



Attrattività dell'offerta turistica siciliana

LA NOSTRA DEFINIZIONE DI ATTRATTIVITA'

Il concetto di attrattività di una località turistica non è univoco, né rispetto alla definizione teorica né rispetto a quella operativa (misurazione), infatti una destinazione può essere ritenuta, e viene comunemente considerata dai decision maker, "attrattiva" se è dotata di risorse genericamente definibili "turistiche". Questo punto di vista rispecchia una accezione del concetto centrata esclusivamente sul lato dell'offerta mentre è il punto di vista della domanda che dovrebbe essere privilegiato. Senza turisti non esiste turismo, senza le visite e l'apprezzamento dei turisti nessuna località potrebbe essere considerata né attrattiva né una destinazione in senso proprio.

Obiettivo principale di quest'ultima analisi è evidenziare che dell'attrattività dei Distretti turistici siciliani va data un'immagine composita, che tenga conto dei punti di vista dei diversi soggetti valutatori.

La serie di misure dell'attrattività sono calcolate sul contributo e/o le valutazioni dei diversi stakeholder coinvolti a vario titolo nel sistema turistico regionale, nella considerazione che la componente umana ricopre un ruolo decisivo sia per realizzare che per valutare un prodotto turistico, composto da beni irriproducibili (ad esempio i beni culturali e le bellezze naturali) e riproducibili (servizi e prestazioni, atmosfera).

In questa sede, delle nove dimensioni dell'attrattività considerate:

- 1) Bellezze naturali e clima - Include: topografia generale; flora e fauna; vicinanza al mare, montagna, isole, ..etc; quantità di sole; temperatura; venti; precipitazioni ...etc
- 2) Caratteristiche sociali e culturali - Include: lingua; tradizioni; gastronomia; arte; musica; religione; educazione; abbigliamento; storia; musei; festival ...etc
- 3) Sport e servizi educativi e ricreativi - Include: impianti sportivi; cinema; discoteche; divertimenti notturni in generale; zoo, acquari; giardini botanici; sentieri-natura ...etc
- 4) Shopping e servizi commerciali - Include: negozi di souvenir e regali; centri commerciali ...etc
- 5) Infrastrutture del territorio - Include: mezzi di comunicazione; trasporto pubblico; strade; alloggio; servizi sanitari; informazioni; servizi di ristorazione; sicurezza personale e materiale; pulizia e igiene ambientale ...etc
- 6) Livelli di prezzo - Riguarda il valore ricevuto a fronte del denaro speso sui servizi principali, cibo, alloggio e trasporto nell'area;
- 7) Atteggiamenti nei confronti dei turisti - Include: il calore della popolazione locale; la facilità di comunicare; la disponibilità nel fornire informazioni; l'assenza di ostilità verso le attività turistiche ...etc
- 8) Accessibilità dell'area territoriale - Include: esigenza di avere permessi per circolare e visitare i siti turistici; la distanza fisica della regione dalla grande città più vicina (Catania, Palermo, Messina); il tempo impiegato per raggiungere la regione; ...etc
- 9) Sistema turistico locale - Include: le risorse socio-economico-culturali quali il capitale umano, il sistema delle relazioni tra attori istituzionali e tra istituzioni e imprese; cultura imprenditoriale, politiche di coesione, atteggiamento di tutela e conservazione del patrimonio turistico; sostenibilità turistica; cultura turistica delle istituzioni locali ...etc.

Sono state calcolate sia delle misure "oggettive" valutate attraverso l'inventario delle risorse sia le valutazioni ad esse attribuite da una vasta gamma di stakeholder nazionali ed esteri. Il punto di vista dei residenti è espresso invece mediante un indicatore composto che si basa sulle valutazioni espresse sull'importanza e soddisfazione di alcune dimensioni che concorrono ad articolare il concetto di qualità della vita e sull'effetto che su di esse ha il turismo. La misura dei

comportamenti turistici, sia di prossimità che incoming, è ricavata da un indicatore composto che mette in relazione la percentuale di visite nei Distretti con la soddisfazione relativa all'esperienza vissuta e la propensione a consigliarla ad amici. Infine si è provveduto a calcolare un indicatore composto di networking che misura il grado di relazionalità, esercitato e potenziale, delle imprese della filiera turistica che operano nei Distretti.

