

Repubblica Italiana



Regione Siciliana

ASSESSORATO DEL TURISMO

DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO

Uffici di diretta collaborazione

Prot. n. 1435 /Gab.

Palermo, 3 LUG. 2014

OGGETTO: Legge regionale 15 settembre 2005 n. 10, articolo 3 - Programma triennale di sviluppo turistico regionale – Apprezzamento Linee Guida

All'On.le Presidente della Regione

Alla Segreteria della Giunta
regionale

e, p.c. Al Dirigente generale
del Dipartimento Turismo
Sport e Spettacolo

L'articolo 3 della L.r. 10/2005 prevede la redazione, con cadenza triennale, del Programma triennale per lo sviluppo turistico, da attuarsi a mezzo di Piani operativi annuali, strumento di coordinamento e pianificazione delle azioni, riconducibili a diversi centri di responsabilità, necessari per l'attuazione di una reale ed efficace politica turistica.

La centralità di tale strumento di programmazione, mai adottato a distanza di diversi anni dall'emanazione della L.r. 10/2005, è stata evidenziata anche dalla Direttiva presidenziale n.1/Se.PI.Co.S del 9 maggio 2014, che indica tra gli obiettivi prioritari di questo ramo di Amministrazione proprio la predisposizione del Programma triennale.

In conformità alla ricordata previsione normativa, il programma dovrà muoversi nella direzione del superamento della tradizionale impostazione settoriale delle politiche a vario titolo incidenti sullo sviluppo del settore turistico, attraverso l'individuazione di politiche e azioni di carattere trasversale. Si reputa inoltre opportuno inquadrare tale documento in un più ampio programma di visione strategica, con proiezione temporale coincidente con la prossima programmazione comunitaria.

In considerazione di tali finalità, si reputa opportuno far precedere la stesura del documento, con il coinvolgimento degli Assessorati competenti e con l'attivazione delle necessarie forme di concertazione /consultazione del partenariato istituzionale e socio- economico, dall'apprezzamento da parte della Giunta delle "Linee guida" predisposte da questo ramo di Amministrazione, illustrate nel documento di sintesi allegato alla presente.

Tenuto conto della complessità del percorso finalizzato alla definitiva approvazione del Programma, con le modalità disciplinate dal citato articolo 3 della L.r. 10/2005, si chiede quindi di sottoporre con urgenza all'apprezzamento della Giunta l'allegato documento contenente le "Linee guida" per la redazione del Programma triennale di sviluppo turistico 2014- 2016.



L'ASSESSORE
Michela Stuchcheris



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO REGIONALE DEL TURISMO DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
DIPARTIMENTO DEL TURISMO DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO

Servizio 2 "Osservatorio Turistico"

Unità di Staff 3 "Coordinamento, programmazione e applicazione l.r. 10/2005"

PROGRAMMA TRIENNALE DI SVILUPPO TURISTICO

2014-2016

Linee guida

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

PREMESSA

La legge regionale 10/2005 prevede all'articolo 3 che *“entro il 30 giugno dell'anno precedente al triennio di riferimento, la Giunta regionale approva, su proposta dell'Assessore regionale per il turismo, le comunicazioni ed i trasporti, previo parere della competente Commissione legislativa dell'Assemblea regionale siciliana, il programma triennale di sviluppo turistico regionale”*.

La norma si propone l'obiettivo, ambizioso e purtroppo ad oggi non realizzato, di coordinare, attraverso un unico strumento di pianificazione, i molteplici interventi, riconducibili alla titolarità di diversi rami dell'amministrazione regionale, oltre che di numerosi altri soggetti pubblici, privati o pubblico/privati, quali, ad esempio, i distretti turistici disciplinati dalla stessa legge, necessari per l'effettivo sviluppo turistico dell'Isola.

Il turismo è infatti un settore trasversale, il cui successo dipende dall'azione coordinata di attori diversi su molteplici leve di intervento (come *governance, comunicazione e promozione, canali di vendita, offerta prodotti, ricettività, trasporti e infrastrutture, formazione e competenze, assetto normativo...*), ed è largamente influenzato anche dai livelli di qualità che riescono ad esprimere altri settori socio-produttivi.

