

## REGIONE SICILIANA



### ASSESSORATO DEL TURISMO, DELLE COMUNICAZIONI E DEI TRASPORTI

#### DIPARTIMENTO TURISMO, SPORT E SPETTACOLO

Il Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo ha elaborato, in esecuzione dell'art. 3 della L.R. 15.09.2005 n° 10, il **“Programma Triennale di Sviluppo Turistico Regionale”**, che *“.....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”*.

L'elaborato è stato consegnato in data 27.11.2006 all'Assessore On.le Misuraca per le opportune valutazioni e per gli ulteriori adempimenti previsti in materia, ma la mancata costituzione del Consiglio Regionale del Turismo, organismo previsto dalla citata Legge, e l'impossibilità, quindi, di acquisirne i previsti orientamenti in merito, ha bloccato il successivo iter amministrativo.

Pur tuttavia, lo studio, predisposto dai Dirigenti del Dipartimento Avv. Filippo Nasca, in servizio presso il Servizio Turistico Regionale di Patti temporaneamente assegnato all'Area 4 “Direzione Turismo”, Ing. Manlio Scirè ed Arch. Marilù Miranda dell'Area 3 Tur “Osservatorio Turistico”, e con la collaborazione del Dott. Calogero Marino per la parte relativa alle notazioni statistiche ed agli elaborati grafici, viene oggi proposto all'attenzione degli operatori del settore, trattandosi in ogni caso di un documento che, per primo, considera ed analizza gli obiettivi tutti e le azioni da porre in essere per sfruttare al meglio le risorse turistiche del territorio siciliano.

Palermo, 8 maggio 2007



**REGIONE SICILIANA  
ASSESSORATO REGIONALE DEL  
TURISMO, COMUNICAZIONI E  
TRASPORTI**

**DIPARTIMENTO TURISMO, SPORT E SPETTACOLO**

**PROGRAMMA TRIENNALE DI  
SVILUPPO TURISTICO 2007-2009**

Schema definitivo 26 novembre 2006

## **A cura dell'Area 4 – Direzione**

Con l'ausilio del tavolo tecnico istituito con D.D.G. nr. 884/A 4 del 10.7.2006

### **Coordinamento**

Avv. Pietro Carmelo Russo - Dirigente Generale Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo presso l'Assessorato Regionale del Turismo della Regione Siciliana.

### **Gruppo di lavoro**

Avv. Filippo Nasca – Dirigente del Servizio Turistico Regionale nr. 16 (Patti e Tindari) ed assegnato all'Area 4 del Dipartimento - Direzione

Ing. Manlio Scirè – Dirigente dell'Area 3 – Osservatorio Turistico

Arch. Marilù Miranda – Dirigente assegnato all'Area 3 – Osservatorio Turistico

Con il contributo di tutte le Aree ed i Servizi del Dipartimento Turismo Sport e Spettacolo

## INDICE

### **1. La programmazione regionale e i dati territoriali**

- 1.1. Premessa
- 1.2. Prodotti turistici e territorio
- 1.3. La programmazione su base provinciale in materia di turismo
- 1.4. La spesa pubblica per il turismo

### **2. L'analisi dei flussi turistici**

- 2.1 Premessa
- 2.2 Analisi dei punti di forza e di debolezza
- 2.3 Obbiettivi strategici
- 2.4 I mercati
- 2.5 Modalità operative

### **3. Gli obiettivi complessivi e le priorità dell'azione amministrativa**

- 3.1 Obiettivo Attuazione della l.r. 15 settembre 2005 nr. 10
- 3.2 Obiettivo Servizi turistici regionali – infrastrutturazione
- 3.3 Obiettivo Province Regionali
- 3.4 Obiettivo Attività di proposizione legislativa
- 3.5 Obiettivo Qualità del sistema turistico regionale
- 3.6 Obiettivo Carte dei diritti del turista
- 3.7 Obiettivo Rilevazioni statistiche
- 3.8 Obiettivo Pro Loco
- 3.9 Obiettivo Comunicazione ai sensi della l. 150/2000
- 3.10 Obiettivo Programmazione spesa fondi UE 2007-2013
- 3.11 Obiettivo Innovazione tecnologica
- 3.12 Obiettivo Cooperazione interregionale ed internazionalizzazione
- 3.13 Obiettivo Agenzie di viaggi
- 3.14 Obiettivo Professioni turistiche
- 3.15 Obiettivo Ricettività
- 3.16 Obiettivo Portualità turistica, turismo nautico e pescaturismo
- 3.17 Obiettivo Isole minori
- 3.18 Obiettivo Grandi centri turistici.
- 3.19 Obiettivo Turismo balneare
- 3.20 Obiettivo Turismo dei parchi e delle aree protette – turismo verde
- 3.21 Obiettivo Turismo enogastronomico
- 3.22 Obiettivo Turismo culturale e delle città d'arte
- 3.23 Obiettivo Turismo rurale ed agriturismo
- 3.24 Obiettivo Turismo sportivo
- 3.25 Obiettivo Turismo congressuale
- 3.26 Obiettivo Turismo per i diversamente abili
- 3.27 Obiettivo Turismo termale
- 3.28 Obiettivo Turismo religioso

### **4. Le azioni di incentivazione per le infrastrutture e per le opere di valorizzazione turistica nel territorio.**

- 4.1 Azioni di incentivazioni per il settore alberghiero.
- 4.2 Azioni per la realizzazione di opere pubbliche di valorizzazione turistica dei centri urbani – teatri, auditorium e palaecongressi – impiantistica sportiva

### **5. Il piano di promozione e di commercializzazione dell'offerta turistica**

### **6. I Progetti elaborati dai distretti turistici**

### **7. Il Piano degli eventi e delle manifestazioni di richiamo turistico**

### **8. I Criteri di verifica dei risultati della programmazione.**

**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

**1. La programmazione regionale e i dati territoriali**

## 1.1. Premessa

Il "prodotto turismo" che la Sicilia può offrire risulta sempre più articolato, giacché il territorio presenta una molteplicità di prodotti turistici, che innovano le formule del turismo tradizionale.

Dopo la fase stazionaria o addirittura decrescente del 2002, la Sicilia ha visto un continuo incremento dei flussi turistici, soprattutto stranieri, in quasi tutte le sue Province negli anni 2003, 2004 e 2005 (Tab. 1).

E' così che l'Osservatorio Nazionale sul Turismo Unioncamere – Isnart vede la Sicilia, nel 2006, in quarta posizione, tra tutte le regioni Italiane, per percentuale di presenze turistiche straniere, dopo soltanto il Friuli, il Trentino e il Veneto (Tab.2), e al settimo posto per presenze complessive nell'estate 2006, superando regioni quali la Toscana e l'Emilia Romagna (Tab. 3).

Pur tuttavia non tutto il territorio siciliano sembra interessato in eguale misura dai positivi dati statistici relativi alle presenze. Dalla tabella 4 si evince che, con riferimento al 2005, le maggiori presenze italiane e straniere si hanno nelle province di Messina e Palermo, da sempre ai primi posti rispetto alle altre realtà provinciali. Tale primato è dovuto, probabilmente, anche alla presenza, in tali province, di alcuni "attrattori puntuali di eccellenza" (Cefalù, Monreale, Bagheria a Palermo, Taormina le Isole Eolie e l'area Capo d'Orlando-Tindari a Messina) unita al loro ruolo di snodo fra le altre Regioni e le altre località isolate. Seguono la provincia di Catania che ha incrementato offerte ricettive complementari e le province di Siracusa ed Agrigento che invece hanno mirato alla valorizzazione del proprio patrimonio culturale ed artistico.

Le province di Enna e Caltanissetta risultano le meno turistiche della Regione, penalizzate dalla posizione interna, dalla lontananza dal mare e dalla mancanza di adeguati collegamenti.

In un'indagine più approfondita sono stati usati alcuni indicatori già presenti in letteratura, allo scopo di stimare l'impatto della domanda e dell'offerta del settore turistico siciliano sul territorio nelle sue varie dimensioni (ambiente, società, economia).

Gli indicatori utilizzati sono i seguenti:

$$D = \frac{PL}{S} \quad - \text{Indice di densità territoriale}$$

$$F = \frac{PL}{P} \cdot 1000 \quad - \text{Indice di funzione turistica}$$

$$T = \frac{P}{PR} \cdot 100 \quad - \text{Indice di turisticità}$$

$$S = \frac{AR + P}{S} \quad - \text{Indice di utilizzazione lorda}$$

$$P_t = \frac{PR}{PL \cdot G_t} \cdot 100 \quad - \text{Indice di pressione lorda}$$

$$Q_i = \sum_c \frac{PL_{ci}}{PL_{ct}} \cdot c \cdot 100 \quad - \text{Indice di qualità degli alberghi}$$

Dove  $PL$  è il numero totale dei posti letto disponibili nell'area considerata,  $S$  è l'estensione dell'area,  $P$  è la popolazione residente in quest'area,  $PR$  e  $AR$  sono, rispettivamente, il numero totale delle presenze e degli arrivi registrati nel territorio considerato,  $G_t$  è il numero di giorni nel periodo considerato,  $c$  è la categoria delle strutture alberghiere per numero di stelle,  $t$  indica il periodo di tempo considerato ed  $i$  l'area a cui ci si riferisce.

L'indice  $D$  è utilizzato al fine di stimare l'impatto dell'offerta turistica sul territorio, a valori crescenti di  $D$  corrisponde un maggiore impatto del settore turistico-ricettivo sul territorio.

L'indice  $F$  misura l'impatto dell'offerta turistica sul substrato socio-economico del territorio oggetto di studio, valori più elevati di  $F$  indicano che il settore turistico-ricettivo è maggiormente presente nell'economia locale.

Questi primi due indici vanno, comunque, letti congiuntamente allo scopo di formulare giudizi sull'infrastrutturazione turistica delle varie località.

L'indice  $T$  cerca di evidenziare il rapporto esistente fra il turista e la comunità locale, nel senso che a minori valori di  $T$  corrisponde un attrito maggiore fra queste due realtà.

L'indice  $S$  stima il grado di utilizzazione del territorio fisico da parte dell'uomo, sia indigeno che turista.

L'indice  $P_t$  evidenzia il grado di sfruttamento delle infrastrutture ricettive da parte del turista, rapportando il numero delle presenze effettive a quello delle presenze potenziali.

Infine, l'indice  $Q_i$  fornisce un quadro sulla qualità degli alberghi nelle province siciliane; esso è basato sulla classificazione in "stelle" degli alberghi e varia da 0 a 1.500 che è il totale regionale, elevati valori di questo  $Q_i$  indicano che nel territorio considerato sussiste un'offerta alberghiera di più elevata qualità.

Dall'elaborazione dei dati disponibili è stata creata una tavola contenente i valori degli indici in

questione (tavola 1).

**Tavola 1:** *Gli indici  $D$ ,  $F$ ,  $T$ ,  $S$ ,  $P$ ,  $Q$  nelle nove province siciliane.*

<b>Provincia</b>	<b><math>D_i</math></b>	<b><math>F_i</math></b>	<b><math>T_i</math></b>	<b><math>S_i</math></b>	<b><math>P_i</math></b>	<b><math>Q_i</math></b>
Agrigento	4,67	31,14	43,73	280,06	20,12	81,84
Caltanissetta	0,76	5,85	208,77	152,22	22,42	11,53
Catania	6,18	20,48	61,04	491,41	21,91	233,35
Enna	0,82	12,06	167,61	89,72	13,56	13,53
Messina	13,52	66,74	16,64	513,64	24,66	485,09
Palermo	6,85	27,60	37,20	479,62	26,69	329,56
Ragusa	7,54	39,65	34,66	321,55	19,94	55,35
Siracusa	6,77	35,87	33,72	360,62	22,65	109,04
Trapani	8,31	47,25	31,81	332,40	18,23	180,72
<b>SICILIA</b>	<b>6,41</b>	<b>32,89</b>	<b>36,47</b>	<b>362,19</b>	<b>22,84</b>	<b>1.500,00</b>

In relazione all'indice di densità territoriale ( $D$ ), la tabella evidenzia un impatto trascurabile da parte delle infrastrutture ricettive sul territorio fisico, con l'eccezione della provincia di Messina che presenta una densità medio-alta. Bisogna comunque dire che tale indice non tiene conto di altre variabili che sicuramente sono strettamente correlate al fenomeno in parola (effettivo volume dell'infrastruttura, tipo di terreno e di ambiente su cui insiste, ecc.).

L'indice di funzione turistica ( $F$ ) sembra mostrare un settore turistico-ricettivo con evidenti difformità all'interno del territorio regionale, ma pur sempre poco incidente nell'economia locale. Va detto che bisognerebbe valutare questi primi due indici in un ambito non così vasto come sono le province o l'intera regione. Vi sono infatti realtà come Taormina, Giardini Naxos, Cefalù, che probabilmente si attesterebbero, se calcolati, su valori di  $D$  ed  $F$  molto più elevati rispetto a quelli provinciali.

L'indice di turisticità ( $T$ ) realizza valori che indicano un basso attrito fra turisti e residenti nelle zone interne dell'isola, valori che si abbassano (e quindi l'attrito aumenta) nelle zone costiere, raggiungendo il valore minimo (massimo attrito) nella provincia di Messina.

L'indice di utilizzazione lorda ( $S$ ) mette in evidenza che le province con un maggiore impatto sul territorio da parte dell'uomo (sia turista, che residente) sono quelle di Messina, Palermo e Catania, seguono le altre, con la provincia di Enna che presenta un'utilizzazione territoriale trascurabile.

Per quanto riguarda l'indice di pressione lorda ( $P$ ), riguardante il grado di utilizzazione delle strutture ricettive, è stato calcolato sia il dato annuo che quello di alta stagione (giugno-



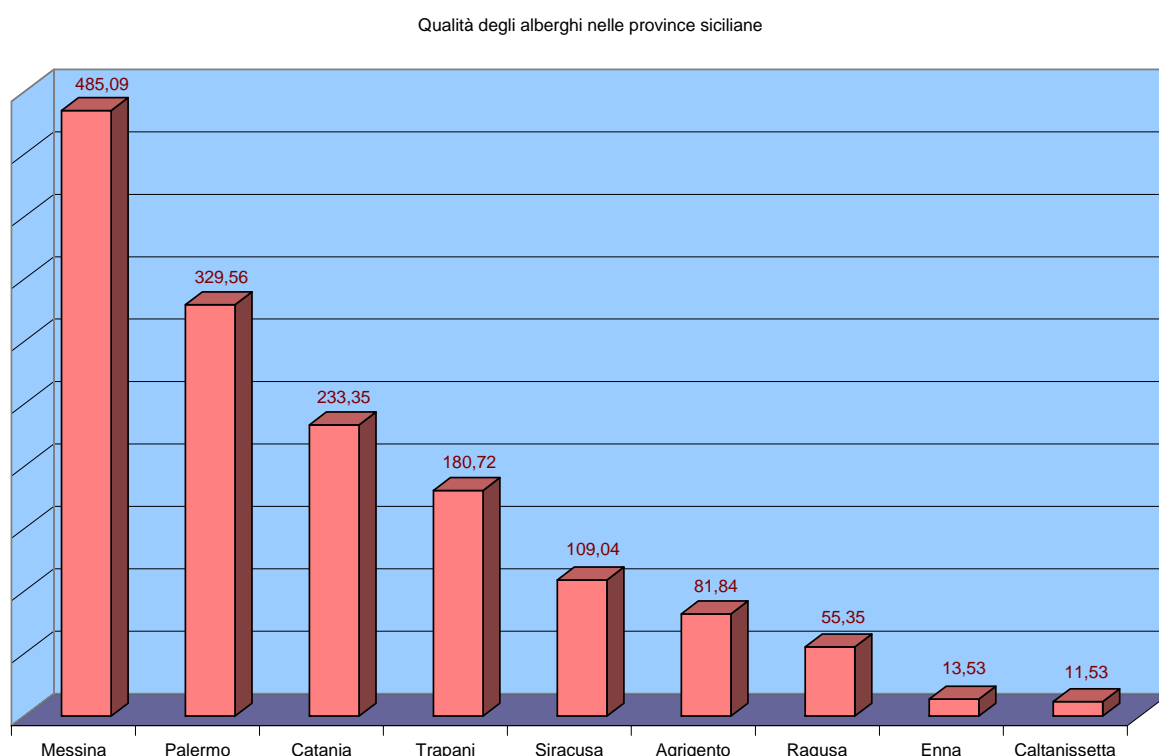
settembre) e del mese di agosto, dove si rileva il massimo afflusso di turisti (tavola 2). Dal confronto dei valori annui con quelli di alta stagione si denota un più alto grado di utilizzazione in quest'ultimo periodo ed ancor di più nel solo mese di agosto, ad eccezione delle province di Enna e Caltanissetta, dove tale valore non differisce di molto nei tre periodi.

**Tavola 2:** *L'indice P nei diversi periodi dell'anno.*

<b>Provincia</b>	<b><math>P_i</math></b>		
	<b>anno</b>	<b>alta stag.</b>	<b>agosto</b>
Agrigento	20,12	36,63	48,41
Caltanissetta	22,42	24,37	24,73
Catania	21,91	31,11	42,05
Enna	13,56	15,21	17,62
Messina	24,66	46,60	64,32
Palermo	26,69	44,34	56,09
Ragusa	19,94	44,47	66,21
Siracusa	22,65	43,01	58,93
Trapani	18,23	39,26	61,18
<b>SICILIA</b>	<b>22,84</b>	<b>41,21</b>	<b>56,58</b>

Infine, per quanto concerne l'indice della qualità degli alberghi ( $Q_i$ ) nelle province isolate, può essere reso meglio visivamente attraverso un grafico indicante il valore dell'indice, dal più grande al più piccolo (figura 1). Valori maggiori di  $Q_i$  sono rapportati alle province che hanno sul loro territorio alberghi di più elevata qualità espressa in stelle. Ricordando che l'indice varia da 0 a 1.500, che è il totale regionale, si può notare come la provincia di Messina detenga un valore che si approssima ad un terzo del valore dell'intera regione.

**Figura 1:** *La qualità degli alberghi nelle province siciliane.*



Da questa disamina si rileva ancora un disomogeneo utilizzo del territorio e un' attrattività turistica significativamente concentrata in puntuali realtà locali ed aggregazioni territoriali, accanto ad una forte immagine complessiva della Regione Sicilia.

Che vi sia infatti una forza della "marca Sicilia", come regione nel suo complesso, è dato dalla notorietà che presenta l'intera Regione all'Estero, piuttosto che le singole località (tab 5). Gli argomenti di notorietà sono quelli riportati nella tabella 6 che vede al primo posto "l'essere un luogo dove trascorrere le vacanze", seguito da "Arte e cultura", ma nel voto medio concesso alle motivazioni di notorietà, è la ricchezza del patrimonio artistico e monumentale a risultare al primo posto (Tab. 7).

Sul mercato interno la "Marca Sicilia" mostra una notorietà ancora più forte e anche per gli Italiani l'elemento più importante per cui la Sicilia è ricordata risulta l'aspetto legato al patrimonio dei

beni artistici e culturali dell'Isola, preceduto solo dalle bellezze naturali e naturalistiche (Tabb. 8 e 9).

Difatti, dal "Rapporto sul Turismo in Sicilia" (2003) si rileva che l'Isola è identificata per il 50% per la sua valenza storico-artistica e solo per il 31% per le sue coste, anche se, in un'ottica di tipo turistico-vacanziero, la Sicilia viene relazionata quasi ed esclusivamente al turismo balneare. Tuttavia il patrimonio artistico e culturale costituisce un valore aggiunto dell'offerta turistica, che favorisce la scelta della Sicilia come meta anche per altre tipologie di turismo, quale quello congressuale, termale o ambientale ed enogastronomico.

## 1.2 Prodotti turistici e territorio

Il patrimonio artistico, monumentale della Sicilia è uno dei più considerevoli dell'intero territorio nazionale. Essa rappresenta difatti una delle aree storico archeologiche e monumentali più interessanti del mondo, tanto da vedere inseriti nell'elenco del Patrimonio protetto dall'UNESCO ben cinque siti: l'Area archeologica di Agrigento, la Villa Romana del Casale a Piazza Armerina, le Isole Eolie, le città tardo barocche del Val di Noto ( Tav. 1 ).

Nel novembre 2002 la Regione Siciliana ha istituito il Parco Archeologico e Paesaggistico della Valle dei Templi di Agrigento, nonché altri sette parchi, distribuiti in tutte le province siciliane, che costituiscono la rete dei parchi archeologici, con la finalità di tutela e valorizzazione dei beni archeologici, ambientali e paesaggistici e per la promozione delle iniziative e degli interventi adeguati allo sviluppo delle risorse del territorio ai fini turistici. E' in corso l'individuazione di altri sette parchi quali:

La villa del Casale, già sito UNESCO, a Piazza Armerina,

Kamarina e Cava d'Ispica a Ragusa,

Mozia e Marsala/Lilibeo a Trapani,

Il parco archeologico di AKRAI a Palazzolo Acreide,

Il parco archeologico della bassa valle dell'Imera nel territorio tra Agrigento e Caltanissetta,

Il parco archeologico della montagna a Licata,

Il parco archeologico e naturalistico di Montagna di Marzo a Piazza Armerina.

Nella regione Sicilia risultano presenti, inoltre, 19 Musei Archeologici e Antiquaria e 15 tra Musei, Gallerie e Siti Monumentali, tutti a carattere Regionale, che vedono circa 5 milioni di visitatori annui, con un incasso di 11.353.199,00 € (anno 2004).

Dal "Rapporto sul Turismo in Sicilia" (2003) si traggono alcune rilevanze significative sulla distribuzione di musei e siti archeologici nelle province:

- la provincia di Palermo è quella che dispone del maggior numero di musei e siti archeologici (regionali e non);
- la provincia con la quota più ridotta è quella di Enna, seguita da Ragusa;
- le province con offerta più differenziata e dinamica sembrano essere quelle di Trapani, Palermo, Ragusa e Catania.

Tuttavia, dal diagramma (Tab.10 ) elaborato dall'Assessorato Regionale BB.CC.AA e P.I., si riscontra che alcune province quali Catania, Ragusa e Caltanissetta non riescono a valorizzare pienamente il proprio patrimonio artistico, seppur notevole per entità e qualità.

Ciò anche perché non si può dire ancora compiuta l'operazione di marketing del "prodotto culturale", ossia il passaggio da una gestione dei beni culturali esclusivamente orientata alla manutenzione ad una orientata al mercato ed al cliente.

Ad ogni modo, il rapporto tra visitatori ai Musei e gli arrivi turistici in Sicilia, indica il grado di turisticità della "visita al Museo", che, da un lato, potrebbe determinare l'effetto destagionalizzante del "prodotto cultura" in Sicilia e, dall'altro, nel periodo estivo, costituisce un'esperienza aggiuntiva rispetto a formule prevalenti di turismo balneare.

Il "paradosso della stagionalità", ossia il mancato allungamento del periodo di permanenza in Sicilia a fronte di favorevoli condizioni atmosferiche (Tav. 2 ) è chiaramente desumibile dai diagrammi (Tab.11) relativi all'andamento stagionale delle presenze italiane, concentrate nel solo periodo estivo, e delle presenze straniere che vanno da aprile a ottobre, lasciando fuori i mesi invernali che tuttavia presentano (Tavv. 3, 4 e 5) anch'essi temperature miti, che non scendono al di sotto dei 12° e, in alcuni punti della costa, raggiungono, addirittura, i 20°.