Tali misure possono rappresentare una efficiente base di riferimento per effettuare valutazioni e delineare (correggere) le strategie e le politiche turistiche di un territorio.

Tali politiche devono puntare sull'offerta di un valore aggiunto, concetto sempre più importante, che permetta di non agire drasticamente ed unicamente sulla variabile prezzo ma migliori le performance operando sull'ambiente, l'organizzazione e l'ospitalità della popolazione residente, trasformando viaggi e vacanze in esperienze per i turisti e relegando il costo e le carenze infrastrutturali in secondo piano.

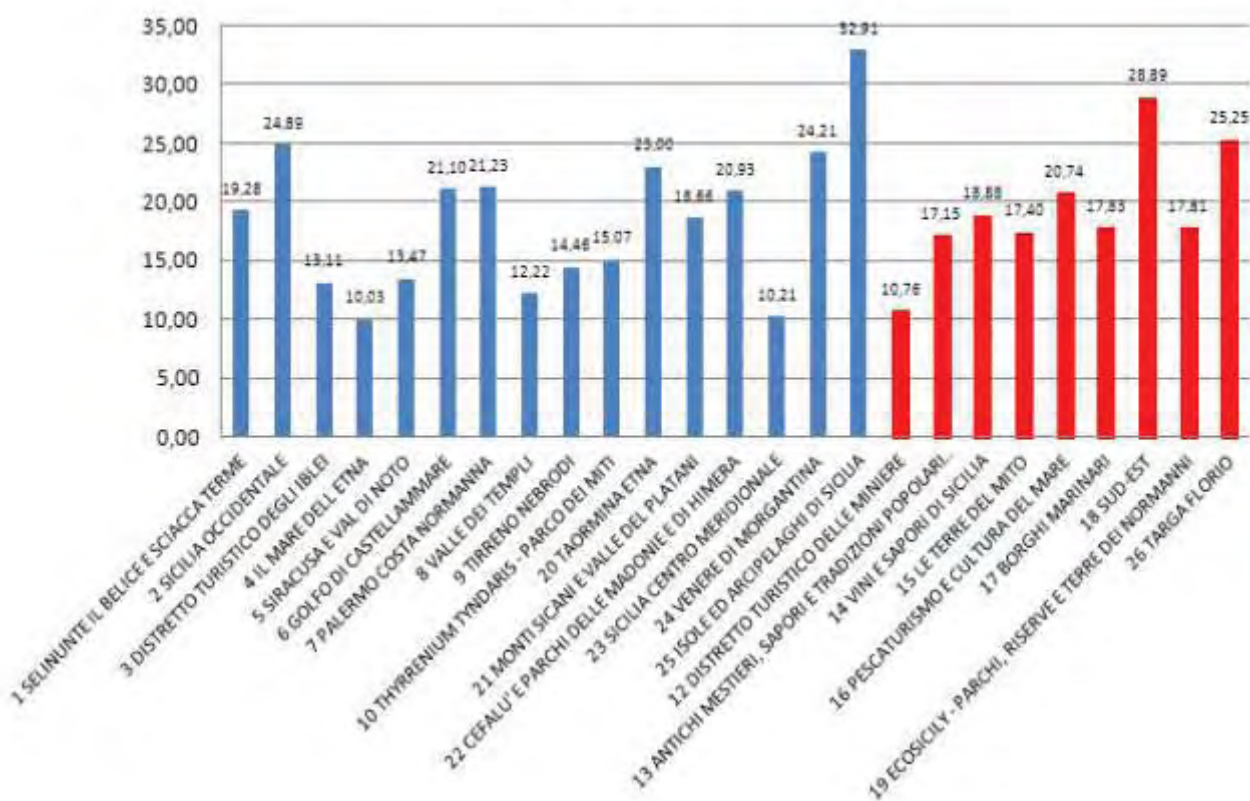
Si riportano l'indicatore dell'inventario delle risorse e quelli degli atteggiamenti e del grado di relazionalità dei residenti e delle imprese della filiera turistica, più incidenti sulla definizione dell'offerta.

