web discussion di approfondimento su un gruppo di 25 soggetti

L'importanza di un portale regionale nel mercato turistico 2.0

Per il nuovo turista 2.0 **la vacanza è un'esperienza completa e complessa che coniuga destinazioni ed attività** in un rimando biunivoco che le rafforza vicendevolmente: le attività disponibili all'interno di una destinazione ne aumentano l'attrattività e allo stesso tempo una destinazione piacevole aumenta la probabilità di scegliere quella località per andare a svolgere l'attività desiderata.

Le **informazioni** su destinazioni ed attività provengono dall'incontro tra quanto si trova sul web e quanto si dice nelle cerchie relazionali, in un processo di legittimazione vicendevole basato sulla testimonianza di chi c'è stato. La vacanza nasce già in questa fase di progettazione ed è alimentata dal **sogno** e dal **desiderio** di ciò che accadrà quando si sarà a destinazione.

Gli ultimi risultati: l'indagine sugli utilizzatori del portale regionale

La valutazione del portale regionale

I punti di forza

- I contenuti e le informazioni disponibili
- La chiarezza dei testi
- La semplicità e la pulizia delle informazioni

I punti di debolezza

- La staticità e la mancanza di interattività
- La grafica e le immagini

Valutazione complessiva del portale da parte degli utilizzatori



Nella revisione del portale sarà fondamentale mantenere la chiarezza e la semplicità dell'attuale portale, migliorandone la capacità narrativa e di incarnare lo spirito della Regione, con una maggiore attenzione ai contenuti audio/video e alla possibilità per gli utenti di interagire direttamente