Nella vasta offerta del Settore culturale, possono rientrare anche i cosiddetti Beni o Eredità immateriali, definite dall'UNESCO *Intangible Cultural Heritage*, come "l'insieme delle pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e tecniche – nella forma di strumenti, oggetti, artefatti e luoghi ad essi associati – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui, riconoscono come parte del loro patrimonio culturale".

La Regione Siciliana ha costituito nel 2005 il Registro delle Eredità Immateriali (REI), in risposta agli orientamenti dell'UNESCO, nonché il Programma Regionale delle Eredità Immateriali, che ne permetterà un'adeguata promozione e fruizione.

Il Registro è costituito da quattro libri:

- il Libro dei Saperi, in cui sono registrate le tecniche di produzione, le materie prime impiegate e i processi produttivi che identificano una particolare produzione legata alla storia e alle tradizioni identitarie di una comunità;
- il Libro delle Celebrazioni, in cui sono iscritti i riti, le feste e le manifestazioni popolari associate alla religiosità, all'intrattenimento e ad altri momenti significativi della vita sociale di una comunità, che sono espressione della tradizione e che costituiscono un momento essenziale dell'identità della comunità;
- il Libro delle Espressioni, in cui sono iscritte le tradizioni orali, i mezzi espressivi, incluso il linguaggio, e le performance artistiche, che caratterizzano l'identità di una determinata comunità;
- il Libro dei Tesori Umani Viventi, in cui sono iscritte persone, collettività e gruppi individuati come unici detentori di particolari conoscenze e abilità necessarie e indispensabili per la produzione di determinate Eredità Immateriali della Regione Sicilia.

Il Registro vede interessate tutte le province siciliane (Elenco allegato).

In analogia è stato predisposto il Registro delle Specie Arboree di pregio ( quali ad esempio il Castagno dei cento Cavalli) diffuse nell'Isola che, con i giardini di rilevanza storica, alcuni dei quali di grande rilevanza come nel caso di Taormina, di Caltagirone, Trapani e Palermo, costituiscono un'ulteriore fonte di arricchimento dell'offerta turistica.

Ai predetti beni si vanno ad aggiungere altre tipologie di valorizzazione e promozione del territorio che, se pur attualmente costituente un fenomeno di nicchia, permettono di diffondere il turismo culturale attraverso nuove forme di circuiti itineranti.

Esse sono i cosiddetti "Parchi letterari", ideati dalla Fondazione Ippolito Nievo, in collaborazione con il Touring Club Italiano e la Società per l'Imprenditoria Giovanile e i "Borghi più belli d'Italia", a cura dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI). I parchi letterari individuati in Sicilia sono i seguenti:

- il parco letterario dedicato a Luigi Pirandello e a Leonardo Sciascia, nella provincia di Agrigento;
- il parco letterario dedicato a Giovanni Verga, ad Acicastello (Catania);
- il parco letterario dedicato a Salvatore Quasimodo, nelle province di Messina e Ragusa;
- il parco letterario dedicato a Giuseppe Tomasi, a Lampedusa e Capo d'Orlando;
- il parco letterario dedicato a Elio Vittorini, nella Provincia di Siracusa;
- il parco letterario dedicato a Nino Savarese, nella provincia di Enna.

L'iniziativa sui "Borghi più belli d'Italia", nel proporsi di valorizzare la cosiddetta Italia Minore, integra il prodotto culturale con le tradizioni e l'enogastronomia locale.

Da quanto sin qui detto, risulta evidente e fondamentale l'attivazione di azioni in sinergia con l'Assessorato Regionale BB.CC.AA. e P.I., in vista anche della programmazione delle *performing art*, vale a dire di tutti quegli eventi di particolare rilievo, mostre e manifestazioni culturali, destinate ad un vasto pubblico che da un lato caratterizzano il soggiorno del turista, determinando un valore aggiunto e dall'altro, hanno capacità autonoma di attrarre flussi aggiuntivi di turisti, differenziati a seconda del tipo di evento.

Ma "l'offerta culturale" di un territorio risulta tanto più interessante e attrattiva per il turista quanto più forte è la sua identità culturale. Per identità culturale si intende la sommatoria di molteplici elementi che concorrono a trasmettere e a identificare la vocazione culturale del territorio, che non sono solo i Beni storici, artistici e culturali intesi in senso stretto ma anche i prodotti artigianali ed eno-gastronomici tipici della tradizione locale e le feste e le sagre.

La componente culturale di una destinazione, deve creare un'offerta turistica che rispecchi la vocazione del territorio. Di conseguenza è necessario che la promozione e la comunicazione del prodotto turistico si basi sulla identità variegata e molteplice della località. L'offerta turistica dovrà essere la più completa possibile. La creazione di "Itinerari" dovrà essere effettuata come "rete culturale", che intende fornire al turista la possibilità di fruizione di tutte le risorse possibili, presenti nella Regione e nelle aree che si intendono visitare.

La Convenzione Europea del Paesaggio (firmata a Firenze il 20 ottobre del 2000) è il documento di riferimento rispetto al perseguimento della qualità paesistica, della protezione, gestione e sistemazione del paesaggio e della promozione della premialità verso quelle Regioni e quei

Comuni che si adoperano in tal senso.

Il paesaggio assume poi anche una precisa connotazione come "bene culturale" con il nuovo Codice per i beni Culturali, introdotto dal D.L.vo n. 42 del 22/1/2004.

Sulla base dei principi della Convenzione Europea del Paesaggio sono state redatte nel 1999 le "Linee Guida del Piano territoriale Paesistico Regionale".

Al loro interno la predisposizione di carte tematiche come quella dei "Percorsi stradali ed autostradali panoramici" (Tav. 6), e dei "Nuclei e Centri Storici" (Tav. 7).

Molte arterie isolate sono diventate l'occasione per fruire quei paesaggi che rivestono una esemplare connotazione etica ed estetica, presentando caratteri di spiccata panoramicità e fornendo la possibilità di una visione, statica o dinamica, di quei luoghi che già i Viaggiatori Europei, venuti in Sicilia, tra il Sette e l'Ottocento, avevano avuto modo di ammirare e sapientemente descrivere (Tav. 8).

Analoga può essere intesa la fruizione dei Centri storici di cui la Regione è fittamente costellata e che costituiscono un elemento di richiamo per i numerosi episodi architettonici di grande valenza che contengono, per i particolari impianti urbanistici che li contraddistinguono e per l'integrazione con gli elementi naturali del paesaggio.

In entrambi i casi, la cura dell'arredo urbano, quale intervento di sostegno volto alla conservazione e alla valorizzazione, rappresenta un valido metodo di riqualificazione di ciò che costituisce senz'altro un valore aggiunto all'offerta turistica della Regione Sicilia.

Nella Giornata Europea dei Parchi, tenutasi a Roma nel 2002, si è voluto valorizzare lo sviluppo dei parchi come priorità di una politica nazionale in grado di coinvolgere i comuni più piccoli nella dotazione di servizi per il turismo di qualità.

In Sicilia sono stati istituiti 4 parchi e 75 riserve (Tav. 9 ed elenco) tra cui le riserve marine, oggi maggiormente valorizzate con nuove iniziative e programmi orientati ad una diversa regolamentazione che ne permette una maggiore fruizione sostenibile, sia in relazione a flussi di escursionismo e a nuove categorie di turismo, che alle diverse attività nautiche e subacquee.

I parchi, così come i centri storici, sono realtà trainanti rispetto al processo di modernizzazione economica e culturale della società regionale, capaci di cogliere e far crescere, in un rapporto dinamico, natura, cultura, tradizioni locali ed economia.

Conciliare l'industria del Turismo con l'ambiente, che ne rappresenta una delle più importanti risorse, offre certamente maggiori possibilità di prevedere politiche di marketing territoriale più efficaci, in quanto uno sfruttamento invasivo porterebbe alla distruzione del territorio, mentre un rapporto ecocompatibile con la natura permette lo sviluppo di tipologie di vacanze alternative (turismo verde, cicloturismo, turismo rurale) e la creazione di nuovi Itinerari, tra cui gli itinerari subacquei, che comportano, oltre alla crescita dei flussi di escursionismo da parte dei turisti tradizionali e al richiamo di nuovi flussi, il far transitare il turismo nelle aree interne del territorio

regionale.

Inoltre, i Parchi confinano spesso con aree turisticamente più sviluppate (ad esempio il parco delle Madonne e la vicina Cefalù) che tendono a spostare il sovrappiù della domanda turistica che non riescono a contenere nei territori vicini, amplificando il raggio di influenza sul territorio del movimento turistico.



### 1.3 La programmazione su base provinciale in materia di turismo

Con la L.R 9/86 la Regione Siciliana ha legiferato in materia di pianificazione, disponendo che ogni provincia si fornisse di uno strumento di programmazione: il Piano Territoriale Provinciale.

Tra le province siciliane, quasi tutte hanno già redatto uno schema di massima, tranne la provincia di Siracusa che ha redatto solo una bozza relativa alle linee di attuazione del PTP e la provincia di Caltanissetta che ancora non ha avviato l'elaborazione del piano.

Dagli schemi di massima redatti dalle Province sono state estrapolate le principali azioni pianificate in materia di turismo, al fine di avere una conoscenza di quelle che sono le previsioni programmatiche degli enti Locali, derivanti da una consapevole realtà territoriale e in accordo con linee di intervento relative ad altre problematiche.

Tutte le Province prevedono iniziative per lo sviluppo del Turismo Culturale e al Turismo legato alla Natura e all'Ambiente, nonché per il recupero e la valorizzazione di realtà storiche, ancora presenti nel territorio (Ville storiche, Bagli, Ferrovia storica).

Le Province costiere puntano sullo sviluppo delle attività legate al charter nautico e al Turismo Congressuale; la Provincia di Enna sulla realizzazione di impianti sportivi e la delocalizzazione dell'Autodromo e la Provincia di Ragusa sul recupero della base militare di Comiso.

Quali saranno i progetti di attuazione di quanto pianificato, ancora è da vedere, ma è in questa fase che notevole rilevanza riveste il "Programma Triennale di sviluppo turistico" del Dipartimento regionale al Turismo, quale strumento di programmazione per l'intero territorio regionale, che può rilevare i punti critici e predisporre organiche strategie di intervento. Che sicuramente potrà subire modifiche e cambiamenti, ma che comunque rappresenta un valido "metodo di lavoro" e di azione programmata sul territorio.

#### **Trapani** - schema di massima (Tavv. 10 e 11)

La provincia punta su quattro tipologie di prodotto Turistico:

1. turismo termale, che oggi interessa solo l'area di Sciacca, e prevede l'istituzione di un polo alternativo che comprende Calatafimi, Alcamo, Castellamare del Golfo e l'Isola di Pantelleria.
2. Turismo culturale, non più come appendice del turismo balneare bensì attrazione anche in momenti diversi dal periodo estivo, mediante l'individuazione e la valorizzazione di un percorso Archeologico, Monumentale Naturalistico e Preistorico.
3. Turismo congressuale che oggi interessa solo le città di Trapani e Erice.
4. Turismo nautico.

L'obiettivo da raggiungere è quello di accrescere l'articolazione, l'efficienza e la compatibilità ambientale delle imprese turistiche, attraverso la promozione e innovazione del prodotto e agendo sulla disponibilità delle infrastrutture, quali reti di approdo, servizi, tecnologie e

informazione del territorio.

**Agrigento** – piano strutturale (Tavv. 12,13,14,15,16,17 e 18 )

Tra gli indirizzi strategici e prioritari per il sistema turistico provinciale vanno indicati:

La riqualificazione delle strutture ricettive alberghiere, al fine dell'adeguamento agli standard europei;

l'incremento delle tipologie alberghiere di livello intermedio con la riqualificazione del patrimonio edilizio non utilizzato e dei campeggi e con l'attivazione di reti di paesi-albergo;

diversificazione dell'offerta turistica legandola ai valori paesistici, storici, archeologici e ambientali;

creazione di una serie di eventi culturali proposti anche in un arco temporale diverso dalla stagione estiva;

integrazione dell'offerta turistica con quella dell' agriturismo.

Dall'analisi della programmazione provinciale in atto, deriva l'individuazione dell'Itinerario archeologico provinciale, le vie del Vino e il turismo rurale nella Valle del Belice, il circuito dei Castelli e delle Torri costiere, il circuito delle miniere di zolfo e di salgemma, l'itinerario storico-archeologico della Valle del Platani, il circuito dei Centri minori, il circuito dei porti per il turismo nautico, l'agriturismo montano, che vanno ad unirsi al sistema termale di Sciacca, al sistema archeologico della Valle dei Templi, comprendente anche l'area archeologica di Eraclea Minoa, e al Sistema naturalistico Montano dei Monti Sicani.

**Palermo** – Quadro conoscitivo strutturale (Tavv. 19, 20, 21 e 22)

Il territorio provinciale è suddiviso in 6 macro – sistemi:

1. il macro – sistema Palermo metropolitano, per il quale si prevede un potenziamento dei nodi di eccellenza Palermo Monreale e Ustica, delle strutture congressuali dei centri costieri, e l'individuazione del sistema dei mulini ad acqua, del sistema delle ville settecentesche della Piana dei Colli, del sistema delle Torri costiere.
2. Il macro- sistema partinicese, per il quale si prevede il potenziamento dei sistemi per la fruizione costiera, delle strutture congressuali e del sistema culturale locale.
3. Il macro sistema Alto Belice, per il quale si prevede l'incremento della fruibilità delle aree naturalistiche dei Boschi e dei monti di Palermo, dei siti archeologici di Monte Jato, Himera e Solunto, nonché il potenziamento di offerte di cicloturismo e il recupero della linea ferroviaria a scartamento ridotto.
4. Il macro-sistema madonita cefaludese, per il quale si prevede la valorizzazione delle risorse culturali con particolare attenzione ai centri storici di Castelbuono, Petralia Sottana e Soprana, nonché il potenziamento delle infrastrutture e servizi legati al turismo culturale, naturalistico e costiero.
5. Il macro sistema corleonese, per il quale si prevede l'incremento della fruibilità del patrimonio naturalistico del costituendo parco dei Sicani, e dei siti archeologici di Rocca di

Entella e Montagna dei Cavalli, insieme alla valorizzazione dei centri storici di Giuliana, Chiusa Sclafani e Palazzo Adriano.

6. Il macro sistema Imprese Valle del Torto, per il quale si prevede la valorizzazione delle architetture religiose conventuali, il sistema delle Torri e dei Castelli, nonché il potenziamento di offerte di cicloturismo e recupero della linea ferroviaria a scartamento ridotto.

**Enna** – schema di massima (Tavv. 23, 24, 25 e 26)

Per il settore turistico ricettivo, si prevede l'incentivazione delle iniziative legate all'agriturismo e al turismo rurale, attraverso anche la realizzazione della Casa natura nel Parco storico minerario di Floristella Grottacalda, la valorizzazione del parco archeologico degli Erei, la realizzazione di impianti sportivi e ricettivi nell'area del nuovo Autodromo, il recupero della ferrovia storica, l'istituzione dei parchi tematici dei Laghi e della Cultura Mineraria.

**Catania** – schema di massima (Tavv. 27, 28 e 29)

Le linee strategiche, non ancora sviluppate, prevedono genericamente di:

favorire la destagionalizzazione, migliorare l'accessibilità dei siti e prevedere nuove infrastrutture viarie a servizio,

sviluppare politiche di animazione e servizi extralberghieri,

organizzare nuovi itinerari, relativi anche al turismo ecologico, da promuovere e verificare presso i tour operators,

ampliare la presenza nelle B.I.T.,

potenziare la rete museale,

promuovere la istituzione di nuovi parchi archeologici.

**Ragusa** – revisione P.T.P. in corso

Il programma turismo individua una serie di azioni per ampliare l'offerta turistica creando un circuito alternativo basato sulle risorse dell'entroterra, capace di porsi in sinergia con il potenziamento delle attrattività della fascia costiera. Gli ambiti di intervento sono quello costiero e quello montano.

Si prevedono azioni specifiche inerenti al turismo culturale, al charter nautico, al turismo itinerante con mezzi non tradizionali (recupero della ferrovia storica nell'area montana ), al turismo in villa. Si prevedono inoltre azioni per la promozione, il marketing e la vendita dell'offerta turistica con strumenti innovativi ( sistema informativo di base, internet, chioschi multimediali, cataloghi multimediali interattivi) e costruzione di pacchetti integrati in accordo con gli intermediari del mercato turistico internazionale.

## **Messina** – Quadro strategico propositivo. Relazione Generale

Il PTP articola la strategia di intervento nell'ambito delle politiche di sviluppo turistico secondo due ordini di strategie:

La valorizzazione dell'offerta turistica connessa alle risorse del sistema naturale e naturalistico e del sistema storico-antropico;

la redistribuzione dell'offerta ricettiva, mediante la creazione di un sistema a più poli, coinvolgendo offerte turistiche con settori differenziati e favorendo la captazione di flussi turistici verso l'interno del territorio provinciale.

Pertanto il PTP prevede la costituzione e promozione di:

- 1) **La rete dei parchi delle fiumare e dei fiumi: il Parco dell'Alcantara, il Parco del Mela, il Parco del Patrì e il Parco del Tusa** – sono individuate in via prioritaria azioni di valorizzazione turistico-escursionistica con elementi di ricettività rurale attraverso il riuso del patrimonio dei casali e dei villaggi rurali ad essi contestuali.
- 2) **Il Parco Peloritano** – viene proposto con i caratteri di parco naturale e culturale, disponibile e attrezzato per la fruizione in chiave eco-sostenibile del turismo escursionistico e naturalistico.
- 3) **La rete della naturalità costiera** – si prevedono azioni di riqualificazione e riordino delle attività turistico balneari e di recupero della sentieristica collinare, finalizzato alle relazioni tra Costa e Parco.
- 4) **La rete della sentieristica naturalistica** – individuazione di due grandi reti escursionistiche connesse alle vicende storiche dell'età classica e medievale della Provincia, **La via della seta**, elemento di connessione tra i valori e le risorse etnostoriche dei centri collinari del versante Tirrenico dei Peloritani, e **Il sentiero Italia**, che rappresenta il percorso con il più alto livello di panoramicità intercostiera.
- 5) **Ridefinizione dei distretti provinciali** – costituzione del:

**Distretto di Taormina e del Parco Fluviale dell'Alcantara**, con il ruolo unificante del centro di Taormina con la costiera tirrenica e il massiccio etneo;

**Distretto delle Eolie**, con le politiche di riequilibrio della ricettività e della tutela del patrimonio naturalistico e marino connesso;

**La città di Messina**;

**La fascia tirrenica, da Milazzo a S.Agata**, nella quale sono stati conseguiti i maggiori aumenti di arrivi e presenze;

**Il sistema dei Nebrodi centrali**, vocato allo sviluppo agriturismo legato all'offerta enogastronomia;

**Il sistema del Parco dei Nebrodi**, che accoglie le politiche di sviluppo del turismo culturale e naturalistico ad esso connesso;

**Il sistema del parco archeologico dell'Halesa**, avamposto di offerta culturale e di naturalità all'entroterra Ennese.

In ultimo **le strategie di sviluppo del sistema ricettivo**, prevedono non solo l'incremento dei posti letto, ma anche il recupero del patrimonio edilizio esistente e il tessuto insediativo degradato, soprattutto nelle fasce costiere.

#### **1.4 La spesa pubblica per il turismo**

Tralasciando una più approfondita disamina sulle politiche di sviluppo regionale per il turismo, per la quale si rimanda al rapporto "L'Industria turistica nel Mezzogiorno" a cura dello Svimez, occorre tuttavia delineare, qui di seguito, quanto è avvenuto in Sicilia nell'ambito della erogazione dei fondi comunitari.

Nella Regione Sicilia si sono costituiti quattro tipologie di organismi di concertazione, i Gruppi di Azione Locale (GAL), i Patti Territoriali, i Piani Integrati Territoriali (PIT) e le Strade del Vino, che spesso hanno presentato progetti afferenti al Settore del Turismo (Tavv. 30 e 31).

Gli organismi di concertazione sono in totale 107 e nello specifico 14 GAL, 32 PIT, 45 Patti Territoriali, 16 Strade del Vino, che vedono la compartecipazione pubblica e privata (Tabb. 12, 13, 14 e 15).

A questi vanno aggiunti i Progetti Integrati Regionali (P.I.R.) Rete di sviluppo locale, finanziati dall'Assessorato Regionale Cooperazione, Artigianato e Pesca, con fondi Comunitari. Tra i progetti finanziati, 7 riguardano il settore Turismo e sono stati redatti da Coalizioni che vedono come Capofila i Comuni di Francavilla di Sicilia, Alcamo, Barcellona Pozzo di Gotto, S. Agata di Militello, Cefalù e le Province di Trapani e Ragusa. Tutti i progetti prevedono l'attivazione di azioni di marketing e comunicazione e tre di loro la creazione di un marchio identificativo del territorio. Inoltre, sebbene solo alcuni parlino esplicitamente di formazione di Distretto o Sistema Turistico Locale, tutti i progetti pongono in essere alcune azioni (ricerca partenariato, marketing, realizzazione portali internet, promozione a livello nazionale ed internazionale, servizi per la coalizione, individuazione di un prodotto turistico territoriale, rapporti con altri settori produttivi, realizzazioni Eventi) propedeutiche alla formazione dei Distretti Turistici. E' evidente che la logica del "distretto turistico", così come introdotta dagli articoli nn. 6 e 7 della recente Legge Regionale sul Turismo n. 10 del 15 settembre 2005, viene considerata come una delle condizioni di base per il rilancio, in forma nuova e dinamica, del turismo nella Regione.

Riguardo, invece, all'erogazione dei finanziamenti su base territoriale e non, da parte del Dipartimento, nell'ambito di *Agenda 2000-2006*, relativamente alle strutture ricettive, sono le strutture alberghiere a 4 e a 3 stelle quelle che hanno usufruito di maggiori finanziamenti, mentre per le strutture ricreative, i ristoranti e le trattorie nonché le strutture per la nautica sono le tipologie maggiormente incrementate (Tabb.16, 17, 18 e 19). A livello provinciale (Tabb. 20 e 21), le province di Messina, Palermo e Siracusa sono quelle che hanno dimostrato una maggior capacità progettuale che ha portato ad un miglioramento dell'offerta e della qualità delle strutture ricettive, con l'aggiunta della provincia di Catania riguardo alle strutture ricreative. Di contro si osserva per le province di Caltanissetta e Enna una quasi completa incapacità ad accedere alla concessione di fondi comunitari e non, a dimostrazione ancora una volta della debolezza delle aree interne.

**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

## **2. L'analisi dei flussi turistici**

## 2.1 PREMESSA

L'art. 3 della L.R. 15 settembre 2005 n° 10, "Norme per lo sviluppo turistico della Sicilia e norme finanziarie urgenti", prevede, da parte dell'Assessorato Regionale per il turismo, le comunicazioni ed i trasporti, la redazione del "Programma triennale di sviluppo turistico regionale" sulla base degli orientamenti espressi dal "Consiglio Regionale del turismo", e tenuto conto delle analisi e valutazioni elaborate dall'Osservatorio turistico dello stesso Assessorato.

E ciò nell'ottica di un nuovo disegno del sistema di governo delle attività turistiche nel loro complesso, attività che devono poter crescere sì da valorizzare le risorse dell'Isola promuovendone le attrattive nel panorama internazionale.

Non più, quindi, iniziative spontanee, ma programmazione sistematica, individuando nuove forme di progettualità e di professionalità nel rispetto del mutevole scenario della domanda, unico decisore del mercato.

