

7.6 - PERCEZIONI E GRADIMENTO DELLE ESPERIENZE IN SICILIA DEI TURISTI (ESTERNI ED INTERNI)

Le analisi relative alle valutazioni sull'articolazione dell'offerta turistica siciliana sono state orientate a verificare se i convincimenti e le percezioni dei turisti "attuali", coincidono ed in che misura con le qualità intrinseche dell'offerta regionale, a valutare in termini di "Performance" le capacità di incontrare la "domanda", rispondendo alle aspettative degli utenti, ed a confrontare le peculiarità e le strategie perseguibili per lo sviluppo di ciascun geo-ambito turistico.

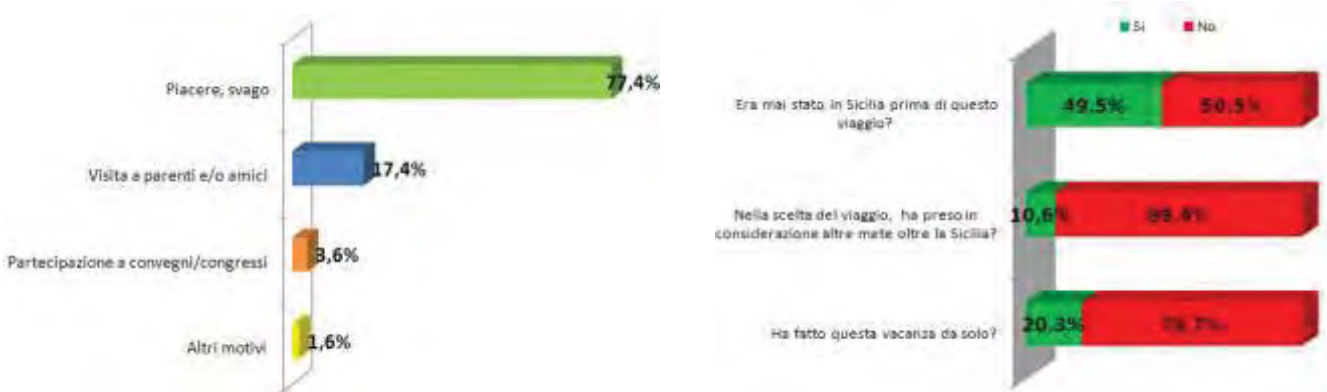
CARATTERISTICHE DEL TURISMO INCOMING

Trattandosi di un'isola, l'indagine sui turisti italiani ed esteri in Sicilia, ha previsto che gli intervistati venissero intercettati e reclutati alla partenza (fine del viaggio) in uno dei punti dai quali è possibile arrivare e partire dalla regione. Lo schema di indagine ha previsto la ripartizione delle interviste lungo l'arco temporale di 12 mesi solari, cogliendo gli effetti e le caratteristiche della stagionalità del turismo locale. I quattro periodi indicati corrispondono ai 4 trimestri dell'anno, identificando periodi ottimali per differenti tipologie di turismo, dal religioso-culturale (gennaio-marzo) al turismo pasquale e basso estivo (aprile-giugno), dal turismo estivo (luglio-settembre) al turismo invernale-natalizio (ottobre-dicembre).

Il 60% del flusso turistico intercettato nell'arco dell'anno in cui sono state effettuate le rilevazioni è proveniente dall'Italia, prevalentemente dalla Lombardia, seguita dal Lazio e dal Piemonte, mentre fra i turisti stranieri, prevalgono i Tedeschi, seguiti dai Francesi e dagli abitanti del Regno Unito.

La motivazione principale del viaggio in Sicilia è "il piacere e lo svago", cioè la tipica vacanza (77%), seguita con il 17% dalla "visita a parenti o amici" (che condiziona in parte la scelta della destinazione all'interno della Sicilia), mentre quote residue ottengono motivazioni quali la partecipazione a convegni o le cure termali o i pellegrinaggi.

Il viaggio in Sicilia non è una prima esperienza nel 50% dei casi circa e ciò fa riflettere sul fatto che la regione rappresenta una meta nella quale si tende a tornare e verso la quale si manifesta una certa affezione. Il fatto che rispetto al totale dei turisti intervistati il 90% ha dichiarato di non aver preso in considerazione mete alternative alla Sicilia, nel momento in cui è stata presa la decisione di fare il viaggio, rafforza ulteriormente il ragionamento esposto. Il turista sembra portato a scegliere la Sicilia perché la conosce (50%) o come nuova meta di vacanza, ma raramente (10%) la scelta effettuata è una scelta comparativa. In questi casi (342/3219, il 10% appunto), le prime dieci destinazioni competitor sono, nell'ordine delle preferenze indicate dai turisti, la Sardegna, la Grecia, la Spagna, alcune regioni italiane (Lazio, Puglia, Campania, Toscana, Calabria) e poi Malta e la Croazia. Destinazioni del Mediterraneo con molte caratteristiche storiche, ambientali e culturali simili a quelle della Sicilia.