Nonostante ciò è mancata, spesso, una strategia concreta di collegamento tra i vari settori che operano nella sfera turistica, quali, solo a titolo esemplificativo, l'agriturismo, l'enoturismo, il finanziamento delle strutture ricettive nel territorio e in aree-parco, settori di competenza di Assessorati diversi, che spesso hanno operato secondo linee di intervento svincolate da una visione d'insieme.

La redazione del Programma Triennale di Sviluppo Turistico, che la direttiva presidenziale n. 1 del 9 maggio 2014 individua quale obiettivo strategico dell'azione amministrativa per l'anno 2014, consentirà – andando oltre gli strumenti obsoleti oggi a disposizione dell'Assessorato, quali il piano regionale di propaganda turistica - di disporre di uno strumento di politica turistica che riconduca ad unità strategica gli interventi dei diversi rami dell'Amministrazione regionale, pur nel rispetto delle competenze di ciascun soggetto operante nel comparto.

L'articolo 3 della l.r. 10/2005 prevede infatti che il Programma *“stabilisce gli obiettivi complessivi e le priorità dell'azione amministrativa, individua le azioni di incentivazione per le infrastrutture e per le opere di valorizzazione turistica nel territorio, delinea il piano di promozione e di commercializzazione dell'offerta turistica, degli eventi e delle manifestazioni di richiamo turistico,*



identifica i progetti turistici elaborati dai distretti turistici e determina i criteri di verifica dei risultati della programmazione”.

Il programma è attuato a mezzo di piani operativi annuali, elaborati entro il 15 ottobre dell'anno precedente dall'Assessore al turismo; con il piano operativo annuale, in particolare, si provvede a :

a) definire gli obiettivi specifici da raggiungere nel periodo di riferimento, in relazione al contenuto del programma triennale di sviluppo turistico;

b) definire gli interventi economici da realizzarsi nei vari comparti, idonei per il raggiungimento degli obiettivi di cui alla lettera a);

c) elaborare le strategie di comunicazione, promozione e commercializzazione del prodotto turistico siciliano;

d) fissare il calendario annuale delle manifestazioni ed eventi di rilievo turistico che si svolgono nel territorio regionale;

e) definire gli interventi in favore dei distretti turistici;

f) promuovere il miglioramento della qualità professionale degli operatori e delle imprese turistiche;

g) garantire una migliore qualità urbana nonché dei servizi e delle infrastrutture nel territorio.

1. METODO

La legge regionale 10/2005 prevede che il Piano sia elaborato dall'Assessorato sulla base delle analisi e delle valutazioni dell'Osservatorio Turistico. Lo schema di programma elaborato, che costituirà la base per il confronto con il partenariato istituzionale e socio-economico, è il risultato del lavoro svolto dai dirigenti delle diverse strutture del Dipartimento Turismo che, grazie all'Accordo di Programma Quadro Azioni di sistema per il Turismo e alle indagini effettuate con le risorse del PO FESR 2007-2014, dispone oggi di strumenti di metodo ed analitici, che hanno raccolto e continuano a raccogliere dati, informazioni e istanze provenienti dal territorio.

Recependo in pieno il mandato della legge 10/2005, oggetto della programmazione sono non solo gli interventi in materia di promozione turistica (missione primaria del Dipartimento Turismo per competenze formali e allocazione di risorse finanziarie), ma tutte le leve e le politiche che la Regione Siciliana può attuare per aumentare il proprio livello di competitività. Questo implica interessarsi non solo a come fare arrivare i turisti in Sicilia, ma anche a come incrementare la produttività delle industrie chiave del settore, come incoraggiare la qualità e l'innovazione e, non ultimo, come rendere luoghi, beni naturali e culturali accoglienti e fruibili. In questo modo la Regione Siciliana potrebbe collocarsi tra le prime istituzioni italiane ad attuare le raccomandazioni dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo (OCSE) in materia di politica turistica.