E' notorio che l'attività turistica rappresenta per la Regione Siciliana il più consistente settore industriale che trae la propria forza dal grande patrimonio di beni storico-artistici e di siti di incomparabile valore paesaggistico: patrimonio che pochi eguali ha nel mondo.

Ma è pur vero, però, che i flussi turistici in Sicilia sono ancora inadeguati se rapportati al valore del patrimonio in precedenza citato, ma sarebbe sbagliato pensare di migliorare tale rapporto puntando solamente ad un maggior sfruttamento delle risorse cui fatto cenno.

E' necessario, invece, avviare e definire un progetto che preveda azioni coordinate da parte degli operatori tutti, aggregando risorse, territorio e strutture.

Solo così sarà possibile offrire al turista-viaggiatore un prodotto sempre più composito che possa soddisfare le sue esigenze sotto il profilo degli standard qualitativi. Programmare un piano di sviluppo turistico regionale organico significa creare spazio per una grande vivacità imprenditoriale di settore e per una congrua crescita occupazionale ulteriore.

Il turismo è un fenomeno estremamente complesso; gli spostamenti turistici sono influenzati da variabili spesso esogene al territorio di destinazione, ma risentono, ovviamente, anche di tutto ciò che accade nel territorio che si desidera visitare.

Lo testimoniano i dati relativi agli ultimi anni: nonostante la Sicilia non abbia fatto registrare fatti negativi per l'opinione pubblica mondiale capaci di causare cali d'immagine, nonostante anzi la crescita di consensi intorno alla nostra regione come destinazione turistica ambita, nel 2002 si è interrotto il trend di crescita che era continuato spesso anche in modo impetuoso, e comunque ininterrottamente dal 1993. Segnali di ripresa consistenti, si sono, comunque, registrati nel 2004 e nel 2005 in controtendenza ai valori percentuali registrati nel resto dell'Italia. Ed ancor più incoraggianti sono i dati relativi alle presenze del 1° quadrimestre del 2006, che hanno registrato un incremento del 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con buone performance dal turismo proveniente da Gran Bretagna, Francia, Spagna, Russia, Stati Uniti e



Germania, quest'ultima in ripresa dopo la crisi economico-sociale degli ultimi anni.

Nonostante l'attuale contesto freni la propensione agli spostamenti e, quindi, le prospettive di crescita del turismo mondiale, il turismo rimane pur sempre una delle forze propulsive della nostra economia, per cui è lecito credere che la contrazione registrata nel passato sia stata un fenomeno breve e transitorio e che gli indicatori, già tornati a crescere, continuino a far registrare indici di segno positivo.

Le indicazioni contenute nell'art. 1 della citata L.R. 10/2005, richiamano, quindi, alla nostra attenzione la necessità di riconsiderare il settore turistico come elemento strategico per lo sviluppo economico dell'Isola, riconoscendo il ruolo centrale degli enti locali territoriali nella valorizzazione del territorio.

Si deve progettare, pertanto, una nuova stagione per l'offerta turistica complessiva della Regione, sia riqualificando l'ospitalità, sia creando e promuovendo eventi, manifestazioni ed iniziative, mirando alla destagionalizzazione delle presenze.

Appare necessario, pertanto, da un lato incentivare la creazione di una offerta ricettiva variegata e qualitativamente elevata, privilegiando le strutture in grado di conciliare alta qualità ed ambiente, e dall'altro "colmare" i vuoti di presenze nei periodi di cosiddetta bassa stagione. A tal fine è necessario migliorare le attuali strutture ricettive con particolare attenzione al turismo verde, al turismo rurale ed ambientalistico, ai bed and breakfast di qualità, ove il turista-viaggiatore insieme ai consueti servizi alberghieri troverà accoglienza, comfort ed immedesimazione nella tradizione culturale, enogastronomica ed etnoantropologica dei luoghi visitati.

Lo straordinario patrimonio ambientale e culturale presente nella nostra regione e condizioni climatiche particolarmente favorevoli, attirano "in via naturale" gran parte del turismo prevalentemente nel periodo estivo e con flussi significativi verso i luoghi d'arte.

In Sicilia è localizzata una delle più elevate concentrazioni di patrimonio culturale dell'Italia e dell'area del Mediterraneo: oltre il 9% dell'intero patrimonio nazionale, percentuale che sale a circa il 30% considerando i soli beni archeologici. Nell'Isola sono, inoltre, presenti il 27,9% dei musei del Mezzogiorno (il 6,2% di quelli italiani), che conservano il 24,6% del materiale raccolto dai musei meridionali.

Circa 4.000 punti da visitare (fonte TCI) consentono alla Sicilia di detenere, a livello internazionale, uno dei più elevati indici di concentrazione di siti culturali. La ricchezza e varietà di essi offre la possibilità di realizzare ogni itinerario tematico: monumentale, religioso, archeologico, etno-antropologico, storico, con evidenti refluenze sull'indotto economico.

Il rilevante aumento dell'affluenza relativa al turismo culturale, non sembra, però, aver mutato in modo significativo la geografia della concentrazione delle visite intorno ai principali poli di attrazione turistico-culturale dell'Isola; si tratta, in particolare, delle grandi aree archeologiche, urbane e non (Siracusa, Agrigento, Taormina, Piazza Armerina, Selinunte, Segesta). La relativa offerta turistica proposta fino ad oggi dalla Regione

Siciliana, ha fatto, quindi, leva su una offerta

ricettiva fortemente accentrata su alcuni "poli" ormai tradizionalmente considerati come esclusive mete turistiche culturali dell'Isola.

Bisogna puntare quindi a questo nuovo target costituito da "turisti viaggiatori" di cultura medio-alta, attenti alle novità, esigenti, pronti a fare nuove esperienze, utilizzando strutture alberghiere "minori" ma dal "comfort" altamente apprezzabile in termini di qualità del servizio e di qualità dell'ambiente valutato nel suo complesso.

Da una recente ricerca effettuata da "Filocomunicazione", Società di Pubbliche Relazioni di Milano specializzata nell'industria turistica internazionale, è emerso, infatti, che per il 48% degli italiani l'albergo ideale è una dimora storica pulita, anzi pulitissima, in posizione incantevole, possibilmente a tre stelle per il costo non elevato, con tutti i comfort e, soprattutto, con una abbondante prima colazione.

La ricerca mette anche fine ad una serie di luoghi comuni da sempre legati al mondo alberghiero, primo fra tutti quello che vuole il viaggiatore italiano "sentirsi in albergo come a casa propria e non apprezzarne la cucina". E' già avviata, infatti, da qualche tempo una mini-rivoluzione dell'ospitalità d'albergo che viene confermata dal rinnovato interesse per i ristoranti che si trovano all'interno dell'hotel, ora accettati ed apprezzati grazie, soprattutto, all'offerta di piatti tipici legati alle tradizioni ed ai prodotti del territorio, in luogo della "nouvelle cuisine" in precedenza proposta.

L'enogastronomia, quindi, quale essenziale strumento di promozione di un territorio da sempre votato all'accoglienza ed all'ospitalità. Il turista-viaggiatore scoprirà che la Sicilia non è solo una regione ricca di monumenti e di beni ambientali e naturalistici unici al mondo, ma è anche una regione ricca di tradizioni enogastronomiche fortemente radicate da secoli nel patrimonio culturale dell'Isola.

A tal proposito, da uno studio ("La Marca Sicilia in Italia e nel Mondo", Edizioni Anteprima, 2003) commissionato da questa Amministrazione, è emerso, confrontando i giudizi espressi da coloro che hanno realizzato un viaggio in Sicilia negli ultimi tre anni e coloro che lo hanno effettuato in un arco temporale che va dai quattro anni ai dieci precedenti, che il giudizio **molto positivo** è passato da un 26,8% al 34,8%. Tutti gli aspetti considerati hanno, in generale, beneficiato di miglioramenti nei giudizi espressi, ma i più premiati risultano appunto *"il paesaggio e l'ambiente naturale"*, *"le città, le opere d'arte e le città d'arte"* e *"la cucina e la gastronomia"* con giudizi **molto positivi** pari, rispettivamente, al 60%, al 56,1% ed al 50,3%.

Cultura ed enogastronomia, per altro, non essendo influenzata la loro fruizione dalle condizioni meteorologiche, possono essere oggetto di un'offerta turistica appetibile in qualsiasi stagione dell'anno.

Inoltre, poiché per lunghi periodi dell'anno assistiamo a grandi vuoti nelle nostre strutture, siano esse tradizionalmente mete turistiche, siano "di periferia" rispetto a percorsi consolidati, l'offerta turistica deve essere completata attraverso la realizzazione di manifestazioni ed eventi che richiamino "viaggiatori", soprattutto in tali periodi di minore affluenza.

Ma deve trattarsi di eventi di grande valenza e richiamo per attrarre un turismo qualitativamente elevato alla scoperta di ciò che difficilmente si può trovare nelle attuali programmazioni turistiche di altri Paesi, e cioè il folklore, la natura, le tradizioni, o che per la loro risonanza (le manifestazioni sportive, ad esempio) sono in grado di assicurare non solo una promozione ed una visibilità sui "media" tradizionali (carta stampata e televisione) a costi altrimenti non sostenibili, ma, nel contempo, una notevole presenza di turisti: E' il caso, quest'ultimo, della Vuitton Cup che nello scorso mese di settembre ha fatto confluire nella Provincia di Trapani un numero incredibile di turisti assicurando elevatissimi indici di occupazione alle strutture ricettive tutte.

Al viaggiatore bisogna garantire non soltanto il sereno scorrere delle vacanze ma anche il viaggio inteso come conoscenza e penetrazione nelle tradizioni e costumi locali, e come partecipazione alle emozioni che solo i grandi eventi possono assicurare.

La promozione deve quindi essere incentrata ancor di più su eventi specifici, di grande richiamo e diffusione sul territorio, sì da permettere anche di attrarre "viaggiatori" che, approfittando della opportunità di voli diretti, oggi sempre più numerosi con le principali capitali europee, possano programmare soggiorni brevi.

Da qualche anno, infatti, la valorizzazione di iniziative culturali di grande valenza, le Rappresentazioni Classiche di Siracusa, TaoArte, il Teatro dei due Mari a Patti-Tindari e tante altre ancora, hanno sicuramente contribuito, in forza di efficace una campagna di comunicazione preventivamente organizzata, all'incremento delle presenze turistiche nelle località in cui hanno luogo.

Il Dipartimento Turismo deve quindi impegnarsi a mettere in atto sul territorio siciliano strumenti, opportunità e risorse in grado di far emergere le potenzialità insite nella nostra regione, per creare un sistema turistico sempre più in grado di essere strumento di sviluppo della nostra isola, moltiplicatore di ricchezze, produttore di sviluppo ed occupazione per il siciliani.

Tanto si è già realizzato e si sta realizzando a livello strutturale per il turismo siciliano con particolare riferimento alla ricettività, che continua ad aumentare e migliorare in qualità, alla rete di porti turistici che si va a realizzare, ma anche alla rinnovata offerta di fruibilità dei beni culturali, alla teleprenotazione di posti letto e così via.

L'imprenditoria privata ha colto le opportunità offerte dagli strumenti comunitari e nazionali, spesso incoraggiata dal dinamismo che nel settore del turismo è stato dimostrato anche da parte degli attori pubblici locali (Regione, Province e Comuni).

Negli ultimi anni, in special modo in alcune Regioni italiane, si è avviato un processo di rivitalizzazione dei flussi turistici attraverso un'integrazione dei servizi turistici secondo una logica di aggregazioni di sistema ed una maggiore collaborazione tra operatori del settore e territorio di riferimento (Enti Pubblici locali).

Si tratta di *Sistemi Turistici Locali (S.T.L.)* per i quali è lecito parlare, a buon diritto, di

*"prodotti turistici elevati"*, caratterizzati, in principal modo, da soluzioni innovative di prodotto realizzate esprimendo la pratica del *"turismo sostenibile"*, definito come "un turismo capace di durare nel tempo mantenendo i suoi valori quali-quantitativi, in grado, cioè, di far coincidere le aspettative dei residenti con quelle dei turisti senza diminuire il livello qualitativo dell'esperienza turistica e senza danneggiare i valori ambientali del territorio interessato dal fenomeno.

Con la Legge Regionale n° 10/2005 cui si fa riferimento, la Regione Siciliana ha individuato i *Distretti Turistici*, definendo tali "i contesti omogenei o integrati comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a più province e caratterizzati da offerte qualificate di attrazioni turistiche e/o di beni culturali, ambientali, ivi compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e/o dell'artigianato locale".

E' questa una svolta innovativa nell'organizzazione del settore turistico regionale, innovativa poiché pone al centro il territorio come promotore di se stesso. In Sicilia esistono già, di fatto, due proto-distretti turistici: "I Borghi Marinarì", costituito da dieci comuni con capofila Cefalù, ed il "Sud-Est" che comprende Catania, Siracusa e Ragusa, più altri otto comuni minori.

Occorre mettere a sistema tutte queste esperienze per consentire, tramite il loro coordinamento, che non venga disperso il patrimonio fin qui impiegato e per far sì che, senza spreco e duplicazione d'interventi, si realizzi uno sviluppo locale in armonia con il disegno di sviluppo turistico complessivo dell'isola.

E' necessario quindi:

- confermare la programmazione dell'attività promozionale secondo un'ottica di medio periodo, con riferimento ad un arco temporale triennale (2007-2009), visto che esperienze così complesse possono ottenere risultati tangibili solo attraverso una programmazione non breve; ciò tanto più che le tendenze alla crescita del nostro turismo possono anche ascrivere ai buoni risultati delle campagne promozionali messe in atti proprio in esecuzione della programmazione già attuata nell'ultimo triennio.
- indirizzare l'azione promopubblicitaria regionale in sinergia con gli attori pubblici e privati che operano già con risorse autonome, materiali ed immateriali, nel territorio, al fine di consentire la creazione e la valorizzazione di sistemi, di reti turistiche di territori, risorse ed operatori.
- agire non solo con l'obiettivo del ritorno d'immagine, quanto per creare meccanismi autopropulsivi di promozione in senso lato del turismo.

## **2.2 I PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEL TURISMO SICILIANO**

## **2.2.1 Analisi dei punti di forza**

### ***Sistema Regionale dell'offerta turistica***

Complessivamente operano in Sicilia circa 3.000 strutture ricettive di diversa tipologia (alberghi, motels, residenze turistico-alberghiere, villaggi turistici, case per ferie, affittacamere, case vacanze, ostelli, rifugi alpini, B&B, aziende agrituristiche turismo rurale villaggi albergo, parchi di campeggio) per una disponibilità di oltre 126.000 posti letto ed oltre 38.000 persone da ospitare nei campings.

Il sistema regionale dell'offerta turistica ha, comunque, il suo punto di forza in un settore alberghiero di buona qualità.

Nell'ultimo decennio, infatti, si è rilevata una generale crescita dell'offerta ricettiva che ha interessato in misura significativa anche il Mezzogiorno d'Italia e la Sicilia in particolare. Sono stati realizzati cospicui investimenti privilegiando, per lo più, la realizzazione di strutture ricettive di categoria 5 stelle, utilizzando soprattutto le risorse economiche dell'Unione Europea.

Circa 180 hotels 4 stelle ed 11 di categoria 5 stelle consentono oggi alla Regione Siciliana di essere presente sul mercato con un'offerta altamente qualificata, pari al 20% circa del totale delle strutture ricettive esistenti nell'Isola. Significativo a tal proposito osservare come, con riferimento all'anno 2003, detta percentuale sia pari al 16,7% per il Mezzogiorno e pari al 10,2% quale valore medio nazionale (dati SVIMEZ – L'Industria turistica nel Mezzogiorno – Ed. 2006). La tipologia di struttura più diffusa rimane, comunque, quella a tre stelle (oltre il 50%).

Anche il settore extraalberghiero ha registrato nell'ultimo decennio un intenso sviluppo, ma, a differenza di quanto in precedenza rappresentato per le strutture ricettive, detto sviluppo ha interessato in misura maggiore l'area del Centro Nord piuttosto che il Mezzogiorno e la Sicilia.

L'agriturismo ed il B&B sono le forme di ricettività extraalberghiere che hanno registrato lo sviluppo maggiore nell'ultimo periodo. Ma è il *Bed & Breakfast*, in particolare, che rappresentando un prodotto di tendenza, evidenzia un crescente interesse anche da parte della clientela italiana che ha imparato ad apprezzare questa formula ricettiva al pari di quella straniera, con una crescita costante di arrivi e presenze. I B&B più di ogni altra tipologia ricettiva, sono in grado di intercettare un cliente evoluto che vuol sentirsi non turista ma "residente tra i residenti" per vivere in modo autentico e diretto la cultura del posto e dei suoi abitanti.

Gli incrementi percentuali di presenze conseguenti allo sviluppo, cui fatto cenno, di queste forme di ricettività minore, non trovano però riscontro nei dati statistici relativi agli arrivi ed alle presenze. Vi è, infatti, una notevole consistenza di turismo sommerso ma di grande importanza per l'impatto che lo stesso produce in termini di creazione di reddito e di occupazione.

Si tratta, quindi, di un punto di forza da considerare poiché che a detta rete di ricettività afferisce buona parte del movimento turistico non rilevato che, da stime effettuate,

sarebbe pari a 3,9 italiani per ogni turista italiano censito e ad 1,88 stranieri ogni straniero censito (media 3,11 turisti ogni turista censito), su una media nazionale di 2,35 ed una media del mezzogiorno di 3,41.

Si tratta quindi di numeri ingenti dei quali non si può non tenere conto per una esatta percezione del movimento turistico in Sicilia.

### ***Notorietà***

La Sicilia è conosciuta nel mondo: la sua notorietà è una caratteristica non comune alle altre regioni italiane, atteso che solo la Toscana fa registrare performances in qualche modo assimilabili in termine di notorietà, anche se di dimensioni minori.

La nostra isola è nota essenzialmente per valori positivi, si conosce nel mondo prevalentemente come luogo di vacanza, dove si soggiorna e si mangia bene; il concetto di Sicilia come luogo di delinquenza è relegato a circa il 5% e ciò testimonia come il fenomeno delinquenziale, di cui tutti noi residenti percepiamo la portata, interferisce poco con l'immaginario del turista.

In termini di marketing esiste una Marca Sicilia, cioè un mix di sedimenti nella memoria del mercato che determina l'appetibilità della nostra Isola, ne conferisce valore e conferisce valore ai prodotti turistici che vi appartengono ed ai servizi turistici che le imprese offrono.

E' quindi un mix di notorietà, esperienza, giudizio, passaparola, desiderio che derivano dal riconoscimento di una identità forte da un lato e che possono condurre ad una condivisione profonda dell'universo valoriale dall'altro.

La Sicilianità emerge prorompente come elemento distintivo, in termini positivi, in un mondo moderno spesso uniforme in termini di cultura, immagine, valori, usanze.

### ***Sinergie tra Dipartimento e operatori siciliani***

Non deve sottovalutarsi infine come sia cresciuto l'interscambio culturale ed operativo tra il Dipartimento Turismo e gli operatori turistici siciliani.

Il Dipartimento opera, già da anni, in pieno raccordo con gli operatori turistici e costituisce un punto certo e costante di riferimento per tour operators, agenti di viaggio, operatori della ricettività, sempre assistiti e supportati nell'acquisizione dei nuovi mercati in un'epoca in cui la sfida della internazionalizzazione deve essere raccolta con successo dall'imprenditore che intende crescere.

Ed infatti gli imprenditori turistici sono costantemente avvicinati dal Dipartimento, grazie anche alla trasparenza e alla pubblicità delle nuove iniziative, che privilegiano i mercati su cui i privati hanno interesse ad operare.

E' necessario, pertanto, operare assicurando fattivo sostegno alla commercializzazione del prodotto turistico con workshops ed educational rivolti ai mercati d'interesse degli operatori siciliani. Piena coincidenza in questo dunque tra la politica pubblica e quello dei privati, unici soggetti che, del resto, sono titolati alla creazione ed alla vendita di pacchetti di viaggio e servizi turistici.

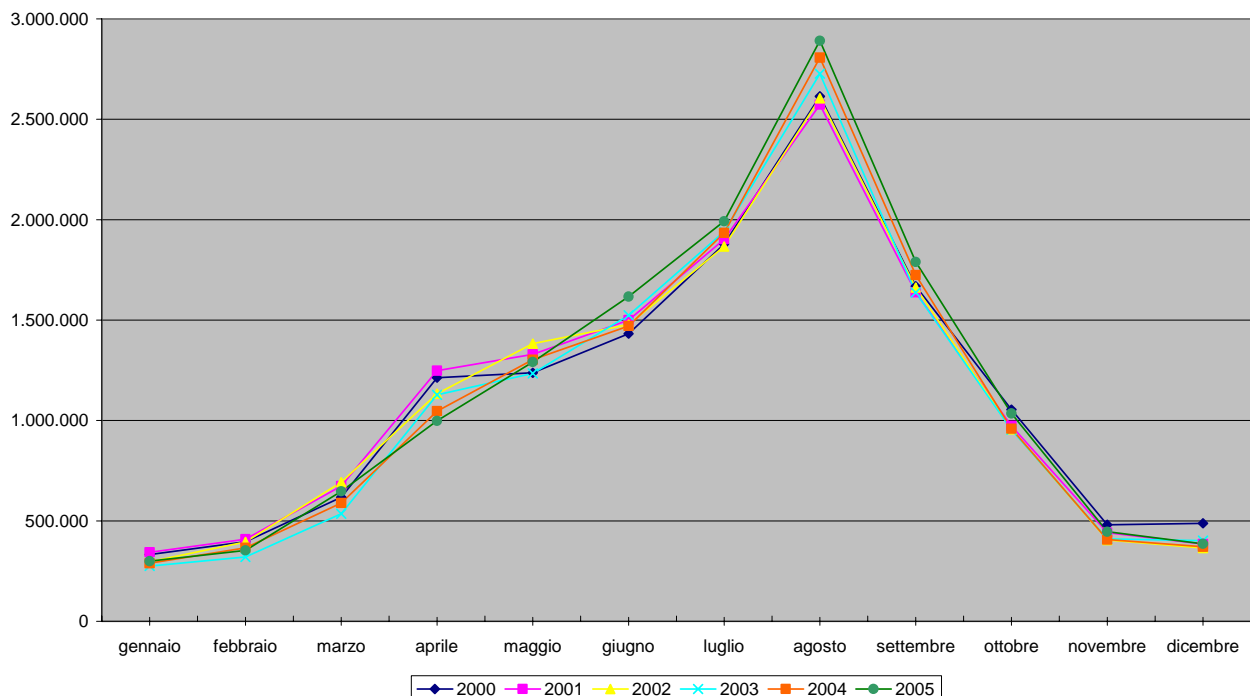
## 2.2.2 Analisi dei punti di debolezza

### Stagionalizzazione dei flussi turistici

Nonostante l'allargamento dell'alta stagione ai mesi di maggio e aprile e i segnali positivi per il mese di ottobre, il turismo siciliano soffre ancora oggi di una elevata stagionalizzazione dei flussi turistici.

E' questa la conseguenza di un turismo che, non ostante la presenza in Sicilia delle risorse d'arte, culturali, archeologiche ed ambientali cui in precedenza fatto cenno, rimane in grande misura estivo ed in particolare balneare. Da ciò ne discende che una parte più elevata di alberghi, rispetto al resto dell'Italia, svolge la sua attività solo per un periodo limitato dell'anno. Nel 2003, è stato rilevato che nel Sud il 28,0% delle strutture alberghiere sono a carattere stagionale, a fronte del 24,5% nel resto del Paese.