Relativamente all'organizzazione del viaggio, possiamo osservare che l'80% dei turisti è partito in compagnia (di familiari e/o amici) e che poco più del 70% non si è servito di alcuna forma di intermediazione turistica, cioè lo ha organizzato da solo. C'è però ancora una parte non trascurabile, il 20%, che si è affidata in toto a tour operator o agenzie di viaggio, con una leggera prevalenza tra gli stranieri (20%) rispetto agli italiani (16%).

La Sicilia non è proprio una meta “last minute”, soltanto il 9% circa la sceglie effettivamente entro la settimana prima della partenza; per il 40% degli intervistati l'acquisto del viaggio è avvenuto tra le due e le quattro settimane precedenti allo stesso.

C'è una notevole differenza in questa distribuzione tra stranieri e italiani: i primi infatti nel 40% dei casi acquistano la vacanza con un buon anticipo, tra uno e due mesi prima, contro il 32% degli italiani, ed addirittura il 18% anche prima dei due mesi, rispetto al 7% dei turisti nazionali.

Il canale informativo utilizzato principalmente per l'organizzazione del viaggio è Internet (63%), che gli stranieri utilizzano più degli italiani (66% contro 61%).

Di interesse anche la percentuale (10%) di coloro che si affidano al consiglio di amici e/o parenti, il cosiddetto passaparola (più presente tra gli italiani), mentre del tutto trascurabile il ruolo svolto da depliant di enti turistici e guide turistiche.

Adottare il punto di vista del turista suggerirebbe, quindi, maggiori investimenti nella costruzione di materiali informativi da diffondere on-line per “raggiungerlo” nel momento dell'organizzazione e della scelta della meta ed i “depliant” più classici quando è giunto a destinazione, presso i punti informativi turistici.

Attraverso le motivazioni che spingono ad organizzare e fare una vacanza sono stati poi costruiti cinque segmenti tipologici che, mossi da bisogni diversi, possono rappresentare target di riferimento utili per chi deve “governare” l'offerta turistica. Le dimensioni indagate sono classificate a seconda che riguardino elementi di relax (Rilassarsi mentalmente, Rilassarsi fisicamente), di socializzazione (Trascorrere del tempo con amici, conoscere altre persone), di vicinanza con i familiari (Trascorrere più tempo con i familiari), di apprendimento (Conoscere cose nuove -posti, monumenti, usanze-), di novità (Mettersi alla prova in situazioni diverse dalle solite di contesti o persone, Potersi comportare senza salvaguardare la propria immagine sociale).

La procedura utilizzata ci ha permesso di identificare cinque segmenti identificando il cluster 1 con il turista “giovane” (Famiglia? No grazie), il cluster 2 con il turista “solitario”, decisamente poco incline alla socializzazione, in tutte le sue forme, e ancora meno volto ad associare al viaggio carattere di “novità”, il cluster 3 con il turista “prudente”, che si colloca su dimensioni intermedie, senza osare, il cluster 4 con il turista “classico”, coinvolto ampiamente dalle motivazioni tipiche, e molto meno con quelle che denotano elementi di “novità”, ed infine il cluster 5 con il turista “no limits”, che non rifugge da alcun elemento ed attribuisce punteggi alti di importanza a tutte le scale.

I turisti “no limits” “pretendono il massimo” su tutti i fattori di attrazione; il cluster dei “giovani” attribuisce maggiore importanza ai servizi sportivi e ricreativi, mentre i “solitari” attribuiscono alle dimensioni suddette importanza minore.

Ancora una volta, è importante sottolinearlo, non si rilevano differenze di rilievo sull'importanza di quelli che sono i classici elementi dell'offerta, cioè le bellezze ambientali, naturali e climatiche della destinazione, la sua cultura e le sue tradizioni, le peculiarità enogastronomiche, i monumenti e l'archeologia, denotando l'impraticabilità di una segmentazione turistica basata sulla differenziazione degli elementi più tradizionali dell'offerta turistica.

Una destinazione qual è la Sicilia, con un'offerta assai diversificata, trova in questi elementi espressione delle motivazioni dei turisti, certamente un punto di forza.

Prendendo in considerazione i fattori di attrazione che i turisti hanno ritenuto maggiormente significativi in questa esperienza vissuta in Sicilia, prevalgono le bellezze ambientali (55%), seguite dall'enogastronomia (34%).