La filosofia di programmazione utilizzata non è motivata solo dalle raccomandazioni dell'OCSE, ma considera la realtà turistica siciliana. Le analisi condotte portano alla conclusione che anche la Sicilia sia un contesto caratterizzato, da un lato, dal consenso sulla definizione dei problemi (almeno a livello macro) e, dall'altro, dall'incertezza sulle soluzioni da adottare. L'incertezza nasce sia da un'analisi (a volte) superficiale dei problemi, ma soprattutto dalla presenza di una pluralità d'interessi, spesso in contrasto. Si tratta di una situazione strutturale e normale nel turismo. La soluzione a questa difficoltà, è concepire la programmazione come sperimentazione e apprendimento, dove le soluzioni più efficaci emergono nel corso dell'implementazione delle attività. Perché tale approccio funzioni, bisogna considerare il Programma Triennale non come un elenco statico di idee e soluzioni ma come l'amalgama di tre componenti:

- un insieme di obiettivi chiari e condivisi;
- un sistema di indicatori per valutare e misurare il raggiungimento degli obiettivi;
- una lista di interventi.

Obiettivi chiari e un sistema per misurare la performance costituiscono non solo un buon sistema di coordinamento, ma quando c'è trasparenza e circolazione delle informazioni, il perno sui cui si costruisce la fiducia necessaria a risolvere problemi di azioni collettive, quali quelli nel turismo.

Si rende pertanto necessario, non solo definire con chiarezza in quali interventi si declina l'azione della pubblica amministrazione, ma anche quali sono gli obiettivi strategici, cioè quali sono le conseguenze intenzionali che ci aspetta gli interventi producano. Il presupposto di questa filosofia è quindi l'esistenza di un sistema che renda chiari i risultati attesi e di un set di indicatori e dati che consenta di misurarli. Questo sistema è stato già avviato anche coinvolgendo alcuni interlocutori del partenariato socio-economico e sarà ulteriormente sviluppato in futuro. In questo modo le politiche pubbliche del turismo proposte dal Dipartimento Turismo sono coerenti con il nuovo approccio auspicato dalle nuove politiche di coesione e sviluppo per il 2014-2020 dove l'innovazione metodologica principale consiste nel fatto che per aspirare a trasformare la realtà attraverso l'azione pubblica è necessario che i risultati cui si intende pervenire siano definiti in modo circostanziato e immediatamente percepibile, sia da coloro che sono responsabili dell'attuazione, sia da coloro che ne dovrebbero beneficiare al fine di dare vita a una vera e propria valutazione pubblica aperta.

In sintesi, il Programma Triennale intende essere prima di tutto una bussola, di cui obiettivi e sistema di misurazione sono ago e calamita. Per tutti questi motivi, si è inteso tracciare un percorso di attuazione affinché le azioni individuate non siano intese come soluzioni pre-confezionate ma opzioni discutibili e migliorabili in funzione dei risultati registrati. Si tratta di un approccio pragmatico che richiede il contributo dei Dipartimenti della Regione Siciliana, degli enti locali e del partenariato socio-economico.

Ancora, si è ritenuto opportuno delineare un documento dall'orizzonte temporale più ampio di quello previsto dalla l.r. 10/2005 e coincidente con l'orizzonte temporale della nuova programmazione



comunitaria; tale documento di visione strategica, denominato “Piano Strategico per il Turismo”, da attuarsi nel periodo 2014- 2020, sarà quindi declinato e concretizzato nel documento, da attuarsi nel breve – medio periodo, costituente il “Programma triennale per il 2014 - 2016

2. CONTENUTI

Nelle pagine che seguono sono indicati sinteticamente gli obiettivi (generali, strategici e specifici) individuati per una efficace politica turistica e, ancora, gli interventi che dovrebbero costituire l'ossatura del piano, da implementare a seguito del confronto con i diversi rami dell'amministrazione regionale e con il partenariato istituzionale ed economico sociale

Gli obiettivi generali

L'obiettivo generale del Piano Strategico è porre le condizioni affinché il turismo torni a dare un contributo all'economia regionale simile ai livelli pre-crisi. Vale a dire che l'impatto economico (diretto, indiretto e indotto) dei consumi turistici – cioè il valore aggiunto attivato dalla spesa effettuata dai turisti – sia tale da contribuire, al termine del periodo considerato (2020), almeno al 7% al valore aggiunto regionale. Nel 2012, sulla base di stime provvisorie, il dato si collocava intorno al 5%. Qualora lo scenario macro-economico dovesse essere migliore delle previsioni e, nel caso in cui gli interventi e le azioni del Piano fossero attuate, si auspica che il contributo dell'economia regionale possa attestarsi al 10%.¹

Ipotesizzando che la Sicilia mantenga i livelli di competitività (qui intesa come la quota di presenze turistiche) degli ultimi cinque anni nel mercato italiano, che comunque si prevede asfittico, l'obiettivo generale è raggiungibile solo se si aumenta la competitività sui mercati internazionali.² Questo implica, aspettarsi un aumento dei flussi turistici e della spesa media soprattutto dai mercati target stranieri, cioè i mercati sui quali si propone di concentrare le azioni di promozione e comunicazione.