Andamento mensile delle presenze in Sicilia (2000-2005)



Il confronto con il resto d'Italia (effettuato su dati 2001) tuttavia ci fornisce tuttavia dati abbastanza confortanti in merito, atteso che se è vero che in Sicilia da giugno ad agosto si registrano quasi la metà delle presenze annuali, e precisamente il 45,3%, nello stesso periodo, tanto nel sud Italia che nel resto del paese, si registrano percentuali ben più alte

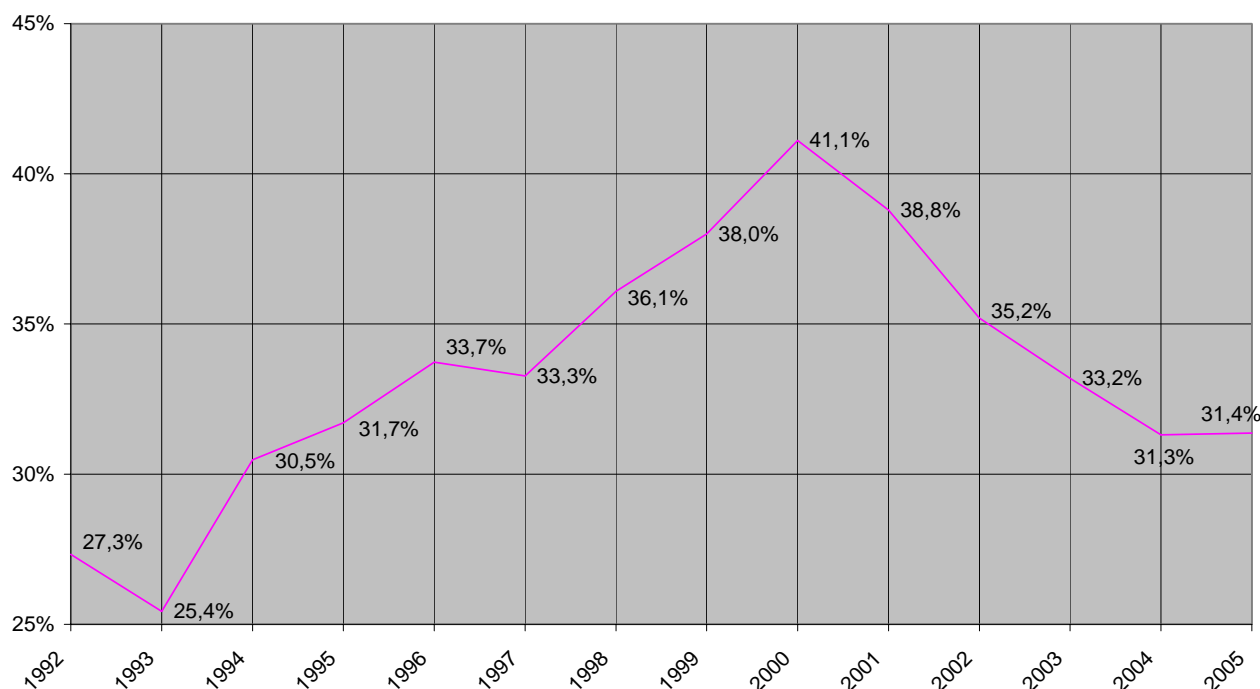
(rispettivamente il 56,6% al Sud ed il 62,2 in Italia). Nel 2005, le presenze in Sicilia nel trimestre su indicato hanno rappresentato il 56,42% delle presenze alberghiere registrate nell'intero anno (6.501.189 a fronte di 11.521.637)

Al contrario, nei mesi di aprile, maggio e ottobre, si registrano in Sicilia percentuali di presenze più alte che nel resto d'Italia (il 9,1%, 9,7% ed il 7,1% rispettivamente contro il 6,1, 7,0 e 5,3% del resto d'Italia ed il 5,6, 6,8 e 5,6 del Sud).

Nonostante il confronto con il resto d'Italia sia lusinghiero in termini di destagionalizzazione, è evidente come ci sia un potenziale elevatissimo da sfruttare tanto nei mesi primaverili ed autunnali che in periodi, come dicembre e gennaio, in cui aumenta la propensione al viaggio per vacanza in concomitanza delle vacanze di fine anno. ed in cui, per converso, le percentuali sono bassissime ed al di sotto delle medie nazionali e del sud Italia.

Anche in questi termini si spiega il **tasso di utilizzazione lordo** (percentuale di utilizzazione dei letti negli esercizi alberghieri tutti, anche quelli stagionali, supponendo che siano aperti 365 giorni l'anno) ancora abbastanza basso delle strutture alberghiere isolane, pari al 41,1% nel 2000 e crollato al 31,4% nel 2005.

Andamento del tasso di occupazione dei posti letto alberghieri



### ***Turismo non intermediato***

Non si è inoltre puntata sufficientemente l'attenzione al **mercato incoming non intermediato**, almeno in termini di logica programmatoria.

I dati sul turismo mondiale confermano che circa il 70% dei flussi turistici è non



intermediato. Al di là di queste percentuali, di certo abbastanza discutibili perché comprendono anche i flussi turistici regionali e comunque di prossimità, è certo comunque che nel mondo la maggior parte del turismo non è intermediato.

E se è vero che le percentuali di turisti fruitori di pacchetti "tutto compreso" in Sicilia sembrano essere ben superiori alla media, è per converso evidente come sia elevato il potenziale di crescita dei numeri dei turisti "fai da te", turisti tra l'altro degni di particolare attenzione in quanto solitamente spendono sul territorio il 100% delle risorse economiche impegnate nel viaggio.

Il mercato del turismo non intermediato trova oggi nuova linfa dal commercio elettronico, sistema di transazioni commerciali ormai culturalmente acquisito dalle fette medio alte e da quelle più giovani della popolazione.

Come ormai ampiamente dimostrato, l'uso di internet e la prassi degli acquisti on-line è abbastanza elevata ed in crescita, anche nel settore del turismo d'affari e di svago. Del resto la possibilità delle imprese di misurarsi realmente su un terreno concorrenziale anche in mercati lontani, la sicurezza delle contrattazioni, la diffusione ormai capillare della moneta elettronica, la flessibilità delle modalità di approccio degli utenti ad internet (24 ore su 24 per 365 giorni l'anno), il risparmio per imprese ed utenti fanno sì che offerta e domanda trovino sulla rete elettronica sempre più piazze virtuali dove incontrarsi e sempre maggiori ragioni di concludere transazioni in quella sede.

La politica di commercializzazione delle compagnie aeree, del resto, si evolve in tal senso, e proliferano inoltre moltissime compagnie di linea low cost, che hanno come area di riferimento l'Europa centrale.

Pertanto le azioni promozionali del Dipartimento devono dare la giusta attenzione anche a questa fetta di turisti, che esiste e può e deve crescere.

### ***Prodotti territoriali***

Solo da recente l'attività del Dipartimento si è orientata alla **promozione anche nell'ottica territoriale**, fino a poco tempo addietro trascurata a favore del prodotto tematico. Il processo di riequilibrio della politica promozionale a favore del prodotto territoriale, oggi allo stato embrionale se non di mera intenzione, deve essere proseguito.

L'attività di sostegno alla creazione ed alla fruizione e alla commercializzazione dei cosiddetti prodotti mercato ha prevalentemente guidato la politica del Dipartimento, ma non è stata affiancata da analoghe attività di supporto ai prodotti territoriali, e cioè a quei prodotti turistici frutto della sinergia integrata di operatori (pubblici e/o privati) ed espressione tipica di un territorio turisticamente rilevante.

Il sostegno ai prodotti territoriali tuttavia, in quanto risultato dell'azione coordinata di costruzione, fruibilità e commercializzazione di un prodotto intimamente collegato ad uno specifico territorio dotato di caratteristiche che ne esaltano la "unicità", trova peraltro riscontro negli interventi previsti ed attuati con i fondi dell'Unione europea attraverso le esperienze della contrattazione programmata Patti Territoriali, accordi di programma,

P.I.T., etc.

Ne consegue il necessario rafforzamento o l'attivazione, nell'ottica suddetta, del coordinamento con gli attori locali privati e pubblici: lo impone la naturale evoluzione verso il modello dei Distretti Turistici, solo di recente previsti dalla normativa regionale, ma che, comunque, trovano anche in Sicilia forme più o meno embrionali di sviluppo un po' ovunque sul territorio e che devono essere valorizzati ed accompagnati dal soggetto pubblico regionale nel difficile e nuovo processo di emersione ed ufficializzazione.

Tutto ciò con la consapevolezza che si tratta di processi di sviluppo che trovano forza propellente dai territori in cui detti processi si verificano e traggono motivazione nella voglia degli attori locali di emergere economicamente, sulla base di processi di sviluppo propri e non imposti.

### ***Trasporti***

Il citato Rapporto SVIMEZ sull'Industria Turistica nel Mezzogiorno, traccia un quadro impietoso della situazione, in Sicilia, dei trasporti con riferimento alla rete ferroviaria (148 chilometri di linea elettrificata con binario doppio nella zona territoriale di Palermo in confronto, ad esempio, ai 910,9 Km di Firenze, ai 676,4 di Milano, ai 378,1 di Reggio Calabria, ecc). Ma non va maglio se si considera la rete stradale: su 16.357 Km di strade in Sicilia, soltanto 591 Km sono autostrade.

La situazione ha invece cominciato a cambiare a partire dal 1998 per quel che riguarda il trasporto aereo, che per la Sicilia rappresenta la principale porta d'accesso. E se i voli di linea in partenza da Catania, Palermo e Napoli sono prevalentemente interni, la movimentazione dei turisti stranieri è affidata sempre più ai voli *charter* ed alle compagnie aeree *low-cost*. Queste ultime, in particolare, di particolare importanza, dipendono la *crescita del turismo* in buona parte dalla disponibilità di servizi aerei.

La Sicilia è oggi collegata con scali internazionali con voli in partenza da Palermo (n° 11 scali con 42 voli settimanali) e da Catania (n° 15 con 55 voli settimanali).

Ma occorre concentrarsi sulla dotazione di infrastrutture che appaiono insufficienti, poiché avere buone infrastrutture è utile alla mobilità, e, quindi, allo sviluppo turistico.

## **2.3 OBIETTIVI STRATEGICI**

Per quanto fin qui esposto, l'obiettivo strategico dell'attività di promozione turistica della Regione Siciliana, rimane la **destagionalizzazione** dei flussi turistici che non può

prescindere da una necessaria **diversificazione dell'offerta turistica**.

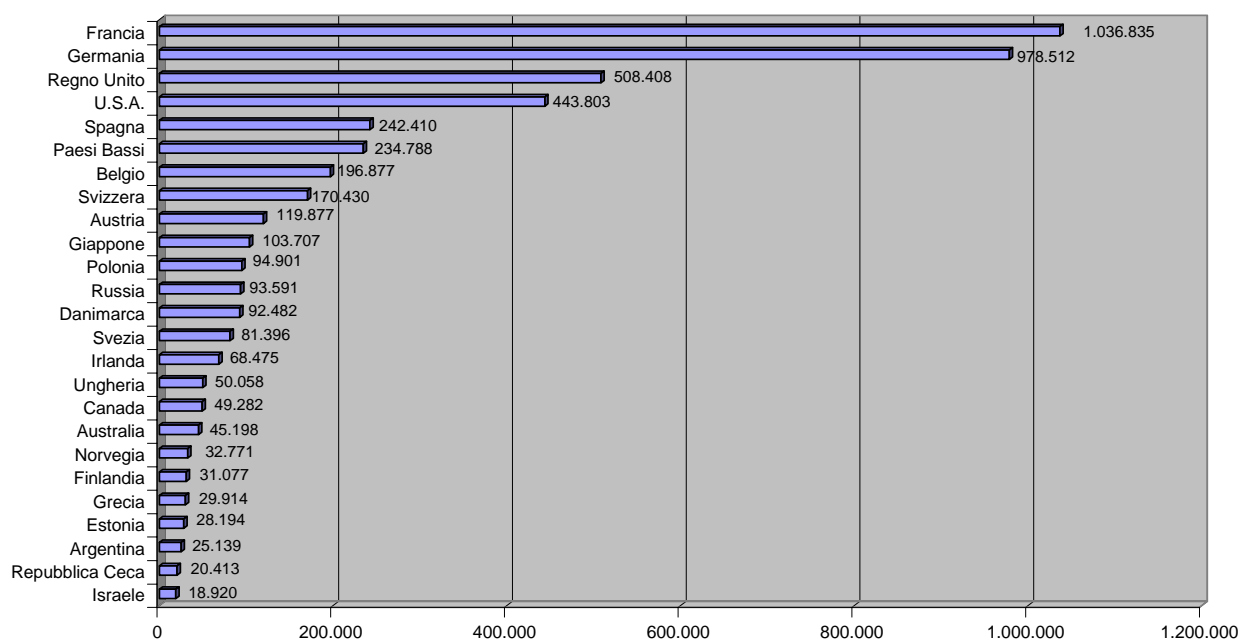
Quest'ultima, infatti, deve potersi indirizzare soprattutto verso le categorie di potenziali turisti disposte a viaggiare in periodi dell'anno diversi da quello estivo. Rivolgersi, pertanto, ai Paesi esteri in cui le condizioni climatiche (rigido clima invernale), le condizioni sociali (i pensionati, ad esempio) e culturali, e le condizioni economiche consentirebbero la programmazione di vacanze all'estero nei periodi in cui ampia, ed a costi più bassi, è la disponibilità turistica isolana.

Differenziare, quindi, le proposte, creando specifici pacchetti avuto riguardo alla variegata gamma di prodotti turistici che la Sicilia può offrire: enogastronomia, parchi ed aree protette, cultura e città d'arte, agriturismo, congressi ed incentive, sport. E' questo il compito che si richiede agli operatori turistici, affidando all'Assessorato del Turismo, delle Comunicazioni e dei Trasporti della Regione Siciliana il compito di supportare la loro azione promuovendo occasioni di incontro fra la domanda e l'offerta per la commercializzazione dei prodotti.

## **2.4 I MERCATI**

Nella individuazione dei mercati va evidenziata una priorità di intervento nell'azione di promozione dell'Assessorato, azione che intende privilegiare alcuni bacini geografici piuttosto che altri, sulla scorta di considerazioni che di seguito si riportano, iniziando dal mercato tedesco che da sempre, storicamente, ha costituito (fino al 2000) il principale bacino di provenienza dei flussi turistici in Sicilia, e che ha registrato perdite pesantissime fino al 2003 (581.082 presenze in meno rispetto al 2000), per poi cominciare a riprendere la crescita nel 2004 e nel 2005 (in quest'ultimo anno 854.115 presenze).

Presenze 2005



Occorrerà, pertanto, orientarsi sui mercati tradizionali europei (**Francia, Germania, Gran Bretagna, Benelux, Spagna, Svizzera, Austria**), che costituiscono la maggior parte dell'incoming straniero verso la Sicilia, con azioni volte a rafforzare il posizionamento della Sicilia nei rispettivi mercati.

Ad eccezione della Svizzera (- 11,61%) e della Francia (-11,45%), che hanno registrato una diminuzione di presenze, in continua crescita di presenze sono la Germania, come già detto, con + 11,63%, e la Gran Bretagna, la Spagna e l'Austria con incrementi variabili dal 2,5% al 5,8%.

In diminuzione anche i dati relativi agli **USA**, con un -6,76% che, però, deve essere di stimolo ad agire su un mercato dai numeri elevatissimi e dal potenziale ancora elevato da sfruttare in termini d'incoming.

Tra i mercati dell'est europeo debbono considerarsi prioritariamente l'**Ungheria**, in continua crescita (+ 8,50% nel 2005), la **Polonia**, che sulla scia dei fedeli giunti in Italia per le esequie del Santo Padre ha fatto registrare in Sicilia oltre 81.000 presenze con un incremento, rispetto all'anno precedente del 99,86%, e la **Russia**, paese dalle mille potenzialità ancora in parte inesprese, ma che produce flussi turistici di alto target, con alta propensione alla spesa ed una permanenza media assai elevata (+ 50,95% nel 2005).

Un discorso a parte meritano i **paesi scandinavi** (Danimarca, Finlandia, Svezia e Norvegia), i cui flussi turistici sono da tempo in risalita, facendo registrare nel 2005 un tasso complessivo di crescita delle presenze pari al 13,65%, non ostante una diminuzione del mercato svedese del 5,55%.

Passando ai paesi asiatici, il **Giappone** supera, finalmente, nel 2005 il muro delle 100.000 presenze (+ 4,43%), che rappresenta pur sempre una piccola percentuale del più grande

numero di turisti giapponesi che arrivano in Italia.

Per quanto riguarda la **Cina**, osserva l'ENIT che è questo il mercato emergente più rappresentativo, insieme all'India, per cui occorre essere presenti sul mercato nel momento in cui il popolo asiatico si apre al turismo per sfruttarne sin dall'inizio le grandi potenzialità e vincere la competizione con le altre destinazioni, nazionali ed estere. E', però, necessario che vi sia la collaborazione della compagnia aerea di bandiera, sì da convincere il turista cinese a scegliere l'Italia come destinazione principale della vacanza in Europa. E perché ciò avvenga è necessario intensificare i collegamenti diretti (a titolo esemplificativo, la Lufthansa ha nel proprio timetable oltre 40 voli settimanali dalla Cina!).

Discreto interesse per la destinazione Sicilia hanno mostrato, nel corso dell'ultimo biennio, i Paesi Baltici (Estonia, Lituania, Lettonia) i cui turisti nell'anno in corso hanno potuto beneficiare di voli charters con conseguente diminuzione dei tempi e dei costi di viaggio. Una maggiore presenza promozionale in questi Paesi trova anche giustificazione nel target piuttosto elevato del potenziale turista baltico e della vicina Finlandia e delle favorevoli condizioni economiche rispetto agli altri Paesi dell'ex Unione Sovietica.

Da tenere in considerazione infine per la sua tendenza all'incremento pure il mercato **australiano** che, nell'ultimo biennio ha registrato un aumento di presenze del 28,23%.

Al fine di ulteriormente incrementare i flussi turistici, così come avvenuto in origine per il mercato giapponese, lo sforzo di questo Assessorato, in sinergia con gli operatori turistici, dovrà essere finalizzato ad inserire la destinazione Sicilia all'interno dei circuiti delle maggiori città italiane già commercializzati dai principali tour operators internazionali. Assume grande importanza, pertanto, l'azione di sensibilizzazione delle rappresentanze italiane in Cina (ENIT, ICE, IIC, Camere di commercio, ecc) e la definizione insieme alle stesse di specifiche iniziative di promozione, con il coinvolgimento dei "media" e degli operatori locali.

Si esaminano nel dettaglio alcuni mercati:

### **Germania**

Varie analisi di mercato confermano il fatto che la Germania abbia un'importanza strategica per il turismo italiano. Secondo la recente analisi consuntiva della Dresdner Bank, nel 2005 la ripresa del turismo internazionale si è consolidata, avendo potuto registrare un aumento di turisti del 5%, per un aumento complessivo di spesa turistica per viaggi all'estero del 4%. E questo trend positivo proseguirà anche nel 2006.

Queste previsioni ottimistiche per il mercato internazionale, sono anche confermate da un'analisi per il mercato tedesco realizzata dalla rivista specializzata FVW International: tutti i principali T.O. tedeschi hanno incrementato, nel 2005, il proprio fatturato per effetto della complessiva ripresa dell'industria turistica.

Il prodotto Italia risulta quanto mai appetibile e competitivo, e da un recente sondaggio l'Italia è ritornata ad essere la meta preferita dai Tedeschi, secondo i quali il nostro Paese dovrebbe superare la Spagna nell'indice delle destinazioni turistiche da scegliere nel corrente anno.

La Sicilia, poi, compresa nei cataloghi di tutti i principali operatori tedeschi, dalle statistiche elaborate dal Call Center dell'ENIT di Francoforte, risulta la quarta meta in Italia, dopo Toscana, Lazio e Veneto

Come già riportato in precedenza, dopo anni caratterizzati da un andamento negativo dell'economia tedesca che ha avuto, per altro, gravi ripercussioni sul mercato turistico, nel 2004 si è registrata una sia pur lieve inversione di tendenza, confermata nel 2005, grazie anche allo sforzo compiuto dai principali operatori turistici tedeschi per riadattare l'offerta alla domanda e portando avanti alcune specifiche iniziative per stimolare il mercato dell'outgoing.

Si è così delineato una graduale diversificazione delle modalità di viaggio, mutamento che si è sostanziato in una diminuzione della durata delle vacanze ed in un più frequente uso dei voli low coast, con aumento dei viaggi familiari/individuali, che ha favorito la riscoperta delle città d'arte e le destinazioni meno note fuori dalle rotte tradizionali. Conseguentemente, un notevole impulso ha registrato il "Fly & Drive", pacchetto turistico che abbina il noleggio dell'autovettura al viaggio in aereo per raggiungere la meta della vacanza.

Tali dati sono stati confermati da una indagine di mercato svolta dall'ADAC (Automobil Club) da sempre attento osservatore dei fenomeni tutti legati al turismo tedesco. Ed anche l'ENIT, delegazione di Francoforte, ha confermato quanto sopra, registrando un trend di crescita considerevole del Sud Italia (Sardegna, Sicilia e Campania)

## **Francia**

Già nel 2002 la Francia è diventato il primo Paese di provenienza dei flussi turistici in Sicilia, mantenendo tale posizione anche negli anni successivi. E ciò benché negli ultimi tre anni il mercato francese abbia registrato continue flessioni, passando da 1.184.397 presenze nel 2002 a 935.135 nel 2005 (- 21,05% circa).

La Sicilia si conferma la terza destinazione regionale preferita, in Italia, dal turista francese che mostra di preferire i prodotti "soggiorno culturale" e "mare", cui fanno da complemento l'enogastronomia e la natura. Alberghi (3 stelle in particolar modo) e villaggi turistici le strutture ricettive preferite.

Già nel 2004, proseguendo nel 2005, si sono registrati interessanti segnali che hanno contribuito ad aggiungere elementi di novità alla domanda turistica francese. In particolare, si fa riferimento ai nuovi collegamenti aerei diretti Sicilia-Parigi, operati dalle compagnie aeree Meridiana e WindJet che hanno applicato tariffe vantaggiose che hanno favorito la formula weekend soprattutto nelle città d'arte.

I nuovi collegamenti hanno anche influito sulla costruzione dei pacchetti turistici da parte dei tour operators che, potendo usufruire di voli regolari di linea, hanno potuto ricorrere meno frequentemente all'utilizzo dei charters con conseguente minor rischio di impresa.

## Gran Bretagna

Dall'analisi della domanda turistica britannica, emerge che gli effetti negativi provocati dalla recessione economica a livello mondiale e dagli avvenimenti internazionali di vario genere (terroristici, epidemici, ecc) verificatisi negli ultimi cinque anni, hanno agito da elementi frenanti sul trend di crescita del turismo britannico outgoing. Pur tuttavia, le spese in consumi turistici hanno continuato ad essere elevate.

Ed in Sicilia, il mercato inglese, dopo il crollo di presenze verificatosi negli anni novanta, a partire dal 2000 ha registrato significativi segnali di ripresa, incrementando ogni anno i flussi (+ 79,21% nel 2005 rispetto al 2000), soprattutto per due motivi:

- a) L'introduzione dei voli low coast, che hanno privilegiato il turismo individuale nelle città sedi di aeroporti;
- b) Il ritorno in Sicilia di importanti compagnie, ad esempio la Thomson, che hanno incentivato il turismo di gruppo.