Le dimensioni culturali, monumentali ed archeologiche, sono state invece indicate soltanto dal 21% circa dei rispondenti.

Positivo si può ritenere, sempre nel complesso, il riscontro sugli atteggiamenti dei residenti verso i turisti, una dimensione segnalata come una delle tre più rilevanti, da circa il 10% degli intervistati. Il Cluster dei “solitari” si è caratterizzato differentemente dagli altri, poiché la soddisfazione complessiva deriva più dai fattori di attrazione della destinazione che non dall'appagamento dei fattori di spinta.

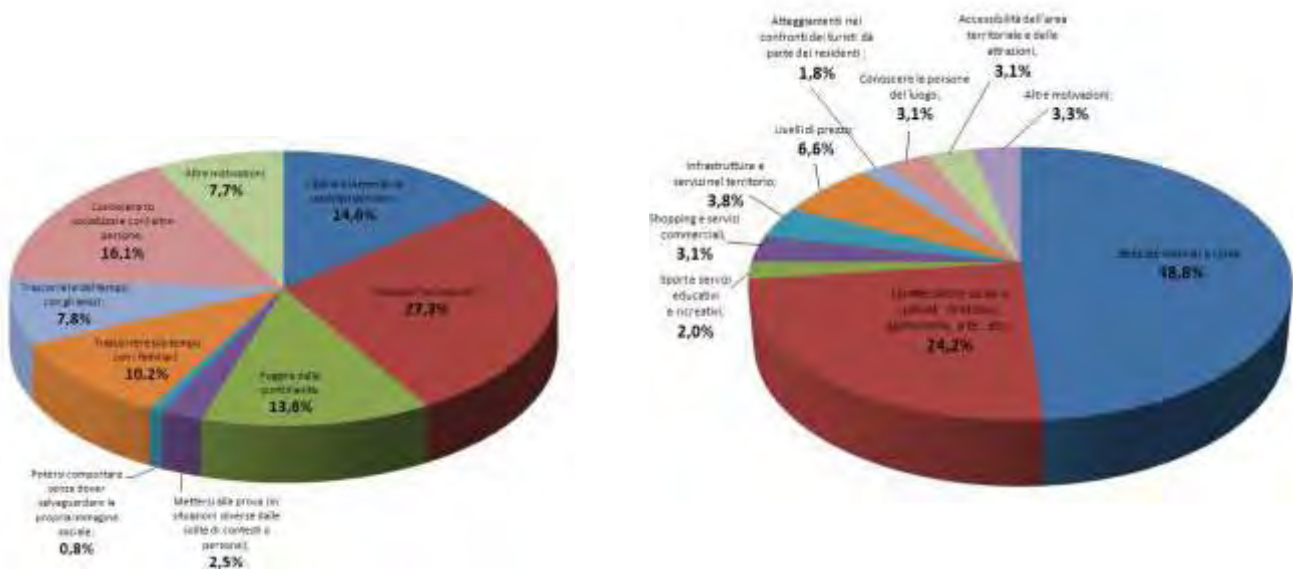
CARATTERISTICHE DEL TURISMO DI PROSSIMITA'

Le caratteristiche ambientali e monumentali, gli eventi e le tradizioni, delle località siciliane attraggono non solo turisti "esterni", stranieri o provenienti da altre regioni italiane, ma anche residenti, che dei contesti sociali e turistici regionali sono tendenzialmente più informati (turismo di prossimità) e che per modalità di organizzazione, fruizione dei servizi e durata del viaggio/vacanza presentano specifiche caratteristiche (escursionisti).

La dimensione e le caratteristiche di tale tipologia di turismo, costituito da un insieme articolato di gite ed escursioni per turismo ambientale, culturale, enogastronomico sono stimati a partire dalla indicazione degli intervistati sul n° di gite con almeno un pernottamento effettuate nella Regione.

Il 50% dei siciliani effettua turismo di prossimità con spinte motivazionali personali connesse prevalentemente al relax (41%) e con criteri di scelta delle località di destinazione basati sul patrimonio ambientale (49%) e quello culturale - tradizioni, gastronomia, sagre - (24%).

Soltanto il 4% dell'escursionismo siciliano è solitario, nel 92% dei casi si parte in gita con il gruppo familiare o con amici e parenti, nel 17% dei casi tali partenze sono organizzate in gruppi turistici.



LA SODDISFAZIONE DEI TURISTI PER L'ESPERIENZA IN SICILIA

La Sicilia, nel complesso, è una meta che appaga prevalentemente i turisti con le sue bellezze naturali, oltre che con le sue peculiarità enogastronomiche: naturalmente buona, si potrebbe dire, ma al contempo culturalmente e storicamente in apparenza meno interessante.