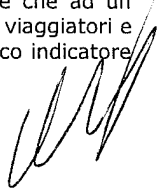
Questi obiettivi devono essere raggiunti considerando una minore disponibilità di risorse finanziarie a sostegno dell'intervento pubblico. Si auspica di aumentare l'efficienza della spesa, valutando

1

Si tratta di dati e stime condotte da IRPET e Ciset pubblicate annualmente sul Rapporto sul Turismo Italiano curato dalla Mercury. Lo stesso obiettivo, misurato con un altro indicatore, cioè il contributo al valore aggiunto regionale apportato dal comparto servizi ricettivi e ristoranti dovrebbe essere il 4% nello scenario previsto e 6% in caso di scenario positivo.

2

L'indicatore proxy per valutare la verifica di questa condizione è l'indicatore che misura il rapporto arrivi dei turisti internazionali in Sicilia su arrivi dei turisti internazionali nelle principali regioni competitor. Le ragioni della scelta di questo indicatore sono due. In primo luogo, gli arrivi, sebbene misurino solo una parte dei flussi turistici in Sicilia, hanno il pregio di rilevare la parte dei flussi che impatta in modo maggiore sull'economia. Vale a dire che ad un aumento degli arrivi più che proporzionale rispetto ad altri indicatori di flussi più precisi quali il numero di viaggiatori e viaggi, implica un'alta probabilità di un aumento della spesa media. In secondo luogo, gli arrivi sono l'unico indicatore con il quale, in questo momento, è possibile fare dei confronti internazionali.



come parametro la spesa pubblica del settore allargato per il turismo nella regione per presenza turistica, ovvero 13 Euro ogni 1.000 presenze rilevato nel periodo 2000-2009³.

Allo stesso tempo ci si propone di raggiungere questi obiettivi in un contesto di maggiore sostenibilità, vale a dire che s'intende migliorare in tutti i parametri che misurano la capacità di conservare le risorse naturali e culturali, la redditività delle imprese e la diversificazione dei mercati.

Gli obiettivi strategici

Il successo della Sicilia sui mercati internazionali e la sua sostenibilità dipendono da cinque fattori (obiettivi strategici).

1. Le imprese turistiche, in particolare quelle che operano nel settore dell'ospitalità, devono avere le condizioni, per rinnovare, innovare ed investire. Affinché ciò avvenga, è fondamentale che ci sia un maggiore utilizzo degli investimenti (cioè destagionalizzazione dei flussi turistici) e incrementi consistenti della produttività del lavoro. Per arrivare a questo, è necessario passare da un sistema frammentato di micro-imprese prevalentemente "lifestyle", ad un sistema basato sull'industria turistica, cioè formato da imprese più grandi, aperto ai grandi operatori internazionali e, infine, reti di micro e piccole imprese. La presenza di un'industria turistica è una pre-condizione per rafforzare una serie di fattori competitivi. In primo luogo è più facile accedere alla grande distribuzione internazionale e quindi è più probabile un aumento dei collegamenti aerei *point to point*, soprattutto low cost. In secondo luogo, si crea il contesto adatto ad innovare nei processi "produttivi", ad investire in formazione e quindi a migliorare la professionalità degli addetti al settore. In sintesi, è prioritario creare un ambiente idoneo perché le imprese turistiche possano allargare il proprio giro d'affari, ingrandirsi, fare rete, avviare operazioni d'integrazione, in sintesi aumentare la propria produttività. Si tratta di coadiuvare il Governo centrale nell'attuazione della direttiva europea del *Small Business Act*⁴ e nel piano "*Destinazione Italia*"⁵, a partire dal rafforzamento delle reti di imprese.
2. Secondo, è necessario potenziare l'accessibilità ai mercati. Le azioni di *co-marketing*, intentate finora, sebbene talora efficaci (si pensi Ryanair a Trapani), hanno corto respiro e sono economicamente inefficienti. Inoltre, la recente approvazione da parte della Commissione europea della Comunicazione

3

Come rilevata dai *Conti Pubblici Territoriali* del Dipartimento per le Politiche di Coesione e Sviluppo.