Ciò non ostante la Sicilia, nelle preferenze del turista inglese, rappresenta soltanto la decima destinazione italiana in termini di arrivi e l'ottava in termini di presenze.

Non è, poi, da sottacere il fatto che, come in precedenza osservato, la nascita dei voli low coast ha favorito l'affermarsi del "Fly & Drive" che ha consentito la scoperta di nuove mete turistiche e/o la valorizzazione di nuovi prodotti, quale, ad esempio, quello enogastronomico. Sempre più frequenti e numerose, infatti, sono le segnalazioni in tal senso da parte di agriturismi e cantine che hanno iniziato ad attrezzarsi per assicurare servizi di accoglienza con degustazione e, in qualche caso, anche con apposita foresteria o convenzioni con limitrofe strutture ricettive.

## Spagna

La Spagna, come è noto, è fondamentalmente un Paese ricettore di turismo, essendo le entrate valutarie per tale capitolo ben 5 volte superiori alle spese. Importante competitore dell'Italia, è in particolare la prima destinazione europea per numero di arrivi di turisti dall'estero.

I viaggi internazionali degli spagnoli sono aumentati nell'ultimo anno del 4,9%. Le destinazioni europee rappresentano l'80,9% dei Paesi esteri visitati; i Paesi più visitati sono, nell'ordine, Francia (20,8%), Portogallo (12,6%) ed Italia (11%).

E' un trend, per quanto riguarda il nostro Paese, in continuo e costante aumento a partire dal 2000, con circa 1.470.000 arrivi registrati nel 2004; Lazio, veneto, Toscana e Sicilia, nell'ordine, le principali destinazioni.

E la crescita registrata a livello nazionale ha avuto eguale riscontro anche in Sicilia: infatti, dalle 100.000 presenze circa registrate nell'anno 2000, si è passati ad oltre 220.000 presenze nel 2005, con una lieve previsione di incremento ulteriore anche nel 2006.

Tale notevole incremento è da ascrivere non solo alle favorevoli condizioni economiche esistenti in Spagna nell'ultimo quinquennio, ma anche e soprattutto alla massiccia azione promozionale svolta da questa Amministrazione, molto spesso in sinergia con la Delegazione ENIT di Madrid. In particolare, il mercato spagnolo è stato "aggredito" in maniera intensiva attraverso la costante partecipazione alle maggiori Fiere turistiche nazionali, con appropriate campagne pubblicitarie sui principali "media" e TV nazionali, con iniziative promozionali in loco, workshops ed educational tours, ed interventi di sostegno per la pubblicazione e distribuzione dei cataloghi dei principali operatori spagnoli.

Quale effetto della promozione integrata sopra descritta, si è registrato il grande interesse del turista "giovane" attratto, soprattutto, dall'offerta culturale. Ma anche i tours tradizionali, appannaggio del turismo della "terza età", hanno avuto, nell'ultimo biennio, un notevole impulso.

## **Stati Uniti**

Nonostante le ben note difficoltà dell'economia di questo Paese che refluenze negative ha avuto sulla politica americana, di recente si sono registrati importanti segnali di ripresa per il turismo outgoing, che nel 2000 aveva fatto registrare oltre 4.000.000 di arrivi in Italia per scendere a 3.300.000 nel 2002 e risalendo a 3.800.000 nel 2004 (ultimo dato disponibile).

Anche la Sicilia ha risentito di tale andamento, e, purtroppo, si è ancora lontani dal numero di presenze raggiunto nel 2001 (circa 435.000).

Gli americani sembrano, però, aver assorbito lo choc degli attentati terroristici e della guerra ma funzione essenziale ha avuto l'azione promozionale svolta da questo Assessorato su tale mercato, azione che non ha interessato, come per gli altri Paesi europei, i mezzi tradizionali perché molto costosi in relazione anche alla vastità del territorio, ma si è incentrata direttamente sugli operatori con specifiche azioni a sostegno (educational tours, workshops ed inserzioni nei cataloghi).

L'esperienza maturata negli ultimi anni, ha, infatti, mostrato che per un più intensivo sviluppo del flusso turistico verso la Sicilia, occorre intensificare le azioni a sostegno degli operatori per far sì che, finalmente, si possa istituire un regolare collegamento aereo di linea diretto USA/Sicilia, con conseguente riduzione dei costi prolungando la durata del soggiorno nell'Isola. Significativa in tal senso l'istituzione del volo di linea diretto (sia pur stagionale) Palermo – New York – Palermo operato già a partire dal 2005 dal vettore Eurofly e riconfermato per l'anno in corso per un periodo di circa 6 mesi..

## **Russia**

La Russia ed i Paesi dell'ex Unione Sovietica hanno complessivamente un bacino di utenza di quasi venti milioni di potenziali turisti.

Per quanto riguarda la sola Russia, è previsto anche nel 2006 un trend costante di



crescita dei flussi turistici verso l'Italia dell'ordine del 25-30%, a fronte di una crescita del 28% registrata nel 2005 (tale valore risulta dai dati sul rilascio dei visti da parte dei Consolati Italiani).

Il turista russo è quello che in Sicilia soggiorna più a lungo. Infatti, la permanenza media è di 7 giorni in coincidenza con la rotazione settimanale dei charters che, ormai, funzionano quasi come regolari servizi di linea, vista la frequenza con cui operano.

Non v'è dubbio che se da un lato l'imprenditoria privata ha avuto ampi meriti per avere investito in un mercato certamente ad alto rischio viste le relative condizioni geo-politiche, è anche vero che, così come per la Spagna, l'intervento dell'Assessorato è stato, e continua ad essere, consistente assicurando una continua presenza sui "media" russi, nonché nella principale Fiera turistica (Mosca) e con continue azioni a sostegno diretto degli operatori.

Gli interventi, poi, sono stati diversificati in funzione dei diversi target. Oggi, infatti, oltre al tradizionale turismo di massa che privilegia il prodotto sole/mare (formula villaggio), sempre più numerosi sono i turisti di questo Paese di target medio/alto che scelgono quasi esclusivamente gli hotels 4 e 5 stelle (37% delle presenze totali), principalmente ubicati nella Sicilia Orientale.

## **Giappone**

Dopo un trend assolutamente positivo che dal 1999 al 2002 ha visto passare le presenze giapponesi in Sicilia da 91.941 a 122.640 (+ 33,39%), la SARS, non disgiunta dalla crisi economica mondiale, ha provocato, nel 2003, un brusco ritorno ai valori di partenza (88.910 presenze).

E, quindi, iniziata una lenta risalita che ha permesso di superare nel 2005 il muro delle 100.000 presenze, restando, comunque, ancora lontani dai valori di gran lunga superiori che, si pensava, di poter raggiungere appunto nel 2005 se fosse continuato il trend di crescita iniziato nel 1999.

Vi è anche da dire che la lontananza del mercato in questione e, in maggior misura, i notevoli costi relativi alle azioni promozionali in genere, hanno determinato la totale assenza di questo Assessorato sia nei mezzi di comunicazione tradizionali, che nelle principali fiere di settore del Giappone, appuntamenti ai quali si è ricominciato a prendere parte nel 2004..

Il permanere di dette condizioni, ha indotto l'Amministrazione a considerare altri strumenti di intervento al fine di affacciarsi nuovamente su tale mercato che, comunque, rappresenta pur sempre uno dei principali paesi di origine dei flussi turistici, pur se allo stato attuale il periodo di permanenza è piuttosto breve (1,6 giorni). La Sicilia, infatti, non costituisce una meta unica, ma le località più rinomate (Palermo e Taormina) fanno parte di un tour della durata media di una settimana che include, ovviamente, Roma, Milano, Firenze e Venezia.

Da un recente sondaggio effettuato da Japanitaly.com, Società di marketing & comunicazione con sede a Milano, è risultato che la Sicilia è al primo posto fra le regioni italiane che in un futuro prossimo i potenziali turisti giapponesi intenderebbero visitare. Più in generale, le destinazioni delle visite si sono allargate fra le piccole e medie città

dell'intero territorio italiano; soprattutto i turisti giapponesi sono incantati dalle località del Sud Italia, ritenendo che solo in questa parte del Paese possono scoprire e provare l'autenticità e l'originalità del territorio.

\*\*\*\*\*

Alcune considerazioni sui mercati emergenti che nei prossimi anni potrebbero assicurare buoni flussi di incoming in Italia e, quindi, in Sicilia.

## **Cina**

Secondo alcune proiezioni dell'OMT – Organizzazione Mondiale del Turismo, la Cina, apertasi al turismo internazionale solo nel 1990, si prepara a divenire una delle maggiori fonti al mondo di turismo verso l'estero, con un tasso di sviluppo del settore del 12,5% fino al 2020. Le partenze, stimate in oltre 100.000, renderebbero la Cina il quarto Paese al mondo per outbond, ed il primo in relazione all'incoming, con oltre 130 milioni di arrivi.

Per quel che riguarda in modo specifico l'Europa, con la recente firma dell'accordo ADS EU-Cina il quadro generale della situazione è destinato ad evolversi radicalmente con indubbi benefici. La Francia, infatti, stima un raddoppio dei turisti cinesi colà destinati, e la Germania prevede, nel 2006, un flusso di 600.000 persone. Inferiori restano gli arrivi dei turisti cinesi in Italia: secondo il Touring Club Italiano, nel 2004 i visitatori cinesi sono stati poco più di 106.000.

I collegamenti aerei oggi esistenti rispecchiano la situazione; il numero dei voli diretti Italia-Cina è di gran lunga inferiore rispetto alla Francia e, soprattutto, alla Germania, nazioni che, comunque, aiutano il nostro turismo incoming poiché molti gruppi di cinesi arrivano in Italia attraverso i collegamenti-ponte operati da Air France e da Lufthansa.

Ottime appaiono le prospettive di sviluppo: secondo un'indagine condotta dall'ENIT presso operatori di Pechino e Shanghai, l'Italia rientra tra le mete preferite dai turisti cinesi, con numerose agenzie locali che intendono organizzare e proporre pacchetti turistici verso il nostro Paese.

Al momento le principali destinazioni turistiche in Italia rimangono Roma, Firenze, Pisa, Venezia e Milano. Per promuovere le regioni del Sud e le Isole in particolare, occorrerà, quindi, mettere in atto delle politiche promozionali in termini di voli e per i trasporti in generale, in modo da rispondere all'esigenza del tour operator cinese di offrire soggiorni non troppo lunghi.

## **Australia**

L'ottima propensione degli australiani a viaggiare all'estero, che già aveva mostrato un fortissimo incremento (20%) nell'anno fiscale 2003/2004, si è confermato anche per l'anno fiscale 2004/2005 (fino al 30 giugno 2005) con un incremento del 17,94% rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda la posizione dell'Italia rispetto ai Paesi concorrenti, emerge che la

prima destinazione in Europa per gli australiani risulta sempre essere la Gran Bretagna, mentre l'Italia si pone al secondo posto seguita, ad ampia distanza, da Francia, Germania e Spagna.

Le principali destinazioni turistiche in Italia risultano essere Roma, Venezia, la Toscana, la Lombardia, la Costiera Amalfitana e la Sicilia.

Nel periodo 2000-2005 le presenze australiane nella nostra Isola sono passate da 24.662 a 39.816, con un incremento del 61,44%.

Il mercato australiano ben si presta per il conseguimento degli obiettivi strategici indicati al precedente punto 3). Nessun problema, infatti, per la destagionalizzazione in quanto il turista australiano tende a suddividere le ferie in maniera scaglionata, preferendo un tipo di vacanza esplorativa, dove si sceglie preferibilmente una destinazione come base nella quale fermarsi e da dove effettuare escursioni giornaliere nelle zone limitrofe. Ed ancora, è molto interessato a prodotti specifici, quali ad esempio B&B ed agriturismo, identificati come prodotti emergenti di particolare interesse.

Con riferimento al mercato di che trattasi, Si segnala che l'Assessorato Regionale Lavoro, Formazione Professionale ed Emigrazione, che ha, per altro, istituito l'Osservatorio Siciliano degli Italiani nel Mondo, nell'ambito del progetto ITENETS "Iniziativa specifiche di animazione e promozione di legami stabili tra l'economia del Mezzogiorno e gli Italiani residenti all'Estero", ha in avanzata fase di definizione un progetto di "Promozione e sviluppo di partenariati territoriali fra le Isole minori e l'Australia", svolto in interconnessione con i diversi Assessorato regionali, ciascuno avuto riguardo alle proprie competenze.

Obiettivo di detto progetto è quello di promuovere lo sviluppo dei territori delle Isole minori della Sicilia tramite l'incentivazione dei flussi turistici e del commercio di prodotti eno-gastronomici di pregio.

## **2.5 MODALITA' OPERATIVE**

Nella percezione positiva che i non siciliani hanno della nostra Regione rientrano a pieno titolo i suoi beni archeologici e monumentali, il suo patrimonio culturale, i prodotti tipici dell'enogastronomia e dell'artigianato, i beni ambientali (mare, parchi, riserve, vulcani).

Ognuna delle suddette componenti riesce oggi ad essere, anche da sola, valida motivazione di viaggio, soprattutto se si considera la moderna tendenza agli spostamenti brevi ma frequenti (fine settimana).

L'esperienza insegna, però, che monumenti, buon cibo, ottimi vini e riserve incontaminate non esistono solo in Sicilia, e quindi non producono automaticamente incoming, ma ciò avviene solo a seguito di un processo che crei il prodotto dal mix dei singoli elementi che caratterizzano o arricchiscono il territorio.

E' sempre più necessario, quindi, coordinare le politiche di promozione turistica del

Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo con quelle degli Assessorati Beni Culturali, Agricoltura e Foreste, Cooperazione e Territorio ed Ambiente per far sì che quegli elementi che già oggi sono ambasciatori della Sicilia nel mondo, contribuiscano a confezionare prodotti turistici appetibili dal mercato.

Ed ancora, è necessaria un'azione di coordinamento , in un'ottica di programmazione condivisa da tutti, con le realtà territoriali che risultano puntare allo sviluppo del turismo; è il caso dei territori oggetto di PIT, GAL, Patti territoriali, Progetti Interreg e Distretti Turistici.

Un'efficace azione di promozione non può prescindere, infine, dalla sinergia con gli operatori turistici cui compete il gravoso compito di "vendere" la Sicilia con la creazione di specifici pacchetti che contengano tutte le attrattive dell'Isola.

**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

### **3. Gli obiettivi complessivi e le priorità dell'azione amministrativa**

### 3.1 - Obiettivo

## Attuazione della l.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

#### Descrizione

Con la legge 15 settembre 2005 nr. 10, il Parlamento Regionale ha dettato un assetto normativo della materia turistica, sulla quale in passato era più volte intervenuto, ma in modo frammentario ed episodico. Infatti l'art. 14 dello Statuto attribuisce all'Assemblea Regionale potestà esclusiva in materia di turismo, principio peraltro ribadito nei confronti della generalità delle Regioni dall'art. 117 della Costituzione. La legge 10/2005 non ha tuttavia dettato una disciplina organica della materia, nel senso che non è intervenuta sull'intero ambito suscettibile di normazione. In realtà il legislatore ha riformato soprattutto l'organizzazione pubblica (periferica) del settore, ha definito le modalità di riconoscimento dei "distretti turistici locali" ed ha dettato alcune disposizioni di vario contenuto, alcune delle quali non pertinenti l'oggetto principale della legge (disposizioni di carattere finanziario, centri commerciali naturali, collegi dei revisori dei conti nelle istituzioni scolastiche, ecc.).

#### Azioni

##### Priorità

- a) adozione del programma triennale di sviluppo turistico 2007-2009
- b) adozione del piano operativo annuale 2007
- c) infrastrutturazione dei servizi turistici regionali, in luogo delle AAST soppresse ed estinte
- d) istituzione delle conferenze provinciali del turismo
- e) riconoscimento e finanziamento dei distretti turistici
- f) istituzione dei centri commerciali naturali
- g) adozione della carta dei diritti del turista
- h) agenzie immobiliari turistiche

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo.

#### Modalità di spesa

Spesa diretta ovvero assegnazione su bando (distretti turistici), con contestuale definizione

dell'importo massimo di cofinanziamento regionale.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- dal 1.1.2007 piena operatività dei servizi turistici regionali
- entro il 31.3.2007 istituzione e funzionamento del Consiglio Regionale del Turismo e delle Conferenze Provinciali del Turismo.
- Entro il 31.12.2007 riconoscimento e cofinanziamento dei distretti turistici
- Entro il 28.2.2007 adozione della bozza della carta dei diritti del turista; entro il 31.5.2007 adozione del testo definitivo.
- Entro il 30.6.2007 determinazione dei criteri di riconoscimento delle agenzie immobiliari turistiche

### 3.2 - Obiettivo

## Servizi turistici regionali - infrastrutturazione

#### Riferimento normativo

Art. 4 della Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

#### Descrizione

L'istituzione dei servizi turistici regionali è prevista dall'art. 4 della l.r. 10/2005 "in luogo" delle Aziende di Soggiorno soppresse ed estinte. Essi sono uffici periferici, con rango di servizi (strutture intermedie previste dalla l.r. 10/2000), del Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo dell'Assessorato Regionale del Turismo. Il Presidente della Regione Siciliana, con proprio decreto in data 3 luglio 2006 e previa deliberazione della Giunta di Governo, ha istituito nr. 23 servizi turistici regionali, ai quali viene prioritariamente assegnato, ai sensi dell'art. 4 della l.r. 10/05, il personale proveniente dagli enti di promozione turistica soppressi. Le competenze sono le seguenti:

- sportelli informazioni turistiche;
- aggiornamento pagine sito web regione, relative al territorio di competenza
- progettazione ed attuazione interventi, autorizzati dal Dipartimento Turismo, volti a favorire la formazione e la qualificazione dell'offerta turistica locale nonché la promozione e commercializzazione dei prodotti turistici locali.
- assistenza ai turisti anche facendo ricorso agli strumenti offerti dalle nuove tecnologie.
- attività di tutela nei confronti del consumatore turista
- promozione e realizzazione iniziative, autorizzate dal Dipartimento Turismo, finalizzate alla valorizzazione delle risorse turistiche presenti nel territorio, ivi compresi gli eventi volti ad incrementare il movimento turistico, a destagionalizzare la domanda ed a prolungare il soggiorno dei turisti.
- assistenza, consulenza e supporto tecnico agli operatori turistici pubblici e privati.
- iniziative ulteriori, autorizzate dal Dipartimento Turismo, da realizzare in collaborazione con gli enti locali e le associazioni di categoria, finalizzate a:
  - migliorare la capacità di accoglienza, di informazione e di assistenza turistica dei territori interessati;
  - attuare interventi intersettoriali ed infrastrutturali necessari alla qualificazione ed al potenziamento dell'offerta turistica del territorio interessato;
  - sostenere l'innovazione tecnologica degli Uffici di informazione ed accoglienza ai turisti;
  - promuovere lo sviluppo di marchi di qualità, di certificazione ecologica, di club di prodotto, nonché l'immagine del prodotto turistico locale;
  - promuovere il marketing telematico;
  - favorire collegamenti telematici con il Dipartimento Regionale del Turismo e con l'Osservatorio Turistico Regionale;
- attività istruttorie, ricognitive, di ispezione e controllo, di esecuzione e di collaborazione, assegnate dal Dirigente Generale per materie di competenza del Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo.
- attività istruttorie, ricognitive, di ispezione e controllo, di esecuzione e di collaborazione, assegnate dal Dirigente Generale e relative alle seguenti materie ed iniziative di competenza delle aree e dei servizi del Dipartimento.



## **Azioni**

### **Priorità**

- a) informatizzazione e collegamento telematico dei servizi turistici regionali con il Dipartimento Turismo– rete dei servizi turistici regionali.
- b) riqualificazione e formazione del personale assegnato.
- c) informatizzazione delle attività di censimento dei flussi turistici previste dal sistema statistico nazionale.

## **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

## **Modalità di spesa**

Spesa diretta

## **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- dal 1.1.2007 piena operatività dei servizi turistici regionali.
- nr. delle pagine del sito web aggiornate dai servizi turistici regionali, per i territori di rispettiva competenza.
- nr. dei progetti di promozione e marketing presentati al Dipartimento.
- nr. delle attività istruttorie, ricognitive, di ispezione e controllo, di esecuzione e di collaborazione assegnate dal Dipartimento ed evase dal Servizio.
- Nr. di richieste di informazione processate.

### 3.3 - Obiettivo

## Province Regionali

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.  
Legge regionale 6 marzo 1986, nr. 9

#### Descrizione

Con la legge 15 settembre 2005 nr. 10, sono state soppresse le vecchie Aziende Autonome Provinciali per l'Incremento Turistico; le competenze già proprie delle AAPIT (art. 5 comma 2) sono state dalla legge assegnate alle Province Regionali, come pure la vigilanza sulle imprese turistiche operanti sul territorio. Inoltre la legge ha previsto l'istituzione, con funzioni consultive, della Conferenza provinciale per il Turismo, nominata dall'Assessore Regionale del Turismo e presieduta dal Presidente della Provincia. Essa "esprime indicazioni utili alla redazione del programma di sviluppo e promozione turistica della provincia Regionale". I rappresentanti di Province e Comuni sono inoltre presenti nel Consiglio Regionale del Turismo. Le Province sono dunque chiamate dalla legge 10/2005 allo svolgimento diretto di alcune fondamentali funzioni di polizia amministrativa del turismo, in luogo delle AAPIT soppresse.

#### Azioni

##### Priorità

- uniformare modulistica e tempi di espletamento dei procedimenti amministrativi di classifica delle strutture ricettive
- programmazione annuale di attività di controllo e vigilanza sulle strutture ricettive del territorio di competenza.
- Consultazione permanente Regione-Province nell'ambito del Consiglio Regionale del Turismo

#### Dotazione finanziaria

Non prevista – Le Province espletano le funzioni assegnate con personale e strutture proprie, mediante le risorse finanziarie apostate nei bilanci di previsione.

#### Modalità di spesa

Non prevista

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- Nr. dei provvedimenti di classifica evasi dalle Province Regionali
- Tempo medio di espletamento dei procedimenti amministrativi di classifica delle strutture ricettive.
- Nr. degli interventi effettuati dalle Province Regionali nell'ambito delle funzioni di vigilanza e di polizia amministrativa del settore.

### 3.4 - Obiettivo

## Attività di proposizione legislativa

#### Riferimento normativo

Costituzione della Repubblica Italiana  
Statuto della Regione Siciliana

#### Descrizione

L'art. 14 dello Statuto attribuisce all'Assemblea Regionale Siciliana potestà esclusiva in materia di turismo; detta competenza è peraltro confermata nei confronti della generalità delle Regioni dall'art. 117 della Costituzione. Come è noto, la legge 10/2005 non ha dettato una disciplina organica della materia turistica, nel senso che non è intervenuta sull'intero ambito suscettibile di normazione. I materiali normativi sul turismo sono infatti dispersi in una ampia congerie di testi di rango legislativo o regolamentare, prodotti in varie epoche, e perciò stesso privi talvolta di organicità e coerenza. Talvolta è difficile persino per gli operatori pubblici e privati individuare sicuri punti di riferimento od anche orientarsi nel vasto intreccio di norme statali e regionali vigenti, dal momento che ampi spazi di normazione sono stati finora trascurati dal legislatore regionale. Semplificare e razionalizzare la normativa turistica è una delle condizioni per la competitività del settore, ed in questo senso è opportuno ed urgente prevedere le opportune iniziative in sede di proposizione legislativa.