Dall'analisi sui turisti incoming emerge abbastanza chiaramente che le risorse ambientali e naturali sono quelle che maggiormente restano nella mente alla fine del viaggio in Sicilia, tanto da essere segnate come più importanti. Si dovrebbe, quindi, puntare di più sulla valorizzazione di risorse storico-culturali, monumentali e artistiche (anche mediante la possibilità di una loro più agevole fruizione), in quanto non è precluso in partenza l'interesse dei turisti nei confronti di queste risorse, che però al momento non rappresentano un punto di forza distintivo del sistema di offerta.

Analizzando complessivamente le 8514 visite rilevate, con in media cinque pernottamenti, si riscontrano frequenze di visita più elevate per i Distretti territoriali 2 Sicilia Occidentale (14,6%) e 7 Palermo Costa Normanna (10,8%) e per i Distretti tematici 18 Sud-Est (11,9%) e 13 Antichi Mestieri, Sapori e.. (8,2%).

La soddisfazione complessiva (scala 0-10) è elevata sia valutando il giudizio personale (8,4) che la propensione a consigliare la stessa esperienza (Consiglierebbe ad un amico questa esperienza?) e raggiunge i valori più alti per i Distretti tematici 25 Isole ed Arcipelaghi di Sicilia (8,9) e 24 Venere di Morgantina (8,7) mentre per i territoriali i Distretti 13 Antichi Mestieri, Sapori.. (8,8) e 14 Vini e Sapori (8,7).

L'analisi della soddisfazione complessiva per l'esperienza turistica in Sicilia conferma le indicazioni di quella relativa all'individuazione dei fattori di attrazione della domanda, tra i quali non particolarmente rilevante è apparsa la dimensione storica, archeologica e culturale; ciò non è riferibile al mancato soddisfacimento dei turisti, quanto alla potenzialità inespressa di tale fattore nelle destinazioni, che potrebbero, migliorando elementi sia di immagine che di effettiva fruibilità, ampliare il proprio bacino di utenza.

Se distinguiamo fra soggiorni e visite effettuate dai turisti in Sicilia si possono valutare le differenti performance delle località e dei Distretti in termini di attrattività e competitività.

DISTRETTI	VISITE		Pernottamenti N	N° soggiorni n	Permanenza Media in gg	SODDISFAZIONE	
	Frequenza	Personi				Soddisfazione	Consigliabilità
	8514	100	34344	7201	5,1	8,4	8,4
2 SICILIA OCCIDENTALE	1244	14,6	4804	935	5,1	8,6	8,6
7 PALERMO COSTA NORMANNA	917	10,8	2816	780	3,6	7,9	7,8
20 TAORMINA ETNA	647	7,6	2456	534	4,6	8,7	8,7
8 VALLE DEI TEMPLI	431	5,1	2263	370	6,1	8,5	8,5
25 ISOLE ED ARCIPELAGHI DI SICILIA	417	4,9	1318	371	3,6	8,5	8,9
22 CEFALÙ E PARCHI DELLE MADONIE E DI HIMERA	261	3,1	1066	220	4,8	8,3	8,4
10 THYRRENIUM TYNDARIS - PARCO DEI MITI	194	2,3	919	211	4,4	8,1	8,1
3 DISTRETTO TURISTICO DEGLI IBLEI	179	2,1	840	157	5,4	8,6	8,4
1 SELINUNTE IL BELICE E SCIACCA TERME	118	1,4	809	125	6,5	8,4	8,4
4 IL MARE DELL'ETNA	110	1,3	705	121	5,8	8,5	8,7
5 SIRACUSA E VAL DI NOTO	95	1,1	452	81	5,6	8,6	8,4
24 VENERE DI MORGANTINA	79	0,9	442	79	5,6	8,7	8,7
9 TIRRENO NEBRODI	74	0,9	278	66	4,2	8,1	7,9
6 GOLFO DI CASTELLAMMARE	54	0,6	216	65	3,3	7,8	7,9
21 MONTI SICANI E VALLE DEL PLATANI	14	0,2	118	21	5,6	8,2	8,3
23 SICILIA CENTRO MERIDIONALE	14	0,2	96	14	6,9	7,9	7,0
18 SUD-EST	1017	11,9	3877	900	4,3	8,5	8,5
13 ANTICHI MESTIERI, SAPORI, E TRADIZIONI POPOLARI SICILIANE	697	8,2	2781	559	5,0	8,8	8,8
14 VINI E SAPORI DI SICILIA	684	8,0	2032	336	6,0	8,7	8,8
12 MINIERE	435	5,1	1630	280	5,8	8,4	8,5
16 PESCATURISMO E CULTURA DEL MARE	277	3,3	1495	392	3,8	8,4	8,4
17 BORGHI MARINARI	246	2,9	1383	265	5,2	8,5	8,4
19 ECOSICILY - PARCHI, RISERVE E TERRE DEI NORMANNI	159	1,9	740	131	5,6	8,3	8,1
15 LE TERRE DEL MITO	129	1,5	728	175	4,2	8,3	8,4
26 TARGA FLORIO	22	0,3	80	13	6,2	8,5	8,3