4

Con Direttiva del Presidente del Consiglio del 4 maggio 2010, il Governo italiano ha dato attuazione in Italia alla comunicazione della Commissione europea del 25 giugno 2008 (COM(2008) 394) rivista il 23.2.2011 COM(2011) 78, recante "Una corsia preferenziale per la piccola impresa" – alla ricerca di un nuovo quadro fondamentale per la Piccola Impresa (uno "Small Business Act" per l'Europa).

5

Il 19 settembre 2013 il Consiglio dei Ministri ha approvato il piano "Destinazione Italia", un progetto per attirare gli investimenti esteri e favorire la competitività delle imprese italiane. Si tratta di 50 misure che toccano un ampio spettro di settori: dal fisco al lavoro, dalla giustizia civile alla ricerca.



sugli aiuti di Stato agli aeroporti e alle compagnie aeree 2014/C 99/03 ne rende dubbia l'ulteriore fattibilità. E' invece opportuno quindi agire in modo strutturale operando su tre ambiti.

2.1. Il primo, ricordato prima, è favorire l'emergere di imprese medie e reti di piccole imprese. In questo modo, si può accedere alla "grande distribuzione" turistica e quindi creare una massa critica indispensabile per avere maggiori collegamenti aerei.

2.2. Il secondo ambito riguarda le politiche aeroportuali. Bisognerebbe spostare l'intervento pubblico verso gli investimenti sulle infrastrutture dentro e fuori gli aeroporti. A tal fine, è opportuno, valutare l'ingresso dei privati nelle società di gestione. Tali interventi dovrebbero essere accompagnati, da misure quali la piena trasparenza dei contributi diretti e indiretti versati a favore del funzionamento degli aeroporti e all'effettuazione di voli e l'assegnazione di tali contributi solo in conformità a gare trasparenti.

2.3. Il terzo ambito d'intervento riguarda gli investimenti per il potenziamento dell'accessibilità agli aeroporti e dell'intermodalità.

3. Il terzo fattore di competitività turistica è la reputazione turistica. E' necessario da una parte beneficiare della reputazione positiva che la Sicilia ha acquisito in termini di prodotti legati alla "sicilianità" quali l'enogastronomia e i personaggi della letteratura e del settore audiovisivo/cinema, dall'altra smussare le percezioni negative legate all'inaffidabilità dei servizi e delle infrastrutture. Per questo è fondamentale superare la frammentazione dei soggetti pubblici che si occupano di marketing turistico e avviarsi verso la predisposizione di un soggetto, eventualmente aperto anche ai privati, che abbia risorse e competenze per incidere nella comunicazione, soprattutto social.

4. Quarto, è opportuno cogliere la domanda di diversificazione di prodotti turistici (cultura, benessere e scoperta del territorio) già esistente nei mercati sui quali la Sicilia è presente, ma non ancora soddisfatta. Non si tratta di investire solo in nuove infrastrutture turistiche, ma di liberare le energie creative della rete diffusa di imprenditori e professionisti, oggi bloccati da una serie di norme da rivedere.

5. Infine, la qualità dell'esperienza turistica, cioè la capacità del sistema di soddisfare le attese del turista. In questo campo, è opportuno cambiare prospettiva. Anziché ipotizzare di cambiare i comportamenti della libera impresa attraverso marchi e regole scarsamente riconosciute dal mercato, il settore pubblico dovrebbe "dare l'esempio" in due modi. In primo luogo, individuare un sistema di governance che permetta una gestione dei beni culturali e naturali, soprattutto quelli più noti, tale da proporre un modello di fruizione che si ponga alla frontiera degli standard internazionali. In secondo luogo, riqualificare i luoghi pubblici (il *setting*) dove si svolge l'esperienza turistica, dai centri storici alle strade.



Le analisi dimostrano che l'incuria e l'abbandono di questi luoghi è uno dei principali punti di debolezza nella percezione della visita.