L'inventario delle risorse permette di fornire un quadro delle risorse turistiche del territorio regionale riferibile alle dimensioni 1), 2), 3) "obiettive" ed aggregabili in indicatori sintetici. Nel caso 3), infrastrutture, è possibile fare solo riferimento, in base ai dati forniti dall'inventario, alla capacità ricettiva misurata come tasso composto della funzione ricettiva.

Il risultato di queste operazioni (incluse le relative trasformazioni dei valori e la costruzione di indicatori con punteggi 0-100 indipendenti tra i vari Distretti) è stato un indicatore composto complessivo, come media dei vari indicatori.

L'indicatore TQOL (misurazione tramite gli atteggiamenti dei residenti) è costruito con dati tratti dall'indagine sui residenti, attraverso passaggi successivi e costituisce, per ciascun Distretto, una media dei punteggi di qualità della vita rispetto alle 10 dimensioni in cui è stato scomposto il concetto (i=1,2,...,10).

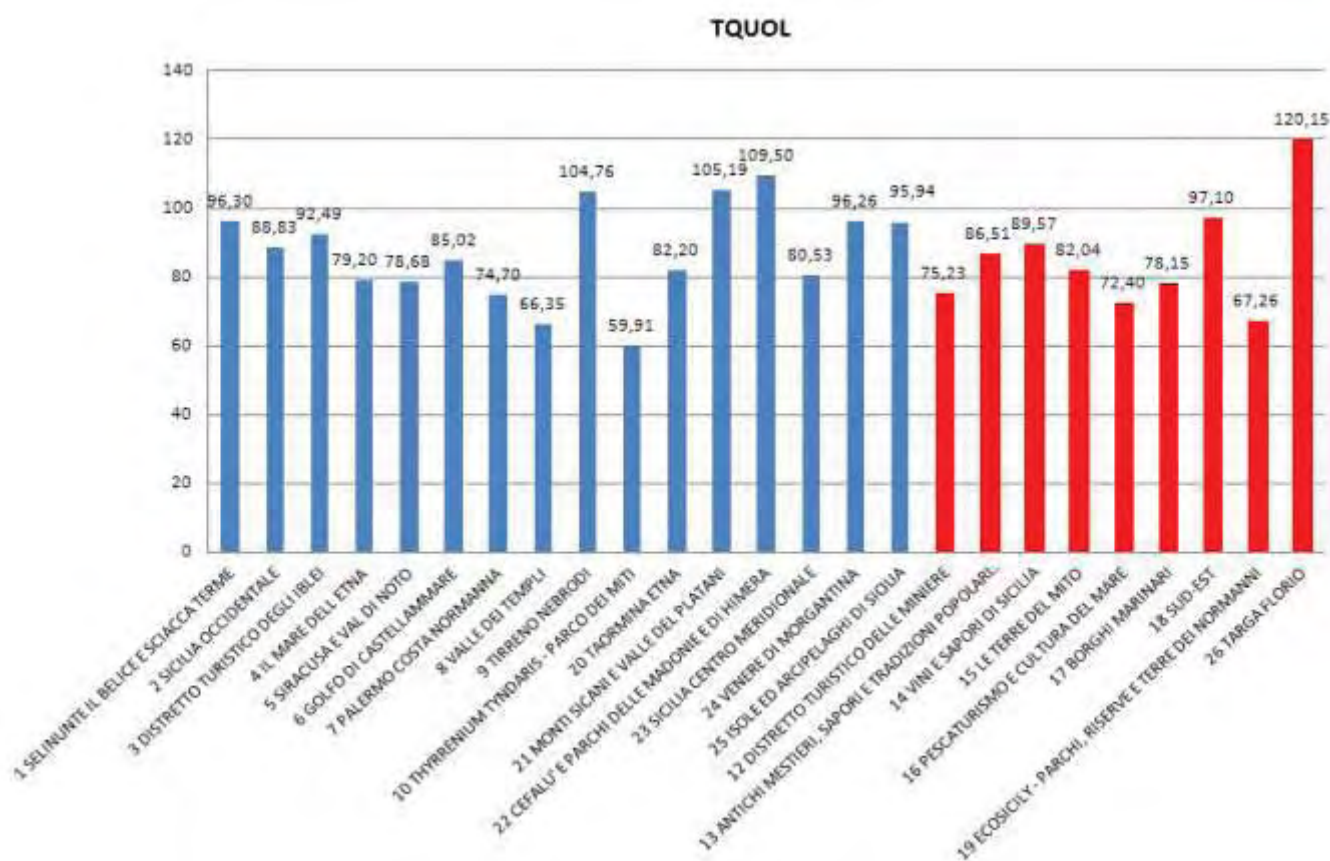
PUNTEGGI DI ATTRATTIVITA' DAL LATO DELL'OFFERTA
(Base inventory delle risorse)