Per quanto riguarda il soggiorno dei turisti, possiamo osservare che in tre dei 16 Distretti territoriali si concentra più del 50% del totale dei pernottamenti, in particolare nei Distretti 2 Sicilia Occidentale, 7 Palermo Costa Normanna e 20 Taormina-Etna, oltre il 70% se ne includiamo altri tre (nell'ordine i Distretti 25 Isole ed Arcipelaghi di Sicilia, 8 Valle dei Templi e 22 Cefalù e i Parchi delle Madonie). La parte rimanente (27%) si distribuisce negli altri undici Distretti territoriali in alcuni dei quali la dimensione appare davvero assai contenuta.

Si potrebbe quindi dire che l'offerta ricettiva che conta, in quanto scelta da turisti per soggiornarvi è collocata al più in una decina dei Distretti territoriali in cui è articolata la Sicilia, mentre alcuni appaiono veramente marginali o perché costituiti da destinazioni poco note o poco attrezzate da un punto di vista dei servizi turistici primari, quali quelli ricettivi.

Sulla base della permanenza media i Distretti possono essere poi raggruppati in due categorie, quelli nei quali si può parlare di una vacanza "lunga" 5-7 pernottamenti, e quella di vacanza "breve", meno di 5 pernottamenti. Osserviamo che sei Distretti territoriali sono caratterizzati da forme di vacanza più brevi, ascrivibili alla presenza di destinazioni utilizzate per soste giornaliere dei turisti non stanziali.

Diversa la situazione dei 9 Distretti tematici in 6 dei quali si concentra il 90% dei pernottamenti e soltanto il Distretto 26 Targa Florio fa registrare un numero di soggiorni veramente esiguo. Per quanto riguarda la permanenza media, in tre casi (Distretto 12 Miniere, 19 Ecosicily, 18 Sud-Est) essa si presenta con una entità che abbiamo riferito di viaggio "breve".

Nel complesso sembra che questa forma di aggregazione sia più consona alle esigenze dei turisti di quella territoriale. Una minore frammentarietà che, pur nell'inclusione di un minor numero di

Comuni, assorbe una larga fetta di domanda (se si rapportano i pernottamenti effettuati sui Distretti tematici a quelli effettuati sui Distretti territoriali, si ottiene un valore di 0,75 che sta appunto ad indicare che in un minor numero di aggregazioni, si concentra in realtà la maggior parte della domanda, almeno in termini di pernottamenti).

Relativamente alle visite effettuate entro ciascun Distretto, si osserva che nonostante l'offerta sia territorialmente "parcellizzata", l'80% delle visite si concentra in appena 6 dei Distretti territoriali, negli ultimi sei non si supera complessivamente il 5%. Certamente il capitale in termini di prodotto turistico di questi Distretti non è sufficientemente noto e tale da attrarre la domanda come avviene negli altri Distretti.

Le medesime informazioni, elaborate sulle visite ai Distretti tematici, mostrano rispetto alla notorietà "turistica" delle destinazioni che nei casi dei Distretti 26 Targa Florio e 15 Le Terre del Mito, la aggregazioni proposte non hanno sufficiente appeal per i turisti, che le scelgono raramente.

La soddisfazione per l'esperienza vissuta non mostra evidenti segnali di divergenze tra Distretti ed è in linea con quanto già osservato a livello complessivo.