Gli Obiettivi specifici

I cambiamenti strategici auspicati si possono avverare solo e solamente se l'approccio delle politiche attuali, prevalentemente settoriale, sia supportato da politiche trasversali con un forte coordinamento tra i Dipartimenti della Regione Siciliana e tra questi e gli enti locali e le imprese. In altre parole, non bisogna agire solo sui fattori di competitività turistica, ma anche su quelli di competitività economica territoriale.

1. A tal fine, è stato individuato un elenco di "missioni", riportate nella Tabella 1, che costituiscono oggetto di azione comune non solo di più Dipartimenti della Regione, ma anche degli enti locali e in taluni casi delle imprese.
2. Sarà necessario individuare, distintamente per ciascun Dipartimento, una serie di indicatori, che misureranno il progresso ed il contributo apportato da ciascuno alla attuazione delle missioni e degli obiettivi individuati.
3. Gli investimenti si baseranno su principi d'integrazione e concentrazione, finora auspicati, ma non sempre realmente attuati. Si tratta quindi di favorire gli investimenti nelle aree a maggiore vocazione turistica e dove è già presente un nucleo di industria turistica o una rete consolidata di piccole imprese.
4. Gli investimenti pubblici sul turismo devono basarsi su flussi finanziari certi e non occasionali. Si tratta definire, in concerto con l'Assessorato al Bilancio, criteri certi per il finanziamento alle attività turistiche, in una prospettiva almeno triennale.
5. Saranno individuate forme sistematiche di confronto pubblico, per esporre lo stato di avanzamento del programma agli stakeholder.

Perché l'azione su questi fattori sia efficace, è necessaria un'agenda di riforme che ridisegni la governance e le istituzioni che interessano il turismo. La profondità e l'oggetto delle riforme necessarie richiedono un vasto consenso nell'analisi e nelle soluzioni, non solo nelle istituzioni, ma anche nel variegato partenariato socio-economico. Un esercizio che, considerata la frammentazione del settore, esige un approccio partecipativo aperto, diffuso e basato sull'apprendimento. L'attuazione di questa agenda non può avere un orizzonte limitato di tre anni, quale quello del Programma Triennale. Per questo, è opportuno impostare un Piano all'interno del quale ci siano due ambiti d'intervento, il primo (il Programma Triennale in senso stretto), che includa gli interventi attuabili e/o attivabili nel triennio, il secondo che includa il più complesso percorso necessario per attuare l'agenda delle riforme fino al 2020 (e che può essere definito Piano strategico).



Tabella 1 – Missioni e politiche per il turismo

Factori di competitività	Missione	Politiche	Dipartimenti Regione Siciliana Interessati
Reputazione turistica	La missione è aumentare la reputazione turistica della regione, cioè la probabilità che i viaggiatori dei mercati/segmenti target desiderino di fare un viaggio presso la regione.	Comunicazione e Promozione Tutela del turista Informazione e accoglienza turistica	Dipartimento turismo Dipartimento regionale degli interventi infrastrutturali per l'agricoltura Dipartimento delle attività produttive Dipartimento della Programmazione
Qualità dell'offerta Soddisfazione	La missione è incrementare la soddisfazione dei turisti, tanto da farli promotori della regione.	Tutela del turista Informazione e accoglienza turistica Infrastrutture turistiche Trasporti locali Urbanistica	Dipartimento turismo Dipartimento della Programmazione Dipartimento regionale degli interventi infrastrutturali per l'agricoltura Dipartimento delle attività produttive Dipartimento dei beni culturali e dell'identità siciliana Dipartimento delle infrastrutture, della mobilità e dei trasporti Dipartimento dell'ambiente Dipartimento dell'urbanistica
Diversificazione dell'offerta	La missione è incrementare la qualità e la diversificazione dell'offerta turistica, cioè la probabilità di aumentare i flussi turistici presso località e stagioni non balneari.	Tutela del turista Informazione e accoglienza turistica Eventi e manifestazioni Infrastrutture turistiche Trasporti locali Urbanistica Valorizzazione dei beni naturali e culturali	Dipartimento turismo Dipartimento della Programmazione Dipartimento regionale degli interventi infrastrutturali per l'agricoltura Dipartimento delle attività produttive Dipartimento dei beni culturali e dell'identità siciliana Dipartimento delle infrastrutture, della mobilità e dei trasporti Dipartimento dell'ambiente Dipartimento dell'urbanistica
Struttura produttiva	La missione è favorire la creazione e il consolidamento di un'industria turistica.	Attrazione degli investimenti Accesso al credito Formazione Urbanistica	Dipartimento della Programmazione Dipartimento delle attività produttive Dipartimento dell'istruzione e della formazione professionale Dipartimento dell'urbanistica
Accesso ai mercati	La missione di questa policy line è facilitare l'accessibilità (in termini di minori tempi di percorrenza, frequenze dei collegamenti) alla regione.	Comunicazione e Promozione Informazione e accoglienza turistica Trasporti	Dipartimento della Programmazione Dipartimento delle infrastrutture, della mobilità e dei trasporti Dipartimento turismo