L'indicatore considera i punteggi di soddisfazione (punteggi 0-10); i punteggi di importanza attribuita (punteggi 0-10) e l'effetto percepito del turismo (punteggi da -3 = diminuisce molto la qualità della vita a +3= incrementa molto la qualità della vita) sulle seguenti dimensioni:

- 1 - FUNZIONAMENTO DEI SERVIZI PUBBLICI
- 2 - L'ORDINATO UTILIZZO DEL TERRITORIO (affollamento, condizioni del traffico, gestione dei rifiuti, abusivismo edilizio)
- 3 - SALVAGUARDIA DELLE TRADIZIONI E DELLO STILE DI VITA ABITUALE
- 4 - LA SALVAGUARDIA DELLA NATURA
- 5 - LA SALVAGUARDIA DEI MONUMENTI
- 6 - LA BUONA IMMAGINE DELLA CITTA' ALL'ESTERNO
- 7 - LA POSSIBILITÀ DI CONOSCERE PERSONE E CULTURE DIFFERENTI
- 8 - BENESSERE ECONOMICO IN CITTA' (valore economico delle case/terra, disponibilità di lavoro per i residenti, livello dei prezzi)
- 9 - LA DISPONIBILITÀ DI RISORSE RICREATIVE IN CITTA' (festival, fiere, cinema, teatro, musica dal vivo, sport, ...etc.)
- 10 - TRANQUILLITÀ E ORDINE PUBBLICO IN CITTA' (criminalità, droga e alcool, prostituzione, schiamazzi, sicurezza personale)