DISTRETTI	VISITE		Pernottamenti	N° soggiorni	Permanenza	SODDISFAZIONE	
	Frequenz	Percent	N	N	Media in gg	Soddisfazione	Consigliabilità
	8514	100	34344	7201	5,1	8,4	8,4
2 SICILIA OCCIDENTALE	1244	14,6	4804	935	5,1	8,6	8,6
7 PALERMO COSTA NORMANNA	917	10,8	2816	780	3,6	7,9	7,8
20 TAORMINA ETNA	647	7,6	2456	534	4,6	8,7	8,7
8 VALLE DEI TEMPLI	431	5,1	2263	370	6,1	8,5	8,5
25 ISOLE ED ARCIPELAGHI DI SICILIA	417	4,9	1318	371	3,6	8,5	8,9
22 CEFALU' E PARCHI DELLE MADONIE E DI HIMERA	261	3,1	1066	220	4,8	8,3	8,4
10 THYRRENIUM TYNDARIS - PARCO DEI MITI	194	2,3	919	211	4,4	8,1	8,1
3 DISTRETTO TURISTICO DEGLI IBLEI	179	2,1	840	157	5,4	8,6	8,4
1 SEUNUNTE IL BELICE E SCIACCA TERME	118	1,4	809	125	6,5	8,4	8,4
4 IL MARE DELL'ETNA	110	1,3	705	121	5,8	8,5	8,7
5 SIRACUSA E VAL DI NOTO	95	1,1	452	81	5,6	8,6	8,4
24 VENERE DI MORGANTINA	79	0,9	442	79	5,6	8,7	8,7
9 TIRRENO NEBRODI	74	0,9	278	66	4,2	8,1	7,9
6 GOLFO DI CASTELLAMMARE	54	0,6	216	65	3,3	7,8	7,9
21 MONTI SICANI E VALLE DEL PLATANI	14	0,2	118	21	5,6	8,2	8,3
23 SICILIA CENTRO MERIDIONALE	14	0,2	96	14	6,9	7,5	7,0
18 SUD-EST	1017	11,9	3877	900	4,3	8,5	8,5
13 ANTICHI MESTIERI, SAPORI, E TRADIZIONI POPOLARI SICILIANE	697	8,2	2781	559	5,0	8,8	8,8
14 VINI E SAPORI DI SICILIA	684	8,0	2032	336	6,0	8,7	8,8
12 MINIERE	435	5,1	1630	280	5,8	8,4	8,5
16 PESCATURISMO E CULTURA DEL MARE	277	3,3	1495	392	3,8	8,4	8,4
17 BORGHI MARINARI	246	2,9	1383	265	5,2	8,5	8,4
19 ECOSICILY - PARCHI, RISERVE E TERRE DEI NORMANNI	159	1,9	740	131	5,6	8,3	8,1
15 LE TERRE DEL MITO	129	1,5	728	175	4,2	8,3	8,4
26 TARGA FLORIO	22	0,3	80	13	6,2	8,5	8,3

Se l'analisi dei flussi in relazione alla provenienza nazionale ed estera dei turisti è ovviamente correlata all'articolazione dei trasferimenti per i "nodi" portuali ed aeroportuali più vicini ai Distretti, appare interessante osservare all'interno di ciascuna articolazione territoriale e tematica quali località sono risultate maggiormente prescelte (preferite) e qual è stato il gradimento riscontrato.

In generale fra le località più visitate troviamo i principali capoluoghi di provincia: Palermo (815), Catania (538), Trapani (416), Agrigento (405), Siracusa (262), valori alti sia in relazione al riconosciuto patrimonio ambientale e monumentale che in relazione alla vicinanza degli aeroporti, maggiori punti di afflusso dei turisti. Fra le altre località maggiormente frequentate troviamo Taormina (435), Erice (291), Favignana (250), Cefalù (220), San Vito Lo Capo (216), luoghi storicamente noti ed attrezzati del turismo siciliano, che proprio per questo spesso sono inseriti in più Distretti, fra territoriali e tematici, e che riscontrano il maggiore gradimento dei turisti.

Per quanto riguarda il turismo di prossimità, analizzando i flussi interni da Distretto a Distretto e tenendo conto della presenza di sovrapposizioni (lo stesso escursionista può essere contato due volte se il suo Comune di residenza appartiene a due Distretti oppure se il Comune di destinazione della sua gita appartiene a due Distretti), si analizzano ben 5712 “viaggi interni” con in media due pernottamenti. Tale valore raggiunge valori più alti, circa 3, nei casi dei Distretti tematici 16 Pescaturismo e 14 Vini e Sapori e dei Distretti territoriali 25 Isole ed Arcipelaghi, 1 Selinunte, Belice e Sciacca Terme, 2 Sicilia Occidentale.

Il dato sulle frequenze per Distretto di destinazione indica valori più alti per il Distretto 18 Sud-Est (19%), seguito a distanza dal Distretto 7 Palermo Costa Normanna (7,6%) e dal Distretto 3 Turistico degli Iblei (7,1%). Tali dati possono essere utilizzati indicativamente poiché potrebbero essere stati influenzati da eventi presenti nei periodi di rilevazione.