Da un punto di vista operativo si propone un modello di intervento articolato **in tre assi**.

1. **Gli interventi di marketing (place branding)**, finalizzati a rafforzare la reputazione turistica della regione, ad avvicinare le esperienze turistiche alle attese (qualità) e a definire un'immagine di offerta diversificata.
2. **Gli interventi sull'offerta (place making)**, finalizzati a realizzare le infrastrutture turistiche che i privati non riescono ad offrire e, soprattutto, a migliorare la qualità del paesaggio inteso come "setting" dove si svolgono le esperienze turistiche.
3. **Gli interventi a favore della competitività delle imprese**, finalizzati a rimuovere gli ostacoli alla crescita dimensionale e all'innovazione.

Tabella 2. Modello di intervento dell'Asse 1 – Marketing/Place branding

Obiettivi specifici	Descrizione	Obiettivi strategici cui si contribuisce
Marketing Intelligence	L'obiettivo è realizzare in modo sistematico studi e ricerche finalizzate a comprendere le percezioni del turista potenziale e la posizione competitiva (nella mente del turista) della regione rispetto ai propri concorrenti. La conoscenza delle percezioni dei turisti (attuali e potenziali) è fondamentale per informare le decisioni sulle azioni per migliorare la reputazione, la diversificazione e la qualità dell'offerta.	<i>Reputazione</i> <i>Qualità offerta</i> <i>Diversificazione dell'offerta</i>
Promozione e comunicazione	L'obiettivo è "preparare il terreno", cioè rendere nota la Sicilia sui mercati (solo dove è necessario) e/o creare un desiderio a considerare la Sicilia come luogo di vacanza. Si tratta di interventi diretti sia ai consumatori finali (quindi ai turisti), sia agli intermediari (operatori turistici, media, associazioni, ecc.).	<i>Reputazione</i> <i>Qualità offerta</i> <i>Diversificazione dell'offerta</i>
Informazioni turistiche	L'obiettivo è erogare informazioni turistiche, sia on line, sia su sito, che svolgano tre funzioni. Oltre ad aiutare il potenziale turista nella fase di preparazione al viaggio, s'intende fornire informazioni ai fini della diversificazione delle attività da fare in vacanza. Più le informazioni sono corrette, maggiore è la probabilità di avvicinare le attese all'esperienza effettivamente vissuta e quindi aumentare il livello di soddisfazione.	<i>Reputazione</i> <i>Qualità offerta</i> <i>Diversificazione dell'offerta</i>
Tutela del turista	L'obiettivo è ridisegnare l'attuale modello di intervento, al fine di renderlo a) coerente con il ruolo portante assunto dai social media, b) basato su un ruolo più attivo delle associazioni di categoria e, infine, c) semplificare l'accesso ai servizi e alle professioni.	<i>Qualità offerta</i> <i>Soddisfazione</i>
Prodotti, eventi e grandi manifestazioni	L'obiettivo è facilitare gli operatori turistici (pubblici e privati) a realizzare esperienze turistiche (sotto forma di visita, tour, pacchetto, viaggio, eventi, cena in luogo particolare, ecc.) commercializzabili.	<i>Diversificazione dell'offerta</i>