#### Azioni

##### Priorità

- redazione di un testo unico della normativa turistica in Sicilia
- redazione di un testo unico della disciplina delle professioni turistiche
- piena copertura normativa della materia turistica, nell'ambito delle competenze assegnate alla Regione dallo Statuto e dalla Costituzione.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

#### Modalità di spesa

Non prevista

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- entro il 30.1.2007 costituzione ed insediamento di un'apposita commissione di studio e proposta, presieduta dall'Assessore e operante presso il Dipartimento Turismo dell'Assessorato
- entro il 30.6.2007 presentazione di una proposta di testo unico del turismo e delle professioni turistiche.

### 3.5 - Obiettivo

## Qualità del sistema turistico regionale

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

#### Descrizione

L'art. 1 della legge 15 settembre 2005 nr. 10 sancisce il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico della Regione. Sottolinea altresì l'importanza della qualificazione del prodotto turistico, e individua gli elementi attraverso i quali perseguire la crescita quantitativa e qualitativa del sistema turistico. L'incentivazione della qualità diventa quindi un punto centrale delle politiche di settore. Non v'è dubbio che la qualità rappresenti uno dei fattori competitivi vincenti sui mercati mondiali del turismo. Far crescere la qualità e la cultura della qualità, sia nel pubblico che nel privato, diventa quindi un obiettivo strategico dell'azione istituzionale della Regione.

Il miglioramento della qualità si ottiene attraverso azioni intersettoriali, che investono sia l'hardware del sistema turistico (il territorio, la programmazione urbanistica, i parametri costruttivi dell'edilizia pubblica e privata, la rete viaria, gli aeroporti e le ferrovie, ecc.), sia il c.d. software, e cioè quell'insieme di prassi quotidiane nell'erogazione dei servizi e nel confronto con il consumatore turista, che tutte insieme danno qualità complessiva al sistema e lo rendono "accogliente". La filosofia della qualità non deve tuttavia essere un fattore esterno ed estraneo alle prassi pubbliche e private del settore. Solo un'adesione convinta alle logiche di miglioramento qualitativo, percepite come un decisivo fattore di crescita per il sistema, renderà davvero virtuose tutte le azioni di incentivazione della sensibilità verso questo aspetto, che diverrà un concreto valore aggiunto per l'offerta turistica regionale. I contenuti dell'obiettivo, in generale, consistono nell'aumento della sensibilità degli operatori pubblici e privati verso la filosofia del miglioramento qualitativo nelle prassi quotidiane; la puntuale verifica dei requisiti di classifica delle strutture ricettive; l'incremento dell'adesione di aziende turistiche a marchi o club di prodotto nazionali o internazionali, caratterizzati da requisiti particolarmente precisi e rigorosi sul fronte della qualità; la programmazione di adeguate campagne di verifica e controllo sulla qualità delle strutture; il sostegno alle iniziative pubbliche e private volte all'incentivazione della qualità sostanziale, ed alla comunicazione dei traguardi di qualità perseguiti e raggiunti.

#### Azioni

##### Priorità

- a) Analisi e riesame degli indicatori di assegnazione di classifica alle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.
- b) Adesione ad iniziative di marchi di qualità del settore.
- c) Programmazione, attraverso le Province Regionali, di periodiche attività di vigilanza e controllo sui servizi erogati dalle strutture ricettive classificate e per la lotta ai fenomeni di abusivismo.
- d) Campagne di sensibilizzazione rivolte agli operatori
- e) Campagne informative rivolte al pubblico
- f) Marchio Club Sicilia
- g) Istituzione su base regionale e provinciale di premi e riconoscimenti agli operatori pubblici e privati che hanno raggiunto determinati livelli di qualità nell'erogazione dei servizi.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta ovvero assegnazione su bando (distretti turistici), con contestuale definizione dell'importo massimo di cofinanziamento regionale.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- Numero di strutture ricettive che aderiscono a club di prodotto o a marchi di qualità di riconosciuto prestigio;
- Indagini sul grado di soddisfazione dei consumatori turisti, sia in riferimento alle località di vacanza (pulizia delle città, servizi pubblici, viabilità, ecc.), sia all'accoglienza nelle strutture ricettive (cortesia, efficienza, ecc.)

### 3.6 - Obiettivo

## Carta dei diritti del turista

#### Riferimento normativo

Art. 12 della legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

#### Descrizione

L'art. 12 della legge 15 settembre 2005 nr. 10 assegna all'Assessore Regionale del Turismo il compito di redigere la carta dei diritti del turista. Si tratta di un vero e proprio vademecum per il turista, con una serie di informazioni dettagliate sui diritti sanciti dalla normativa in materia (in primis il Decr. Lgs. 6 settembre 2005 nr. 206, c.d. *Codice del Consumo*), sulle classificazioni delle strutture ricettive, sulle norme in materia di assicurazione, dogana, sanità, e quant'altro previsto dal soprarichiamato art. 12

Lo scopo della *carta* è quello di dare al turista, consumatore consapevole di un prodotto, uno strumento di conoscenza su tutti gli aspetti, anche di tipo burocratico, che caratterizzano la fruizione di un viaggio/vacanza. Il documento riassume soltanto una pluralità di regole tratti da vari testi legislativi e regolamentari, ma attraverso un linguaggio semplice e chiaro, privo di oscurità burocratiche o tecniche.

Anche la carta diventa così uno strumento competitivo sul mercato globale del turismo, ed un fattore di qualità per il sistema turistico regionale

#### Azioni

##### Priorità

- a) Redazione della bozza della carta dei diritti del turista (vedi obiettivo 3.1)
- b) Interlocuzione con le principali organizzazioni di rappresentanza dei consumatori per l'acquisizione di proposte, osservazioni, suggerimenti
- c) Adozione dell'edizione definitiva della Carta (vedi obiettivo 3.1).
- d) creazione, presso i servizi turistici regionali, di appositi sportelli del consumatore turista, per la diffusione della Carta e il contatto con i consumatori – turisti.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

#### Modalità di spesa

Spesa diretta



### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- a) Entro il 28.2.07 redazione della bozza della carta dei diritti del turista
- b) Interlocuzione con le principali organizzazioni di rappresentanza dei consumatori per l'acquisizione d proposte, osservazioni, suggerimenti
- c) Entro il 31.5.2007, adozione dell'edizione 2007 della Carta
- d) Entro il 31 gennaio di ogni anno, aggiornamento della Carta
- e) Numero dei reclami di consumatori turisti acquisiti e processati presso i servizi turistici regionali.

### 3.7 - Obiettivo

## Rilevazioni statistiche

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

Decreto legislativo 6 settembre 1989, n. 322 "Norme sul Sistema statistico nazionale e sulla riorganizzazione dell'Istituto nazionale di statistica, ai sensi dell'art. 24 della legge 23 agosto 1988, n. 400. "

Programma statistico nazionale 2006-2008 (Dpcm 11 luglio 2006)

#### Descrizione

Un preciso e tempestivo censimento dei flussi turistici costituisce una delle premesse più importanti per la definizione delle politiche pubbliche e private di settore. Conoscere i dati sui flussi turistici, in modo quanto più possibile preciso, ed oltretutto rapido, consente di valutare in modo scientifico la portata economica del settore, e conseguentemente di orientare su basi concrete le azioni di incentivazione a favore degli operatori pubblici e privati.

Sono noti i limiti e le inefficienze dell'attuale sistema di rilevazione statistica, che ha il suo fondamento normativo (con il corredo di obblighi e sanzioni), nella legge 400/1988 e nel programma statistico nazionale. Tali limiti sono ancora più evidenti per una regione come la Sicilia, caratterizzata da una notevole estensione territoriale. Nell'attuale situazione, l'obiettivo è quello di aumentare l'indice di accuratezza delle rilevazioni; di eliminare le sacche di evasione dell'obbligo di comunicazione statistica; di individuare metodi e criteri di rilevazione per quei segmenti del mercato turistico attualmente esclusi dalle rilevazioni istat ufficiali (case date in locazione); infine rendere le rilevazioni statistiche rapide, tali cioè da consentire in tempi brevi l'elaborazione e la pubblicazione dei dati raccolti dai terminali di censimento sparsi sui territori.

#### Azioni

##### Priorità

- a) Progettazione di strumenti di collegamento telematico fra le strutture ricettive e i terminali di rilevazione statistica del territorio (servizi turistici regionali)
- b) Informatizzazione delle procedure di elaborazione dei dati statistici da parte di tutti i servizi turistici regionali
- c) Pubblicazione mensile on line dei dati statistici regionali
- d) Pubblicazione di un consuntivo statistico annuale del turismo siciliano.
- e) Rilevazioni statistiche sui prezzi al consumo nelle principali località turistiche, ad opera dei servizi turistici regionali.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- a) rispetto dei tempi di acquisizione ed elaborazione dei dati statistici trasmessi dai titolari delle strutture ricettive.
- b) Effettuazione di rilevamenti statistici sui prezzi al consumo di beni e servizi nelle principali località turistiche.
- c) Studi ed indagini settoriali per l'analisi della componente motivazionale della presenza turistica sul territorio regionale.

### 3.8 - Obiettivo

## Pro Loco

#### Riferimento normativo

Art. 8 della legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

#### Descrizione

La Regione, in forza dell'art. 8 della legge 15 settembre 2005 nr. 10, riconosce e favorisce le attività delle associazioni pro-loco, quali associazioni di volontariato senza finalità di lucro che svolgono attività di valorizzazione turistica delle realtà e delle potenzialità naturalistiche, culturali, storiche, sociali e gastronomiche delle località in cui operano e che si propongono i seguenti obiettivi:

- a) organizzazione, anche in collaborazione con enti pubblici e/o privati, di iniziative quali visite, escursioni, attività di animazione locale, azioni di valorizzazione ambientale e gestione dei monumenti e dei relativi servizi, finalizzati alla loro fruizione turistica;
- b) promozione del miglioramento dei servizi di accoglienza ed informazione turistica, delle infrastrutture e della ricettività alberghiera ed extralberghiera;
- c) sviluppo di attività di turismo sociale, con particolare riguardo alla terza età, ai minori ed ai disabili.

#### Azioni

##### Priorità

- a) Sostegno finanziario alle attività delle Pro Loco.
- b) Individuazione di percorsi di collaborazione con le associazioni pro loco, per il miglioramento dell'accoglienza nei medi e piccoli centri e per la gestione e la fruizione di emergenze ambientali ed architettoniche;
- c) Individuazione di percorsi di collaborazione per l'incentivazione del turismo sociale.
- d) convenzione con l'organismo di rappresentanza delle Pro loco in Sicilia, per la programmazione annua di iniziative di collaborazione finalizzate allo sviluppo dei servizi di accoglienza e alla valorizzazione delle risorse turistiche dei piccoli centri.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste

nell'obiettivo.

**Modalità di spesa**

Trasferimenti, in regime di contributo, alle Pro Loco

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- a) Censimento delle iniziative di miglioramento dell'accoglienza turistica realizzate dalle pro loco.
- b) Numero dei giorni di apertura dei siti di interesse architettonico e paesistico resi fruibili attraverso l'attività delle pro loco

### 3.9 - Obiettivo

## Comunicazione ai sensi della l. 150/2000

#### Riferimento normativo

Legge 7 giugno 2000 nr. 150  
Legge regionale 26 marzo 2002 nr. 2 (art. 127)

#### Descrizione

Come è noto l'art. 1 della l. 7 giugno 2000 nr. 150, applicabile per l'Amministrazione regionale in forza dell'art. dell'art. 127 della l.r. 2/2002, prevede che, nel rispetto delle norme vigenti in tema di segreto di Stato, di segreto d'ufficio, di tutela della riservatezza dei dati personali ed in conformità ai comportamenti richiesti dalle carte deontologiche, sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere dalle pubbliche amministrazioni e volte a conseguire:

- a. l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- b. la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
- c. la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.
- d. Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:
- e. illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- f. illustrare le attività delle istituzioni ed il loro funzionamento;
- g. favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- h. promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- i. favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- j. promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenze e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

Appare quindi opportuno che la Regione programmi idonee iniziative per favorire la conoscenza, fra i cittadini e le imprese, della normativa di settore; della disciplina regionale, statale e comunitaria in materia di agevolazioni ed incentivi; della disciplina relativa a licenze, tariffe, classifiche, salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, prescrizioni antincendio per alberghi e strutture ricettive. Tale attività di informazione, diversa da quella mirata alla promozione dei prodotti turistici regionali, è dunque in primis indirizzata verso la platea degli operatori professionali del turismo. Supporti cartacei, internet, bollettini e raccolte normative sono gli strumenti a disposizione della Regione per diffondere un'informazioni qualificata e completa sul settore.

#### Azioni

#### Priorità

- a) Redazione e pubblicazione su supporto cartaceo di una raccolta ragionata della normativa turistica vigente in Sicilia

- b) Redazione e pubblicazione di un bollettino del Dipartimento Turismo destinato alle imprese ed agli operatori professionali del settore;
- c) Redazione e pubblicazione di studi tematici sul turismo – diffusione presso la stampa generalista e specializzata.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- a) Periodicità di edizione del Bollettino del Dipartimento Turismo
- b) Numero degli studi tematici editi annualmente dal Dipartimento Turismo

### 3.10 - Obiettivo

## Programmazione spesa fondi Ue 2007-2013

#### Riferimento normativo

Trattato istitutivo dell'Unione Europea

#### Descrizione

Il Documento strategico preliminare della Regione Siciliana per la programmazione di spesa dei fondi comunitari 2007-2013 ha individuato le strategie e le priorità degli interventi finanziari previsti nei prossimi anni, in modo coerente rispetto agli indirizzi concordati in sede di Unione Europea. Viene al riguardo sottolineata l'importanza del potenziamento della "**filiera che abbina la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale allo sviluppo dell'imprenditorialità turistica**", non tanto con *interventi di restauro e ricostruzione del patrimonio esistente quanto in connessione ad interventi che creano valore aggiunto e diano luogo alla formazione di imprenditoria in grado di sfruttare i vantaggi competitivi sul piano della fruizione dei beni archeologici e monumentali.*

*In questa accezione occorrerà concentrare le iniziative turistiche realizzando alcuni obiettivi generali riguardanti:*

- *la messa a frutto delle risorse attraverso una attenta programmazione territoriale;*
- *il potenziamento della capacità imprenditoriale lungo la filiera;*
- *la capacità di intercettare, quale avamposto europeo, i flussi turistici da e verso l'area mediterranea.*

*Partendo dalla considerazione che il prodotto turistico è costruito intorno al fattore "territorio", un obiettivo specifico prioritario è quello di coniugare preservazione e fruizione. La valorizzazione del turismo culturale richiama infatti la necessità di affrontare importanti tematiche territoriali di tipo ambientale, a loro volta legate alle capacità gestionali degli enti locali. In tale ottica vanno considerate specificamente:*

- *la riqualificazione delle aree costiere soprattutto in relazione agli elementi di degrado indotti da i processi di urbanizzazione nelle aree metropolitane e nei centri piccoli e medi;*
- *l'erosione delle coste nelle aree non antropizzate, il dissesto idrogeologico, l'inquinamento delle acque di balneazione e la tendenza sempre più accentuata alla carenza delle risorse idriche, e più in generale attenzione a tutti i fenomeni di inquinamento atmosferico e della qualità della vita nelle aree a forte pressione antropica;*
- *la tematica delle aree protette e della loro gestione, della tutela delle biodiversità, delle foreste e del controllo del disboscamento, ponendo attenzione a tutti i processi e fenomeni di degrado (incendi) ecc.;*
- *lo smaltimento dei rifiuti e lo stato delle discariche;*
- *la riqualificazione delle aree urbane storiche dei piccoli centri con interventi sull'arredo urbano, sulla segnaletica-guida, sugli aspetti dell'accoglienza come su quelli dell'ospitalità;*
- *il potenziamento del turismo nell'ambito dello sviluppo, sotto gli aspetti del mantenimento e delle trasformazioni, dell'economia rurale e dello sviluppo di aree interne, marginali e/o depresse, con particolare riferimento alle politiche che abbinano il prodotto turistico a un marchio alimentare;*
- *gli interventi per il riuso e la rifunzionalizzazione del patrimonio storico architettonico di pregio, solamente se prevista una credibile destinazione d'uso, e solidamente argomentata la sostenibilità economico-gestionale delle attività insediate, per evitare che il degrado di beni restaurati e non effettivamente utilizzati costituisca un inutile spreco delle risorse conferite nell'investimento iniziale.*



*Un altro obiettivo specifico è quello della incentivazione diretta alla capacità imprenditoriale lungo l'intera filiera turistica. La considerazione di partenza è che è sempre più complesso oggi riuscire a proporsi sul mercato con prodotti turistici che siano appetibili, cioè che possano avere un loro spazio e mantenerlo perché contengono la giusta dose di immagine, di attrattività territoriale, e di qualità del servizio.*

*In terzo luogo occorre fare passi in avanti in merito agli aspetti promozionali, costituendo un'immagine della Sicilia legata al ruolo di avamposto mediterraneo dell'Unione europea. Questo tema racchiude gli aspetti concernenti il ruolo della P.A., in questo caso regionale con le varie articolazioni locali. Va definito il modo in cui la Regione deve svolgere il ruolo di promotore del turismo nell'isola allo scopo di evitare un'azione disorganica e dispersiva. In tal senso occorre avviare con decisione iniziative a favore della destagionalizzazione dei flussi turistici.*

*Sul piano della formazione turistica, occorre rilevare che i livelli di formazione da tenere presenti sono quelli che possono garantire un rapporto qualità prezzo competitivo. Le imprese turistiche dovrebbero essere messe in grado di fare formazione di tipo aziendale, iniziale e continua, essendo in parte sgravate dagli oneri legati al sostenimento dei costi della pre-selezione del personale da immettere in formazione e di quelli del tutoraggio formativo. Va inoltre prioritariamente affrontata la disamina dei reali fabbisogni formativi del settore.*

*Per concludere sul tema della imprenditorialità, va sottolineato come le tre direttive di intervento in quest'ambito rappresentano una declinazione originale dell'obiettivo del potenziamento dell'imprenditorialità che tiene conto anche dei risultati e del completamento dei processi messi in atto nel precedente ciclo di programmazione comunitaria*

## **Azioni**

### **Priorità**

- Infrastrutturazione di un sistema telematico regionale integrato del turismo, dei beni culturali e dell'ambiente, con il ricorso a soluzioni tecnologiche innovative per la teleprenotazione di posti letto e di servizi di informazione ed assistenza turistica.
- Azioni di formazione destinate agli operatori pubblici dei servizi turistici regionali – rete dei servizi turistici regionali
- Attività di formazione volte ad incentivare segmenti turistici alternativi: il turismo enogastronomico, il bed & breakfast, il turismo verde, il turismo sportivo, il turismo religioso, il turismo nelle aree interne, il turismo dei centri minori, il turismo sociale.
- Attività di formazione destinate alle professioni del turismo.
- Attività di formazione destinate agli operatori delle agenzie immobiliari turistiche, per lo sviluppo di logiche di qualità e di accoglienza.
- Interventi a sostegno della promozione del prodotto turistico "Sicilia" (prosecuzione interventi di cui alle misure POR 2000/2006)
- Azioni di promozione mediante la realizzazione di grandi eventi di richiamo turistico (prosecuzione misure di cui al Por 2000/2006)
- Interventi strutturali ed infrastrutturali finalizzati all'attuazione del piano strategico regionale della portualità turistica. (prosecuzione misure di cui al POR 2000/2006).
- Interventi a sostegno della costituzione dei centri commerciali naturali
- Interventi per l'uso sostenibile dei luoghi antichi di spettacolo per eventi di grande richiamo turistico; adeguamento impiantistica e sistemi di sicurezza. Applicazione tecnologie a basso impatto estetico e biocompatibili per l'uso sostenibile dei luoghi antichi di spettacolo.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributi alle imprese nei limiti previsti dalla normativa comunitaria  
Contributi ai distretti turistici per la realizzazione di specifici progetti coerenti con le priorità della programmazione regionale

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- Variazioni del numero degli esercizi ricettivi e dei posti letto;
- Variazioni del numero di arrivi e presenze turistiche;

### 3.11 - Obiettivo

## Innovazione tecnologica

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

L'innovazione tecnologica è un fattore fondamentale di competitività per l'intera filiera turistica. Essa è un valore che deve attraversare trasversalmente tutte le fasi di costruzione, promozione e vendita dei prodotti turistici. Pertanto è obiettivo della Regione stimolare il costante aggiornamento tecnologico del settore turistico, pubblico e privato.

#### Azioni

##### Priorità

- aggiornamento ed implementazione degli strumenti di conoscenza e diffusione del prodotto turistico regionale – portale turistico regionale
- incentivazione dell'uso dell'informatica e della telematica anche nelle strutture ricettive minori (agriturismo, b&b, turismo rurale, ecc.).
- incentivazione dei servizi di informazione ed assistenza on line offerti dagli operatori pubblici (servizi turistici regionali)

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

#### Modalità di spesa

Spesa diretta  
Contributo ai distretti turistici ed alle imprese per interventi di aggiornamento tecnologico degli strumenti di promozione e commercializzazione del prodotto turistico

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- variazione del nr. delle pagine web di aziende del settore turistico.
- Variazione del nr. di prenotazioni di servizi turistici (ricettività, escursioni, ecc.) effettuate on line.

### 3.12 - Obiettivo

## Cooperazione interregionale e internazionalizzazione

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

Tutte le azioni in materia di cooperazione interregionale o di internazionalizzazione saranno mirate a sostenere una forte presenza del prodotto turistico "Sicilia" nei mercati interni ed internazionali. L'obiettivo verrà perseguito attraverso un'ampia gamma di azioni, che, in analogia ed in relazione a quanto già previsto al riguardo dal livello di governo centrale, saranno finalizzate a:

- aumentare la focalizzazione geografica delle azioni di promozione, orientandola verso quelle realtà geografiche ed economiche che, in base alle analisi disponibili, presentano maggiore propensione verso il prodotto turistico siciliano;
- concentrare e razionalizzare l'attività di partecipazione a Borse e Fiere Turistiche, attraverso un'attenta selezione delle manifestazioni strategiche nelle diverse aree geografiche;
- aumentare gli investimenti a supporto dei prodotti turistici innovativi e fortemente orientati all'internazionalizzazione, allo scopo di arricchire l'articolazione dei prodotti turistici;
- stimolare le sinergie e la collaborazione tra le piccole imprese, al fine di favorire la creazione di aggregazioni in grado di misurarsi in modo efficace sul mercato. Le azioni di sostegno alla nascita dei distretti turistici saranno pertanto conseguenti.

#### Azioni

##### Priorità

- provvedimenti per l'attuazione degli artt. 6 e 7 della l.r. 10/05 (distretti turistici)
- indagini conoscitive mirate ad individuare nuovi mercati per il prodotto turistico siciliano
- accordi con altre Regioni Italiane, per comuni iniziative di promozione e sostegno dei prodotti turistici.
- selezione e partecipazione a borse e fiere del turismo.
- accordi di collaborazione con le Università, per lo studio e la progettazione di strategie di penetrazione sui mercati internazionali.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

--

**Modalità di spesa**

Spesa diretta
---------------

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

<ul style="list-style-type: none"><li>- nr. dei progetti di collaborazione promossi e gestiti in partenariato con altre regioni italiane.</li><li>- Misurazione di flussi turistici provenienti da nuovi mercati.</li><li>- Misurazione dell'efficacia della partecipazione a borse e fiere del turismo.</li></ul>
--

### 3.13 - Obiettivo

## Agenzie di viaggio

### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

Decr. Lgs. 6 settembre 2005 nr. 206 (*Codice del Consumo*)

Regio decreto legge 23 novembre 1936, n. 2523  
Norme per la disciplina delle agenzie di viaggio e turismo.