La soddisfazione complessiva è elevata sia valutando il giudizio personale (8,0) che il valore di conferma della consigliabilità (8,1) e raggiunge i valori più alti per il Distretto 25 Isole ed Arcipelaghi di Sicilia (8,8).

Distretto di destinazione	Total		Modalità di viaggio			N° medio pernottamenti	Soddisfazione complessiva	
	Frequency	Percent	da solo	con familiari/amici/parenti	gruppo organizzati		soddisfazione	consigliabilità
Total	5712	100	4,1%	92,4%	17,1%	2,2	8,0	8,1
7 PALERMO COSTA NORMANNA	436	7,6	6,2%	92,0%	13,8%	1,6	7,8	7,7
3 DISTRETTO TURISTICO DEGLI IBLEI	406	7,1	4,7%	92,6%	15,8%	2,7	8,1	8,3
2 SICILIA OCCIDENTALE	405	7,1	2,7%	92,3%	17,5%	2,8	8,4	8,6
20 TAORMINA ETNA	392	6,9	2,3%	92,3%	21,4%	1,6	8,1	8,2
8 VALLE DEI TEMPLI	329	5,8	7,3%	88,8%	13,4%	2,1	7,5	7,7
22 CEFALU' E PARCHI DELLE MADONIE E DI HIMERA	178	3,1	1,1%	96,1%	20,8%	1,9	8,1	8,1
10 THYRRONIUM TYNDARIS - PARCO DEI MITI	160	2,8	4,4%	92,5%	14,4%	1,9	7,9	8,1
5 SIRACUSA E VAL DI NOTO	158	2,8	3,2%	93,0%	17,7%	2,5	8,2	8,2
24 VENERE DI MORGANTINA	147	2,6	4,1%	89,1%	33,3%	1,0	8,2	8,1
4 IL MARE DELL'ETNA	107	1,9	3,7%	96,3%	13,1%	2,0	7,5	7,8
9 TIRRENO NEBRODI	105	1,8	6,7%	93,3%	16,2%	2,5	8,0	7,9
1 SELINUNTE IL BELICE E SCIACCA TERME	97	1,7	4,1%	94,8%	12,4%	2,8	7,3	7,1
25 ISOLE ED ARCIPELAGHI DI SICILIA	95	1,7	5,3%	90,5%	16,8%	3,3	8,8	8,8
6 GOLFO DI CASTELLAMMARE	52	0,9	1,9%	98,1%	19,2%	1,8	7,9	8,1
21 MONTI SICANI E VALLE DEL PLATANI	29	0,5	3,4%	89,7%	44,8%	1,8	8,3	7,9
23 SICILIA CENTRO MERIDIONALE	20	0,4	0,0%	100,0%	15,0%	1,7	7,9	7,7
18 SUD-EST	1076	18,8	3,6%	92,4%	17,7%	1,9	8,1	8,2
12 MINIERE	349	6,1	6,9%	89,4%	15,2%	2,1	7,5	7,7
13 ANTICHI MESTIERI, SAPORI, E TRADIZIONI POPOLARI SICILIANE	244	4,3	1,2%	94,7%	22,1%	1,9	8,5	8,5
14 VINI E SAPORI DI SICILIA	235	4,1	1,7%	92,3%	20,9%	3,0	8,5	8,6
16 PESCATURISMO E CULTURA DEL MARE	194	3,4	1,0%	95,4%	15,5%	3,2	8,3	8,4
17 BORGHI MARINARI	191	3,3	9,9%	90,1%	8,9%	2,7	7,8	7,9
19 ECOSICILY - PARCHI, RISERVE E TERRE DEI NORMANNI	186	3,3	4,8%	92,5%	10,8%	1,9	8,0	8,2
15 LE TERRE DEL MITO	87	1,5	2,3%	95,4%	13,8%	1,8	7,1	7,1
26 TARGA FLORIO	34	0,6	0,0%	97,1%	14,7%	1,5	7,4	7,2

Analizzando i movimenti origine-destinazione interni è possibile individuare che le località più frequentate dal turismo di prossimità, sono i principali capoluoghi di provincia: Palermo (389), Catania (331), Siracusa (290), Agrigento (236), Ragusa (166), cioè quei comuni che, per la presenza di bellezze paesaggistiche e monumentali, per la maggiore organizzazione ricettiva ed i migliori collegamenti stradali, rappresentano i punti di forza delle varie articolazioni dell'offerta turistica.