Tabella 3. Modello di intervento dell'Asse 2 – Offerta turistica/Place Making

Obiettivi specifici	Descrizione	Obiettivi strategici cui si contribuisce
Infrastrutture turistiche	L'obiettivo è realizzare opere pubbliche in settori di intervento rilevanti ai fini della fruizione turistica: infrastrutture di trasporto, infrastrutture ambientali, opere per il tempo libero e la ricreazione, opere per la fruizione dei beni e delle attività culturali, infrastrutture termali e, infine, infrastrutture tecnologiche. I criteri per definire queste opere turistiche sono la localizzazione in destinazioni a vocazione turistica e/o l'uso delle stesse da una rilevante utenza turistica.	<i>Qualità offerta</i> <i>Diversificazione dell'offerta</i> <i>Accesso ai mercati</i>
Accoglienza e paesaggio/ Appeal	L'obiettivo è realizzare opere pubbliche che valorizzino l'estetica e la fruizione dei luoghi, incentivando cittadini ed imprese a esigere migliori servizi di qualità urbana.	<i>Qualità offerta</i>
Governance e regole di gestione degli asset pubblici	L'obiettivo è definire interventi regolativi e normativi che favoriscano una gestione di attrattori e servizi turistici caratterizzati da un distinto orientamento al visitatore.	<i>Qualità dell'offerta</i> <i>Diversificazione dell'offerta</i>

Tabella 4. Modello di intervento dell'Asse 3 – Competitività delle imprese

Obiettivi Specifici	Descrizione	Obiettivi strategici cui si contribuisce
Realizzazione e ammodernamento strutture turistiche	L'obiettivo è supportare le imprese di proprietà privata, attraverso incentivi finanziari e semplificazioni burocratiche, a intraprendere investimenti in infrastrutture per attività turistiche (settore ricettivo, congressi, benessere, ecc).	<i>Qualità dell'offerta</i> <i>Diversificazione dell'offerta</i>
Semplificazione amministrativa	L'obiettivo è rimuovere gli ostacoli burocratici che frenano la nascita di nuove imprese turistiche e le ambizioni di crescita e innovazioni di quelle esistenti.	<i>Struttura produttiva</i>
Reti e aggregazioni di impresa	L'obiettivo è incoraggiare le imprese ad aggregarsi al fine di ricercare economie di scala e di scopo.	<i>Struttura produttiva</i>
Accesso al credito	L'obiettivo è creare le condizioni perché il mercato del credito offra alle imprese turistiche un ampio ventaglio di soluzioni al finanziamento e riduca il maggiore costo dovuto alla localizzazione geografica e alla sottocapitalizzazione del settore.	<i>Struttura produttiva</i>
Formazione	L'obiettivo è facilitare percorsi formativi per imprenditori, manager e lavoratori, sia nel campo operativo, sia in quello manageriale.	<i>Struttura produttiva</i>

3. IL PERCORSO PER L'ADOZIONE DEL PIANO STRATEGICO E DEL PROGRAMMA TRIENNALE

Il documento dovrà essere collocato nel processo di formulazione e attuazione delle politiche regionali; ne consegue che la fase di programmazione non si esaurisce con l'approvazione dei documenti di Piano e di Programma Triennale, secondo lo schema riportato di seguito, formulato sulla base delle prescrizioni dell'articolo 3 della l.r. 10/2005 ma prosegue con l'approvazione del Bilancio regionale che dovrà in qualche modo considerare le previsioni di spesa del Programma Triennale.

<i>Fasi</i>	<i>Attività</i>
Programmazione <i>Proposte</i>	Apprezzamento da parte della Giunta regionale delle linee guida Confronto con gli Assessorati e i Dipartimenti individuati nella tabella 1 Formulazione di uno schema di Piano strategico e di programma triennale
Programmazione <i>Consultazione</i>	Presentazione dello schema di piano e di programma al partenariato istituzionale ed economico sociale ed acquisizione contributi Formulazione di una proposta condivisa con le parti sociali di Piano strategico (2014-2020), Programma Triennale 2014-2016 e di Piano annuale 2015
Programmazione <i>Posizione ufficiale</i>	Apprezzamento degli schemi da parte della Giunta regionale Parere delle competenti Commissioni dell'Assemblea regionale siciliana Approvazione da parte della Giunta del Piano Strategico 2014-2020, del Programma triennale di sviluppo turistico 2014 -2020 e del Piano annuale 2015