Legge 4 aprile 1940, n. 860  
Modificazioni al regio decreto legge  
23 novembre 1936, n. 2523 sulla disciplina  
delle agenzie di viaggio e turismo.

Legge 22 gennaio 1942, n. 187  
Variazioni al regio decreto legge 23 novembre 1936, n. 2523,  
convertito nella legge 30 dicembre 1937, n. 2650,  
concernente la disciplina delle agenzie di viaggi.

DPR - Decreto Presidente della Repubblica  
28 giugno 1955, n. 630, capo I\*  
Decentramento dei servizi del Commissariato per il turismo.  
(\* ) capo I  
artt. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 - Agenzie di viaggio.

Decreto Commissario per il turismo 29 ottobre 1955\*  
Direttive di carattere generale per l'attuazione  
del decentramento amministrativo in materia di turismo.  
(\* ) artt. 1, 2, 3, 4, 5, 6 - Agenzie di viaggio.

Commissariato per il turismo  
Circolare 25 novembre 1955, n. 08680, capo I  
Istruzioni impartite dal Commissario per il turismo  
per l'applicazione delle norme  
sul decentramento amministrativo.

Regione siciliana  
Legge regionale 6 aprile 1996, n. 27, art. 9  
Norme per il turismo.  
art. 9 - Autorizzazione all'esercizio dell'attività  
di agenzia di viaggio e turismo.

Regione siciliana  
Assessorato del turismo, delle comunicazioni e dei trasporti  
Circolare 13 marzo 2000, n. 518  
Direttive per l'esercizio delle attività  
professionali delle agenzie di viaggi.

Regione Siciliana  
Assessorato del turismo, delle comunicazioni e dei trasporti

Circolare 13 marzo 2000, n. 521  
Direttive in tema di formulazione  
di programmi di viaggio.

### **Descrizione**

Il settore delle agenzie di viaggio è attraversato da mutamenti gestionali ed organizzativi, causati sia da fattori congiunturali di tipo economico (la grande crisi 2001-2003), sia dall'affermarsi, nella moderna società dell'informazione, di nuovi strumenti di negoziazione fra i produttori dei servizi turistici ed i consumatori. Il ricorso sempre più diffuso al mezzo telematico per gli acquisti dei prodotti turistici ha spesso messo in crisi il ruolo tradizionale e consolidato dell'agenzia di viaggio. D'altro canto, in Sicilia il panorama normativo sul settore è ormai antiquato, e risente del fatto che la Regione non ha mai dettato una propria organica disciplina sul settore. A questo riguardo nel triennio 2007/2009 saranno intraprese le seguenti iniziative:

- una specifica proposizione legislativa del Governo Regionale, per disciplinare il settore e superare un assetto ancorato a normative statali ed obsolete.
- Un'azione di collaborazione con le Organizzazioni di categoria, per migliorare gli standard di qualità nell'erogazione dei servizi da parte delle agenzie di viaggio.
- Una semplificazione dei procedimenti amministrativi relativi al settore.

### **Azioni**

#### **Priorità**

- attività di proposizione legislativa mirata alla produzione di normativa specifica nel settore delle agenzie di viaggio.
- azioni di collaborazione con le organizzazioni di categoria per il miglioramento della qualità dei servizi erogati dalle agenzie di viaggio nel territorio regionale.
- Delega ai servizi turistici regionali per le incombenze amministrative relative al settore delle agenzie di viaggio.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo



--

**Modalità di spesa**

Spesa diretta
---------------

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

<ul style="list-style-type: none"><li>- variazione del numero delle agenzie di viaggi operanti sul territorio regionale.</li><li>- Variazioni del fatturato medio delle agenzie di viaggio operanti sul territorio regionale.</li><li>- misurazione del movimento turistico determinato dalle agenzie di viaggio.</li></ul>
---

### 3.14 - Obiettivo

## Professioni turistiche

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10  
L.r. 3 maggio 2004, n. 8. Disciplina delle attività di guida turistica, guida ambientale - escursionistica, accompagnatore turistico e guida subacquea.

#### Descrizione

La legge regionale 3 maggio 2004 nr. 8 ha disciplinato in modo organico il settore delle guide e degli accompagnatori, colmando un ritardo storico della Regione nella materia, prima normata da disposizioni statali particolarmente datate.

Il sistema previsto dalla nuova legge deve adesso essere messo a regime, con l'emanazione dei decreti dell'Assessore regionale per il turismo, aventi ad oggetto le norme relative all'accesso e svolgimento dell'esame per guida turistica, accompagnatore, guida subacquea, ecc.

#### Azioni

##### Priorità

- emanazione dei decreti di cui agli artt. 2 e segg. Della l.r. 8/2004
- iniziative di qualificazione ed aggiornamento destinate alle figure professionali del turismo.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

**Modalità di spesa**

Spesa diretta

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- incremento del numero dei soggetti esercenti professioni turistiche.

### 3.15 - Obiettivo

## Ricettività

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10  
L.r. 6 aprile 1996 nr. 27  
L.r. 2 dicembre 2000 nr. 32

#### Descrizione

Il sistema della ricettività sta attraversando una fase di profonda trasformazione, in relazione al mutamento delle esigenze dei mercati turistici nazionali ed internazionali. Anche in Sicilia la tradizionale prevalenza del settore alberghiero sta attenuando, a fronte di una richiesta di formule di soggiorno caratterizzata da fattori motivazionali assai variegati.

Gli alberghi di fascia medio bassa subiscono perciò sempre più la concorrenza di forme alternative di ricettività, spesso anche più economiche, e comunque in condizione di offrire al turista un prodotto più vario ed originale rispetto al classico soggiorno alberghiero; agriturismi ed alloggi di turismo rurale, bed & breakfast, dimore storiche, relais, ecc. tendono infatti ad assumere sempre maggiore peso, anche quantitativo, nei censimenti statistici sui flussi turistici, mentre i grandi villaggi turistici riducono progressivamente gli spazi destinati al campeggio e si orientano verso formule di soggiorno più confortevoli (bungalow e spazi di tipo alberghiero).

La varietà delle strutture ricettive deve continuare ad essere un punto di forza dell'offerta turistica regionale. Tuttavia occorre sviluppare iniziative per incrementare non solo i posti letto, ma anche la qualità complessiva del sistema. Coniugando logiche di qualità alla crescita quantitativa del sistema, la Sicilia potrà competere con efficacia nei confronti di altre e più recenti destinazioni turistiche del Mediterraneo.

#### Azioni

#### Priorità

- incentivi alla realizzazione di nuove strutture ricettive, di tipo alberghiero ed extralberghiero
- incentivazione allo sviluppo di sistemi di qualità nella gestione delle strutture ricettive e nell'erogazione dei relativi servizi all'utenza.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributi alle imprese nei limiti consentiti dalle normative vigenti.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- misurazione dello sviluppo di formule alternative di soggiorno e vacanza.
- Incremento delle strutture alberghiere ed extralberghiere di fascia medio – alta.

### 3.16 - Obiettivo

## Portualità turistica, diporto nautico e pescaturismo

### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10  
D.A. n.69 del 26.05.2006 - Approvazione del Piano Strategico per lo sviluppo della nautica da diporto in Sicilia

### Descrizione

L'obiettivo raggruppa alcuni prodotti turistici, accomunati dalla fruizione della risorsa mare, ma caratterizzati da contenuti ed esigenze di crescita diversificate.

Il recente *piano strategico* per lo sviluppo della nautica da diporto in Sicilia ha delineato obiettivi e strategie per la crescita del settore, affrontando in modo organico il tema della costruzione di una rete di porti turistici, capaci di rispondere alle esigenze di un turismo spesso sofisticato, di grande capacità economica ma per ciò stesso alla ricerca di elevati standard qualitativi nei servizi. La pescaturismo è un prodotto ancora di nicchia, e tuttavia capace in prospettiva di dare nuova energia al settore della pesca, attraversato da crisi ricorrenti. La pescaturismo può perciò diventare un'importante componente della filiera turistica delle località costiere.

### Azioni

#### Priorità

1. Completamento della rete dei porti attraverso interventi di "Qualità":
  - Qualità del rapporto con l'ecosistema esistente
  - Qualità nella progettazione
  - Qualità gestionale e dell'offerta dei servizi
2. Tutela dell'ambiente naturale costiero nell'ottica della sua integrazione con quello interno per lo sviluppo di un turismo sostenibile diffuso su tutto il territorio;
3. Recupero dell'immagine del paesaggio costiero nelle componenti naturali ed antropiche;
4. Ottimizzazione della portualità turistica in Sicilia attraverso un insieme sistemico collegato in rete.
5. Organizzazione e gestione delle strutture e dei servizi come "sistema" di portualità turistica regionale
6. Uniformità gestionale dei porti turistici
7. Programma formativo per il personale che sarà impegnato nella gestione dei porti.
8. Promozione e marketing del sistema delle infrastrutture portuali, attraverso azioni di "marketing territoriale" dirette a sviluppare intese a livello locale, nazionale e internazionale.
9. Diffusione e promozione del "Piano".
10. Stampa di pubblicazioni inerenti la portualità in Sicilia.
11. Partecipazione a Fiere di settore.

--

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo, con il concorso di fondi comunitari della programmazione 2007/2013.
---

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici.
--

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

<ul style="list-style-type: none"><li>- completamento e realizzazione di approdi per la nautica da diporto.</li><li>- incremento del nr. dei posti barca.</li></ul>
---

### 3.17 - Obiettivo

## Isole minori

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

Le isole "minori" rappresentano sia uno specifico prodotto turistico a sé stante, sia un "contenitore" di altri prodotti turistici, questi ultimi compatibili con la peculiare situazione geomorfologia, economica e antropica delle aree insulari. Gli obiettivi dell'azione istituzionale della Regione saranno i seguenti:

- a) interventi specifici mirati ad eliminare le note criticità dell'offerta turistica insulare: la prevalenza dell'escursionismo giornaliero rispetto al soggiorno, la forte stagionalizzazione del movimento, l'artigianalità di buona parte dell'offerta ricettiva, che essendo basata sull'ospitalità di tipo prevalentemente familiare (bed & breakfast, locazioni brevi), spesso non è completata da un'adeguata offerta di servizi complementari (escursioni, svaghi balneari, intrattenimento vario, ecc.).
- b) esaltazione dei punti di forza dell'offerta turistica delle isole minori: natura, ristorazione tipica, pesca, archeologia, ecc.
- c) interventi mirati a migliorare il sistema dei trasporti via mare e per via area.
- d) azioni di assistenza agli enti locali insulari per il miglioramento dei sistemi di smaltimento dei rifiuti, approvvigionamento delle risorse idriche, viabilità interna.

#### Azioni

##### Priorità

- incremento dell'offerta ricettiva delle isole minori, attraverso forme di ospitalità non alberghiera: b&b, locazioni, residenze turistico-alberghiere, ecc.
- azioni promozionali specifiche per l'offerta turistica delle isole minori;
- incremento qualitativo e quantitativo del sistema dei trasporti.



### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributo ai Comuni o ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del prodotto.  
Agevolazioni alle imprese nell'ambito delle opportunità previste dalla normativa vigente.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- incremento del numero dei posti letto nei comuni delle Isole Minori.
- destagionalizzazione dei flussi turistici rilevati dal sistema statistico nazionale

### 3.18 - Obiettivo

## Grandi centri turistici

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

Le azioni dell'obiettivo sono indirizzate ad assicurare un corretto equilibrio fra incremento e sostenibilità dei flussi turistici. Se infatti il turismo rappresenta la leva per il raggiungimento di più elevati livelli di sviluppo economico del territorio, d'altro canto rischia di essere la causa generatrice di fenomeni di degrado ambientale, tali da pregiudicare, nel medio e lungo periodo, la stessa capacità di attrazione delle aree caratterizzate da volumi turistici particolarmente elevati o concentrati. Un'attenta analisi dei flussi turistici di alcuni grandi mete turistiche regionali (Taormina, Siracusa, Cefalù, le isole minori, Tindari, ecc.) deve servire ad accertarne il livello di sostenibilità: e cioè la capacità di carico fisica, la capacità di carico economica e la capacità di carico sociale ("L'industria turistica nel mezzogiorno", Svimez 2006). Gli indicatori individuati ai fini di questa indagine (traffico, consumo di territorio, consumi idrici, produzione di rifiuti, ecc.) serviranno a comporre un quadro di riferimento utile sia per gli amministratori locali, sia per l'Amministrazione regionale del turismo.

#### Azioni

##### Priorità

- progettazione e realizzazione di un sistema di analisi di sostenibilità ambientale del turismo, in relazione a specifiche aree o centri urbani di interesse turistico.
- Progettazione e realizzazione di specifiche azioni volte ad assicurare un impatto ambientale sostenibile dei flussi turistici sul territorio regionale

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

**Modalità di spesa**

Spesa diretta

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- evoluzione degli indicatori di sostenibilità ambientale del turismo rilevabili dal modello di analisi elaborato dall'Assessorato Regionale del Turismo.

### 3.19 - Obiettivo

## Turismo balneare

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

Il turismo balneare rappresenta, come è noto, una delle voci più importanti nell'economia turistica regionale. Il prodotto mare è storicamente il più elevato fattore di attrazione nei confronti del turismo nazionale ed internazionale. La concorrenza ormai globale richiede tuttavia una profonda azione di riqualificazione del prodotto, condizione essenziale per mantenere competitività nei confronti di altre destinazioni, presenti in modo aggressivo sui mercati, sia nel bacino del Mediterraneo che in altri contesti geografici. Perciò è necessario, da un lato, stimolare nei confronti dei livelli di governo del territorio (province e comuni) attente politiche di protezione delle specificità ambientali, di manutenzione ecocompatibile della risorsa mare, di pianificazione urbanistiche attente all'esigenza di mantenere la qualità del territorio. D'altro canto, il prodotto mare comprende anche una serie di elementi non fisici, che tuttavia combinati con i primi ne caratterizzano la capacità di attrazione: in un parola, l'accoglienza della destinazione, che è il risultato di vari elementi (assistenza al turista, servizi ricettivi, familiarità dell'ambiente, economicità, proporzione fra costi e servizi, servizi ricreativi, ristorazione, ecc.). La molteplicità e la varietà delle destinazioni di turismo balneare regionali è una ricchezza da preservare e valorizzare: poiché la spinta motivazionale del turista del mare è assai varia (di tipo familiare, sportivo, ricreativo, e così via), l'articolazione interna del prodotto mare può essere un'efficace risposta all'apparente ossimoro del turismo globale, all'interno del quale il viaggiatore cerca la "differenziazione" della propria esperienza e rifugge dalle vecchie logiche del turismo di massa. Infine, non bisogna dimenticare che le località costiere caratterizzate da enormi flussi turistici legati al prodotto mare, sono spesso la porta verso la fruizione di altri segmenti turistici (escursionismi verso la montagna e le aree interne, turismo culturale, sportivo, religioso, ecc.).

#### Azioni

##### Priorità

- a) Miglioramento dei livelli di informazione ed assistenza turistica nelle località del turismo balneare: segnaletica, web, uffici per le informazioni turistiche
- b) incentivazione della partecipazione dei Comuni a concorsi nazionali od internazionali per l'attribuzione di marchi di qualità alle spiagge ed ai servizi del turismo balneare.
- c) infrastrutture finalizzate alle migliore fruizione del prodotto mare
- d) premio o riconoscimento a comuni siciliani costieri per la qualità della destinazione turistica.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta ovvero assegnazione su bando (distretti turistici), con contestuale definizione dell'importo massimo di cofinanziamento regionale.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- Nr. dei comuni percettori di assegnazioni premiali per la qualità del mare e dei servizi per la sua fruizione.
- Riduzione dei tratti di costa interdetti alla balneazione per inquinamento.

### 3.20 - Obiettivo

## Turismo dei parchi e delle aree protette – turismo verde

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.  
Legge regionale 6 maggio 1981 nr. 98 e s.m.i.

#### Descrizione

L'importanza del turismo dei parchi e delle aree protette discende da una serie di aspetti, legati non solo alla intrinseca capacità di attrazione delle aree protette, ma soprattutto alla circostanza che essi sono una sorta di contenitore di plurimi prodotti turistici; infatti, il parco è la porta attraverso la quale il viaggiatore-turista scopre risorse culturali, sportive, di wellness o benessere fisico, di enogastronomia, di artigianato tipico del territorio. Contenuto dell'obiettivo è dunque quello di promuovere la capacità di attrazione di un segmento che non è più di nicchia, e che diventa l'elemento catalizzante per l'economia di aree tradizionalmente marginali, in passato escluse dai ritorni economici del turismo. Metodi e contenuti delle azioni di promozione del turismo dei parchi, ed in generale del turismo verde, vanno concertati con gli enti gestori e con l'Assessorato del Territorio, allo scopo di coordinare al meglio le rispettive risorse organizzative e finanziarie.

#### Azioni

##### Priorità

- a) sviluppo di un sistema ricettivo all'interno delle aree protette, basato sulla riqualificazione del patrimonio edilizio dei piccoli centri.
- b) iniziative di promozione mirata del prodotto, che ne evidenziano l'articolazione e i punti di contatto con altri segmenti: turismo sportivo, benessere, enogastronomia, ecc.
- c) Cabina di regia congiunta con l'Assessorato del Territorio ed i grandi parchi regionali, per la programmazione annuale di iniziative di promozione e valorizzazione del prodotto.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- incremento del nr. degli esercizi ricettivi e dei posti letto nei comuni compresi in parchi od aree protette;
- incremento delle presenze turistiche nei comuni compresi in parchi od aree protette.

### 3.21 - Obiettivo

## Turismo enogastronomico

#### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10 e s.m.i.

#### Descrizione

Dagli anni 90 l'enogastronomia ha assunto un'importanza sempre crescente nella valutazione sulla competitività delle destinazioni turistiche. Recenti indagini statistiche confermano che, per i turisti stranieri, la gastronomia è l'aspetto di maggiore soddisfazione durante una vacanza, alla pari con il patrimonio culturale ed artistico, e prima ancora dell'ambiente. Più che un prodotto autonomo, l'enogastronomia è diventata un essenziale modo di essere di una località turistica. Infatti raramente in passato azioni di promozione turistica basate esclusivamente sulla gastronomia hanno avuto risultati soddisfacenti. Invece questo prodotto ha il suo punto di forza nella capacità di coerenza con il territorio nel quale è insediato. Enogastronomia infatti spesso significa prodotto tipico, alimentare od enologico, e dunque manifestarsi "tipico" della cultura e delle tradizioni del territorio. L'azione istituzionale della Regione mira dunque a sviluppare ed incentivare la tipicità dell'offerta gastronomica, facendone un elemento di sostegno fondamentale per i prodotti turistici primari. Il sostegno alla tipicità si traduce nella creazione di filiere virtuose con l'agricoltura ed il comparto enologico, quest'ultimo particolarmente vivace in termini di incremento di produzione e qualità negli ultimi anni.

#### Azioni

##### Priorità

- azioni di promozione specifica, in fiere generaliste o di settore, per i territori che si caratterizzano per l'offerta di prodotti turistici basati sull'enogastronomia.
- Eventi di richiamo turistico legati alla valorizzazione della filera enogastronomica (wine day, festival enologici, eventi).
- Iniziative coordinate con l'Assessorato Regionale dell'Agricoltura per azioni di marketing o partecipazione a manifestazioni fieristiche specializzate in Italia ed all'estero.

#### Dotazione finanziaria

La Regione determina annualmente le risorse da destinare all'obiettivo



**Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributi ai distretti turistici per progetti di marketing locale

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- incremento del nr. dei coperti serviti negli esercizi di ristorazione;
- incremento della produzione e del consumo, nel territorio regionale, di prodotti alimentari, oli e vini regionali.
- nr. dei comuni che aderiscono a marchi di qualità di notoria e riconosciuta importanza nazionale (città del pane, città del vino, ecc.)

### 3.22 - Obiettivo

## Turismo culturale e delle città d'arte

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

Ormai da tempo il turismo culturale e delle c.d. città d'arte ha lasciato il novero del turismo minori, per assurgere a primario prodotto, in grado di mobilitare consistenti flussi turistici, sia in termini di pernottamenti che di escursionismi giornalieri. Esistono località che, benché prive quasi del tutto di capacità ricettiva, tuttavia assurgono al ruolo di grandi mete turistiche a causa dell'enorme movimento escursionistico causato dalla disponibilità di significative emergenze artistiche. Già nel 1999 l'Organizzazione Mondiale del Turismo ha riconosciuto, nel "Codice mondiale di etica del Turismo", il ruolo fondamentale del Settore Turistico, quale "utilizzatore del patrimonio culturale dell'umanità capace di contribuire al suo arricchimento"; in tal modo si è evidenziata la necessità di "condurre politiche turistiche nel rispetto del patrimonio artistico, archeologico e culturale, finalizzate alla sua preservazione e valorizzazione, pur mirando alla più alta fruizione turistica". Incentivare questo prodotto turistico comporta due linee d'azione: da un lato assicurare l'integrità e la corretta conservazione del patrimonio archeologico ed architettonico di valenza turistica, che in Sicilia è compito precipuo dell'Assessorato Regionale dei beni Culturali e del sistema delle Soprintendenze. Ma affinché la cultura diventi un elemento produttivo per la crescita del sistema turistico, occorre introdurre nella gestione dei beni culturali indispensabili elementi di dinamicità. Il bene culturale pertanto, oltre ad essere elemento di attrazione in sé, viene "valorizzato" e "comunicato" attraverso eventi di richiamo, necessariamente coerenti tuttavia non solo con le esigenze di protezione del bene, ma anche con i suoi significati, stratificati nel corso della storia. Centri storici, aree archeologiche e teatri antichi, musei, archivi e biblioteche, cineteche e architetture antiche e contemporanee divengono un prodotto turistico di grande rilevanza. Della cultura siciliana è ovviamente parte anche la letteratura e le arti figurative, sulle quali è possibile costruire ulteriori occasioni di richiamo turistico.

#### Azioni

##### Priorità

- promozione di specifici prodotti legati al turismo culturale e delle città d'arte.
- organizzazione diretta o sostegno a grandi mostre dedicate all'arte classica o contemporanea, da tenersi nel territorio regionale.

**Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

**Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del patrimonio culturale a fini di incentivazione turistica.

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- Nr. dei visitatori dei musei e delle aree archeologiche;
- Nr. dei visitatori delle grandi mostre organizzate sul territorio regionale.

### 3.23 - Obiettivo

## Turismo rurale ed agriturismo

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10  
L.r. 9 giugno 1994 nr. 25

#### Descrizione

Turismo rurale ed agriturismo sono state, in Sicilia, la grande novità dell'offerta turistica degli anni '90. Grazie anche alle generose provvidenze pubbliche, dopo la legge di settore (1994), l'agriturismo ha ridato vigore produttivo a numerose imprese agricole, ed è stato il fattore principale per il recupero e la riqualificazione di un enorme patrimonio edilizio sparso nelle aree rurali, da decenni ormai in condizioni di grave degrado. Nel corso degli anni l'offerta agrituristica è mutata profondamente: non più solo ricettività e ristorazione tipica, ma anche altri servizi essenzialmente legati al wellness (pratiche sportive varie, benessere, escursionismo nelle aree protette, trekking, ecc.).