7.7 - L'ACCOGLIENZA COME ELEMENTO FONDAMENTALE DELL'OFFERTA

Un programma di sviluppo turistico territoriale, come quello dei Distretti, può essere efficace solo se per primi i residenti comprendono l'importanza strategica del turismo per il miglioramento della qualità della vita complessiva della loro città. L'analisi dell'impatto del turismo sui residenti mostra come tale comprensione nei residenti influenzi il loro senso di ospitalità ed accoglienza. Il rapporto molto forte con il territorio dei siciliani non sempre incide in tale processo, più forti sono gli interessi diretti e tangibili. Dall'analisi emerge però che, come già accennato, laddove sono più

alte la comprensione e la soddisfazione per gli aspetti sociali della vita nel proprio Comune di residenza, maggiore è la predisposizione e la fiducia nei confronti del turismo. In questo senso occorre lavorare molto per far crescere la consapevolezza dei siciliani che questo è il vero punto di forza (distintivo) dell'attrattività turistica locale ed è l'unica chiave per il miglioramento della qualità della vita complessiva e lo sviluppo della regione.

Anche presso le imprese di filiera è stato rilevato un basso livello di coinvolgimento degli operatori ed una elevata disinformazione e, come per i singoli cittadini, è auspicabile un'azione più forte in termini di sensibilizzazione, professionalizzazione e coinvolgimento per il potenziamento del sistema turistico e lo sviluppo economico locale.

VALUTAZIONI SULL'ARTICOLAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA SICILIANA E SUI DISTRETTI

In generale la Sicilia risulta attraente per la sua capacità di “accontentare” segmenti turistici che partono con esigenze diverse. Alla luce dei risultati delle indagini quantitative è possibile affermare che il turismo incoming che ha scelto l'isola come meta di vacanza, individua nelle bellezze ambientali l'elemento più gratificante del viaggio e che gli resta più impresso. Fin'ora ha trovato uno spazio relativamente minore il patrimonio monumentale, storico e culturale, una grossa potenzialità turistica della Sicilia, non ancora sfruttata adeguatamente.

I competitor della Sicilia possono essere individuati in altre destinazioni del mediterraneo, con caratteristiche climatiche, ambientali e culturali simili.

L'insieme articolato di gite ed escursioni del turismo di prossimità appare abbastanza sviluppato ma, poiché basato su spinte motivazionali personali connesse prevalentemente al relax, risulta piuttosto condizionato dalla inadeguatezza dei collegamenti e dei servizi interni. Questo rappresenta un punto di debolezza dell'intera offerta, non esclusivamente legato al sistema turistico ma con conseguenze ovvie sullo stesso. Altro fattore di debolezza è lo scarso utilizzo della rete e del web da parte degli operatori, canali divenuti ormai assolutamente prevalenti sulle altre forme di documentazione ed organizzazione del viaggio, soprattutto nella fase di ricerca della destinazione. In questo senso occorre attivare canali informativi, anche istituzionali, che possano essere dei veri punti di riferimento per tutti i tipi di viaggiatore.

In generale i turisti appaiono molto soddisfatti per il viaggio in Sicilia e si mostrano disponibili a consigliarlo ad amici, divulgando un giudizio complessivamente positivo da sfruttare per generare effetti moltiplicativi delle presenze turistiche. Per comprendere le risultanze dei ranking di frequenza (notorietà) e soddisfazione (gradimento) va detto innanzitutto che queste sono fortemente influenzate dalla presenza nei Distretti di singoli comuni e località con una tradizione, una notorietà complessiva ed una organizzazione turistica consolidate. La suddivisione della Sicilia nei Distretti territoriali (nella loro attuale composizione) risulta eccessivamente articolata, con alcuni Distretti che risultano poco o scarsamente noti alla domanda, che complessivamente si concentra soltanto su alcuni, mentre la suddivisione in Distretti tematici che riflette maggiormente le richieste della domanda “esterna”, presenta soltanto due Distretti tra i 9 proposti scarsamente noti e frequentati dai turisti.

Le performance del Distretto 18 Sud-Est in termini di frequenza e soddisfazione dei turisti interni ed esterni sono connesse proprio alla presenza di un numero cospicuo di Comuni Attrattori. Questo aspetto risulta determinante anche nelle valutazioni complessive sull'offerta turistica siciliana, che presenta alcuni Distretti “deboli” ed alcune duplicazioni, soprattutto fra l'articolazione territoriale e quella tematica. Ad esempio i Distretti 8 Valle dei Templi e 12 Turistico delle Miniere sono territorialmente sovrapposti ed hanno gli stessi attrattori ed i medesimi risultati in termini di frequenza e soddisfazione procurata ai turisti interni ed esterni.

Infine l'articolazione tematica, tranne alcuni casi particolarmente ben costruiti, si presenta meno organizzata e strutturata, elemento evidenziato dalla maggiore variabilità presente nel gradimento espresso nei confronti dei principali attrattori di ciascun Distretto.