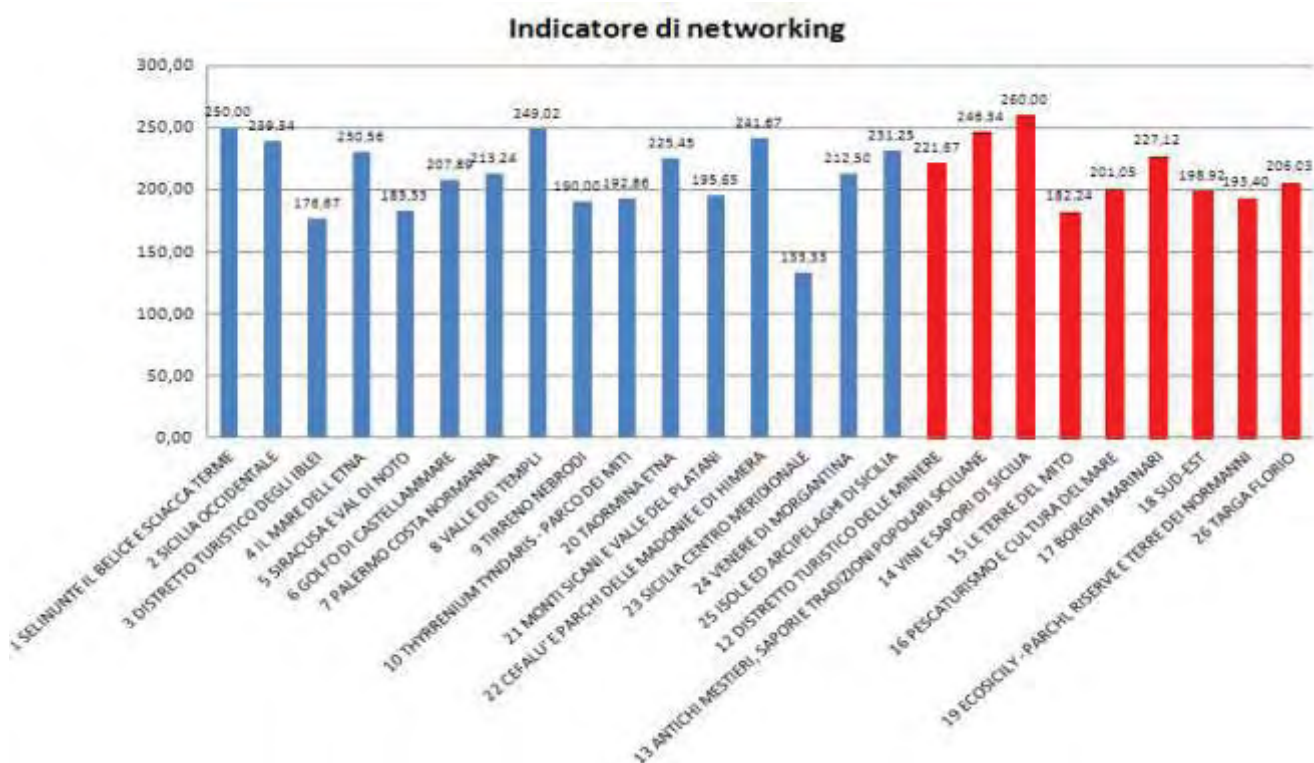
Il campo di variazione potenziale dell'indicatore è compreso nell'intervallo -300; +300



L'insieme delle imprese di filiera contribuisce a qualificare l'offerta turistica del Distretto.

Il presupposto di base è che se il sistema delle imprese è competitivo, il Distretto di riferimento ne trae vantaggi e quindi migliora anche la sua attrattività. La misura esprime, quindi, il grado di networking e di cooperazione delle imprese operanti nel territorio e la batteria di indicatori prescelta (range 0-100) è stata calcolata esprimendo il grado d'impiego di nuovi strumenti di

comunicazione e gestione della propria attività, di grande valore per la clientela turistica, e la vocazione delle imprese a far parte di un sistema integrato di offerta. Per somma dei valori associati a ciascun indicatore, è stato calcolato il punteggio dell'indicatore composto, come misura di "competitività" del sistema di offerta locale. Se si tiene in considerazione che il massimo teorico per l'indicatore è il valore di 400, i valori ottenuti nei Distretti possono essere associati in prevalenza ad un livello medio dell'indicatore. Con l'eccezione del Distretto 23 Sicilia Centro Meridionale, per cui il valore rilevato, che è il più basso, è pari a 133, la variabilità tra i Distretti è abbastanza contenuta, il che sta ad indicare che non ci sono Distretti nei quali il "funzionamento" delle imprese di filiera può essere considerato decisamente migliore rispetto agli altri.



Lo studio ha inoltre previsto la realizzazione di carte tematiche che rappresentano i Distretti, utili ad effettuare ulteriori riflessioni. Le cartine riportano la distribuzione sui sette indicatori ricavati dalle nostre indagini, utilizzabili come misure sintetiche di attrattività; l'intensità del colore è in relazione con i livelli con cui è si presenta ciascuno specifico indicatore nel Distretto: colore più intenso, valore dell'indicatore più elevato. Inoltre nella costruzione delle carte, si è adoperato il criterio in base al quale assumono la stessa intensità di colore quei Distretti con differenze minime del valore.