Il prodotto rurale/agrituristico presenta ancora ampi margini di sviluppo, in particolar modo nelle aree protette, o in contesti geografici interni e finora marginali (zone interne, montagna), in prossimità di piccoli centri. L'obiettivo delle politiche della Regione sarà, nel triennio di riferimento, il sostegno alla nascita di nuove aziende agrituristiche e del turismo rurale, soprattutto nelle aree protette, alla loro crescita qualitativa, ed all'incremento dei flussi turistici ad esse legati.

#### Azioni

##### Priorità

- incentivare la creazione di nuovi esercizi agrituristici e di turismo rurale, al fine di diversificare l'offerta turistica regionale e riqualificare e recuperare il patrimonio edilizio delle campagne.
- incentivare la tipicità dei prodotti della ristorazione turistica e di turismo rurale.
- favorire l'integrazione fra agriturismo e turismo sportivo, wellness, turismo culturale verso i centri minori.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo.

**Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del patrimonio culturale a fini di incentivazione turistica.

**Indicatori di monitoraggio e verifica**

- aumento dei posti letto e delle presenze di turismo rurale ed agriturismo
- numero di adesioni di esercizi agrituristici a marchi di qualità di notorietà nazionale.

### 3.24 - Obiettivo

## Turismo sportivo

### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10

Legge Regionale (L.R.) 16.05.1978, n.8 – artt. 13 e 14 "Provvedimenti per favorire la pratica delle attività sportive ed il potenziamento degli impianti sportivi nell'ambito della Regione Siciliana".

*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana - G.U.R.S. n.22 del 20.05.1978*

Legge Regionale (L.R.) 17.05.1984, n.31 Art.21 "Integrazioni della legislazione in materia .....di sport".

*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana - G.U.R.S. n.21 del 19.05.1984)*

Legge Regionale (L.R.) 28.03.1986, n.18 artt. 1 e 4 - "Contributi alle società sportive per la pubblicità di prodotti ed attività siciliani".

*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana - G.U.R.S. n.14 del 29.03.1983)*

Legge Regionale (L.R.) 16.04.2003, n.4 "Disposizione programmatiche e finanziarie per l'anno 2003" – Art. 62 "Contributi a favore dello sport sociale, giovanile e scolastico" (Modifica il II comma della L.R. 16 maggio 1978, n.8)

*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n.17 del 17.04.2003*

### Descrizione

Il turismo sportivo è stato, in passato, soltanto e semplicemente un aspetto accessorio e secondario di altri prodotti turistici primari. Oggi il turismo sportivo ha assunto dimensioni consistenti, e rappresenta un segmento in grado di veicolare flussi turistici di un certo rilievo, sia che si tratti di praticanti lo sport a livello amatoriale, che viaggiano per prendere parte a gare, tornei, ecc, sia che si tratti di praticanti a livello professionistico, che, oltre a spostarsi per analoghe ragioni, veicolano notevoli flussi di spettatori, dirigenti, staff tecnici verso i luoghi sedi degli eventi sportivi. Gli sport del turismo attivo sono numerosi ed in genere sono scelti in base alle proprie capacità tecniche ed al proprio livello fisico-energetico. Rispetto allo sport tradizionalmente inteso, nel turismo sportivo d'azione il fruitore del prodotto si misura con se stesso e si confronta con delle tecniche e delle attrezzature più che con degli altri sportivi. Questo vale in generale, ad eccezione c'è il caso di molti soggiorni brevi, dettati da obiettivi competitivi. C'è anche un turismo sportivo in senso lato, consistente nella capacità di attrazione di grandi eventi di natura agonistica (incontri di calcio, meeting di atletica leggera, ecc.), o anche nella capacità di movimentazione propria delle esperienze di cultura sportiva (conferenze, congressi, seminari, stage organizzati da enti di promozione sportiva, federazioni sportive, ecc). In questo caso l'evento sportivo assolve ad una funzione del tutto simile a quella degli eventi di tipo culturale/spettacolistico.

Il clima, la presenza di vaste aree protette, la geomorfologia del territorio regionale sono elementi favorevoli alla crescita quantitativa e qualitativa di questo prodotto. A ciò si aggiunga che la notevole crescita e velocità dei mezzi di trasporto e l'introduzione di regimi tariffari di notevole convenienza economica ha modificato radicalmente il quadro di riferimento, consentendo una notevole possibilità di incremento dell'incoming legato al turismo sportivo. Un'attenta ricognizione dell'impiantistica sportiva esistente può essere la premessa per ulteriori modalità di offerta del prodotto turismo sportivo anche nei mesi autunnali ed invernali, consentendo sia l'estensione della stagione turistica tradizionale della nostra Regione, attraverso il richiamo di nuovi flussi turistici legati al soddisfacimento della domanda turistico-sportiva, sia la creazione o il rafforzamento dell'immagine di particolari centri o destinazioni solitamente al di fuori dei normali circuiti turistici. Significativa, a proposito delle potenzialità dello sport quale elemento trainante dello sviluppo

turistico, è l'incremento della presenza sul mercato (anche nel web) di operatori turistici nazionali ed internazionali specializzati in turismo sportivo e altrettanto significativa è la tendenza alla diffusione di progetti di espansione del turismo sportivo sostenibile quale opportunità di sviluppo della competitività territoriale attraverso la valorizzazione delle risorse ambientali e turistico sportive, fonte di occupazione e di crescita economica e lo sviluppo dei servizi pubblici a supporto dell'attività sportiva.

In tal senso opportuna sarebbe la creazione, attraverso le competenti amministrazioni, di specifiche figure professionali, ad es manager del turismo sportivo, che attraverso la diffusione di conoscenze in materia di impianti sportivi, conoscenze del territorio, interazione con i turisti sia in grado di fornire ulteriori contributi allo sviluppo turistico della nostra regione

## Azioni

### Priorità

- Censimento degli impianti per la pratica sportiva professionistica ed amatoriale presenti in Sicilia.
- Censimento delle strutture ricettive dotate di palestre, piscine, centri benessere ed attrezzature per la pratica sportiva.
- Analisi dei flussi turistici legati agli eventi sportivi nella nostra Regione nel corso degli ultimi anni, finalizzata all'individuazione di possibili azioni promozionali strategiche;
- Azioni di promozione e marketing orientate allo sviluppo dell'incoming legato al turismo sportivo, anche attraverso utilizzazione di canali web
- Azioni di diffusione dei programmi regionali relativi al sostegno di manifestazioni sportive nell'ambito del territorio regionale finalizzate alla promozione e allo sviluppo di particolari flussi turistici
- Stesura di una carta del turismo sportivo sostenibile
- Organizzazione di azioni volte a sviluppare la sensibilizzazione verso la valorizzazione del turismo sportivo come alternativa di turismo sostenibile (convegni, seminari, ecc)
- Interlocuzione con i soggetti istituzionali dello sport (Enti di promozione Sportiva, Federazioni, ecc) per il contributo all'individuazione dei migliori percorsi di promozione del turismo sportivo;
- Creazione di progetti ed eventi di turismo sportivo in collaborazioni con le istituzioni sportive e gli Enti territoriali, in grado di veicolare nuovi flussi turistici verso la nostra regione
- Sviluppo delle conoscenze in materia di turismo sportivo nei confronti delle guide turistiche e delle ulteriori figure professionali turistiche;
- Organizzazione di una Borsa del Turismo Sportivo in Sicilia

## Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo, individuandole nelle dotazioni di bilancio relative alla promozione turistica e/o creando appositi stanziamenti da destinare allo sviluppo del turismo sportivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta per le attività di promozione e per le azioni di sensibilizzazione rivolte allo sviluppo del turismo sportivo e per i progetti di sviluppo delle conoscenze in materia di turismo sportivo  
Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del patrimonio culturale a fini di incentivazione turistica.  
Finanziamento agli enti locali per la realizzazione di impianti sportivi

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- Numero di arrivi e presenze negli alloggi agrituristici, di turismo rurale e nelle ulteriori strutture ricettive che consentono di effettuare nella vacanza pratica sportiva.
- Somministrazione di questionari, interviste e ulteriori verifiche tendenti ad accertare la qualificazione del visitatore quale fruitore di turismo sportivo e il livello di soddisfacimento del suo soggiorno;



### 3.25 - Obiettivo

## Turismo congressuale

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

La filiera congressuale rappresenta l'esito di un processo di aggregazione complesso, nel quale si identificano una serie di prodotti destinati ad integrarsi, interni ed esterni alla sede congressuale vera e propria: l'organizzazione, la sede fisica dell'evento, gli allestimenti ed i servizi tecnici, l'ospitalità alberghiera della destinazione, i trasporti, ecc.

Il settore del turismo congressuale produce in Sicilia risultati di un certo rilievo, solo in quelle località che sono in condizione di offrire sui mercati l'intero complesso della filiera del prodotto, secondo parametri di qualità competitivi. Le azioni di incentivazione del turismo congressuale saranno mirate ad offrire ai mercati una platea di destinazioni dotate delle infrastrutture adeguate, in termini di spazi, ricettività e accessibilità; a favorire l'attività dei convention bureau presenti sul territorio; a sviluppare forme di collaborazione con i grandi enti fieristici (Palermo e Messina) per lo sviluppo di un'offerta qualificata.

#### Azioni

##### Priorità

- censimento dei poli del turismo congressuale;
- azioni di promozione e di marketing specifico;
- accordi con gli enti fieristici;
- incentivazione dei convention bureau.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta

Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del turismo congressuale.

Finanziamento ad enti locali per la realizzazione di auditorium, centri congressi, teatri.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- numero delle presenze turistiche legato a congressi ed eventi del turismo congressuale
- nr. degli eventi di turismo congressuale organizzati annualmente in Sicilia.

### 3.26 - Obiettivo

## Turismo per i diversamente abili

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

La qualità complessiva di una destinazione turistica regionale è data anche dall'accessibilità di servizi di tipo sanitario e/o rieducativi.

Se i primi sono un indispensabile presidio per la sicurezza dei turisti (guardie mediche turistiche e non, ospedali, centri di pronto soccorso, ecc.), i secondi consentono a coloro che hanno particolari patologie croniche, necessitanti di assistenza e cure continue, di non interrompere i trattamenti sanitari nella località di vacanza (per esempio i trattamenti di dialisi).

Contenuto dell'obiettivo è quello di censire e comunicare, nelle attività di promozione, la disponibilità di strutture sanitarie al servizio dei turisti diversamente abili o affetti da patologie croniche, ovvero quelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere che offrono specifici servizi per questa categoria di turisti.

#### Azioni

##### Priorità

- attività di conoscenza e di comunicazione mirate ad informare sulle possibilità di vacanza in Sicilia per persone diversamente abili o affette da patologie croniche.
- Iniziative comuni con l'Assessorato Regionale della Sanità
- Sito web appositamente dedicato al prodotto.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

#### Modalità di spesa

Spesa diretta

Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del prodotto

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- nr. dei turisti che fruiscono dell'assistenza ospedaliera per particolari patologie croniche (per esempio dialisi).

### 3.27 - Obiettivo

## Turismo termale e del benessere

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

E' ampiamente noto il crescente successo, registrato negli ultimi anni, dei prodotti turistici orientati alla salute ed al benessere: il c.d. wellness, un segmento che al suo interno presenta un'ampia gamma di opzioni: dal termalismo alle vacanze-salute, dai centri benessere ai prodotti integrati natura-cura del corpo-gastronomia. Accanto alle azioni di promozione ed incentivazione di questo specifico prodotto, dovrà anche essere rivisto e completato il percorso di privatizzazione delle aziende termali di Sciacca ed Acireale, attraverso le quali la Regione Siciliana è direttamente presente nel settore. L'obiettivo dovrà essere quello di creare una sola spa (in luogo delle due operanti attualmente) e di pervenire ad una vera privatizzazione, con la cessione di attività ed immobili ad operatori privati in possesso di adeguata solidità finanziaria.

#### Azioni

##### Priorità

- azioni di promozione ed incentivazione verso il turismo della salute e del benessere;
- attività di proposizione legislativa: trasformazione delle due spa termali di Sciacca ed Acireale in un'unica compagine societaria e conseguente privatizzazione.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del prodotto.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- variazioni nel movimento turistico delle località di turismo termale.
- variazione nel numero delle strutture ricettive che offrono formule di soggiorno e vacanza orientate al wellness.

### 3.28 - Obiettivo

## Turismo religioso

#### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10

#### Descrizione

Il turismo religioso è un prodotto turistico particolarmente importante in Sicilia, capace di veicolare consistenti flussi di visitatori in alcune località molto conosciute in Italia e in Europa: Siracusa, Tindari, Gibilmanna sono fra i centri più noti, accanto a molti altri su tutto il territorio regionale. Spesso il turismo religioso è legato alla contestuale presenza di grandi emergenze storiche ed artistiche (come accade, per esempio, a Monreale e Palermo), oppure a manifestazioni tradizionali del sentimento religioso (processioni, riti pasquali e natalizi, ecc.). Si tratta dunque di un segmento meritevole di adeguate azioni di sostegno ed incentivazione, da realizzare di concerto con gli enti locali, con gli operatori dell'incoming, con le istituzioni ecclesiastiche e, soprattutto nei piccoli centri, con le associazioni pro-loco.

#### Azioni

##### Priorità

- azioni di direct marketing presso gli operatori specializzati nel turismo religioso.
- definizione e promozione di prodotti turistici dedicati.
- Iniziative di collaborazione e coordinamento con enti locali, pro loco ed istituzioni ecclesiastiche.

#### Dotazione finanziaria

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo

### **Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributo ai distretti turistici per la realizzazione di progetti specifici volti alla promozione del prodotto.

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- misurazione dei flussi turistici ed escursionistici nelle località di turismo religioso.



**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

**4. Le azioni di incentivazione per le infrastrutture e per le opere di valorizzazione turistica nel territorio.**

## 4.1 – Azioni di incentivazione per il settore alberghiero

### Riferimento normativo

Legge regionale 15 settembre 2005 nr. 10  
Legge Regionale (L.R.) 12.04.1967, n.46 "Provvedimenti per lo sviluppo dell'economia turistica nella Regione Siciliana".  
(*Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS - n.17 del 15.04.1967*)  
Legge Regionale (L.R.) 12.06.1976, n.78 "Provvedimenti per lo sviluppo del turismo in Sicilia".  
(*Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana –GURS - n.36 del 16.06.1976*)  
Legge Regionale (L.R.) 06.04.1996, n.27 Art.16 "Norme per il turismo".  
(*Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana –GURS - n.17 del 11.04.1996*)  
Legge Regionale (L.R.) 23.12.2000, n.32 "Disposizioni per l'attuazione del POR 2000/2006 e di riordino dei regimi di aiuto alle imprese".  
(*Supplemento Ordinario Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana - GURS - n.61 del 23.12.2000*)  
Legge regionale 16 aprile 2003, n.4 "Disposizioni programmatiche e finanziarie per l'anno 2003" – art. 77 "bed and breakfast"  
(*Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n.17 del 17.04.2003*)

### Descrizione

La materia delle incentivazioni per il settore turistico-alberghiero ed extra-alberghiero, è attualmente disciplinata da normative comunitarie, statali e regionali che disegnano un assetto assai articolato. La strategia di intervento della Regione, nel triennio 2007/2009, sarà orientata all'armonizzazione ed al coordinamento, anche attraverso una specifica attività di proposizione legislativa, di tutte le opportunità offerte dalla normativa regionale, nel rispetto dei vincoli imposti dalle disposizioni comunitarie. Il tema della fiscalità di vantaggio costituirà il tema per lo studio e l'attuazione di specifiche misure, e d'altro canto il tema delle agevolazioni sarà ampiamente sviluppato nell'ambito della programmazione dei fondi comunitari 2007/2013.

L'erogazione delle agevolazioni sarà ispirata a criteri selettivi particolarmente rigorosi, finalizzati in primo luogo a favorire la crescita qualitativa dell'offerta ricettiva, ad arricchire la varietà dei prodotti turistici, ad incrementare qualità e quantità dei settori economici finitimi (ristorazione, servizi di assistenza, infrastrutture). Verranno migliorati i meccanismi di erogazione della spesa, le procedure di controllo sui beneficiari, i sistemi di protezione di risorse ed investimenti dall'aggressione della criminalità organizzata. Gli strumenti operativi in materia di agevolazioni ed incentivi, definiti in sede legislativa, verranno specificati attraverso il piano operativo annuale, i bandi, le circolari e in generale attraverso una rigorosa e puntuale attività amministrativa del Dipartimento Turismo. A monte delle decisioni finali in materia di agevolazioni, saranno attivati opportuni meccanismi di concertazione e consultazione con gli enti locali e le organizzazioni delle imprese e dei lavoratori.

### Azioni

### **Priorità**

- Tempestiva erogazione delle agevolazioni previste dalla normativa vigente;
- armonizzazione del sistema di agevolazioni previsti dalla normativa regionale e dalla disciplina comunitaria.
- Miglioramento delle procedure di selezione degli investimenti da agevolare, dei sistemi di erogazione della spesa, dei meccanismi di vigilanza e controllo.

### **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo, con il concorso di fondi comunitari nell'ambito della programmazione 2007/2013.

### **Modalità di spesa**

Erogazione di contributi ed agevolazioni nei limiti e con i vincoli previsti dalle vigenti normative comunitarie, statali e regionali

### **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- misura dell' incremento della capacità ricettiva complessiva del sistema turistico regionale.
- variazioni dei tempi medi di realizzazione dei programmi di investimenti ammessi ad agevolazioni.
- aumento della ricettività alberghiera ed extralberghiera di qualità.

## 4.2 - Azioni per la realizzazione di opere pubbliche di valorizzazione turistica dei centri urbani – teatri auditorium e palacongressi – impiantistica sportiva.

### Riferimento normativo

L.r. 15 settembre 2005 nr. 10  
Legge Regionale (L.R.) 12.06.1976, n.78, modificata con L.R. 07.05.1977 n.32 "Provvedimenti per lo sviluppo del turismo in Sicilia".  
*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS - n.36 del 16.06.1976 e G.U.R.S. n.20 del 10.05.1977)*

Legge Regionale (L.R.) 09.08.1988 n.26 "Provvedimenti per lo sviluppo delle zone interne".  
*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS - n.35 del 13.08.1988)*

Legge Regionale (L.R.) 2.08.2002, n.7 "Norme in materia di opere pubbliche, disciplina degli appalti di lavori pubblici, di fornitura, di servizi e nei settori esclusi"  
*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n. 37 del 10.08.2002)*

Legge Regionale (L.R.) 9.08.1988, n.27 "Interventi finanziari urgenti in materia di turismo, sport e trasporti"  
*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n. 35 del 13.08.1988)*

L.R. 16.05.1978, n.8 Artt. 2 e 9 "Provvedimenti per favorire la pratica delle attività sportive ed il potenziamento degli impianti sportivi nell'ambito della Regione Siciliana".  
*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS - n.22 del 20.05.1978)*

Legge 06.03.1987, n.65 "Misure urgenti per la costruzione o l'ammodernamento di impianti sportivi, per la realizzazione o completamento di strutture sportive di base".  
*(Gazzetta Ufficiale Repubblica Italiana – GURS - n. 55 del 07.03.1987)*

Legge Regionale L.R. 16.04.2003, n.4 – Art. 60 "Istituzione del fondo regionale per l'impiantistica sportiva"  
*(Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n.17 del 17.04.2003)*

Legge Regionale L.R. 29 dicembre 2003, n.21 – Art. 27 "Rinegoziazione di mutui – Recupero opere ed impianti di carattere sportivo"  
*Supplemento ordinario alla (Gazzetta Ufficiale Regione Siciliana – GURS – n.2 del 9.01.2004)*

### Descrizione

Le politiche di spesa della Regione in materia di opere pubbliche di valorizzazione turistica saranno decisamente orientate verso meccanismi di spesa particolarmente selettivi, coerenti con obiettivi e priorità generali delle politiche di sviluppo del turismo nel triennio 2007/2009. Verranno favoriti gli interventi, promossi dagli enti locali, che abbiano un concreto collegamento funzionale con l'incentivazione della qualità dell'offerta turistica regionale. Opportuni meccanismi premiali andranno a beneficio di interventi assistiti da una corretta e regolare programmazione urbanistica. L'intervento finanziario della Regione servirà a dare sostegno alle migliori capacità di progettazione degli enti locali, purchè coerenti e compatibili non solo con la locale pianificazione urbanistica, ma anche con gli indirizzi strategici della Regione in materia. Riqualficazione dei centri storici, tutela dell'ambiente, lotta agli abusi edilizi, valorizzazione delle peculiarità urbanistiche ed architettoniche locali, piani del colore, sono alcune delle priorità che troveranno concreta specificazione nei bandi che saranno emanati nel triennio di riferimento. Per quanto concerne teatri, auditorium, palacongressi e strutture per lo sport, la Regione dovrà individuare alcuni interventi strategici, mirati a sviluppare alcuni prodotti turistici legati a tali opere: il turismo congressuale, l'attività dei teatri a sostegno della cultura siciliana, l'impiantistica sportiva per l'incentivazione di flussi turistici

legati alle competizioni professionistiche od amatoriali. Una particolare attenzione sarà rivolta al tema della gestione dei grandi impianti congressuali e sportivi, con l'obiettivo di un efficace coinvolgimento dei privati e l'affrancamento da logiche di assistenza pubblica.

## **Azioni**

### **Priorità**

- interventi a sostegno della realizzazione di opere pubbliche coerenti con le strategie di sviluppo turistico locale (distretti turistici) e regionale.
- Individuazione delle priorità di finanziamento, con meccanismi oggettivi di selezione della progettualità proveniente dagli enti locali.
- Individuazione di sistemi di misurazione dell'efficacia degli interventi a sostegno delle opere pubbliche di valorizzazione turistica.
- Restauro e riqualificazione dei grandi teatri.
- Realizzazione di infrastrutture a sostegno del turismo congressuale, anche in collaborazione con gli enti fieristici.

## **Dotazione finanziaria**

La Regione Siciliana determina annualmente le risorse da destinare alle azioni previste nell'obiettivo.

## **Modalità di spesa**

Spesa diretta  
Contributi agli enti locali.

## **Indicatori di monitoraggio e verifica**

- misurazione dell'incremento della capacità di offerta di turismo congressuale in Sicilia.
- misurazione del numero di eventi sportivi sul territorio regionale.
- incremento della ricettività e delle presenze turistiche nei centri storici e nei piccoli centri.

**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

## **5. Il piano di promozione e di commercializzazione dell'offerta turistica**

La presenza in termini di immagine e di promozione della Regione Siciliana sui mercati turistici domestici ed internazionali richiede uno sforzo organizzativo e finanziario di grande portata. E' noto che la globalizzazione del fenomeno turistico ha immesso sul mercato nuove destinazioni, che attraverso azioni di marketing aggressive ed innovative hanno progressivamente sottratto quote di mercato, in termini percentuali, alle mete tradizionali del turismo. Per rispondere in modo efficace alla sfide dei mercati, è importante non solo prevedere in bilancio le risorse necessarie, ma ottimizzare anche le iniziative di promozione con altri enti dell'Amministrazione Regionale, con le Province Regionali e con i grandi comuni turistici.

Le risorse disponibili, concretamente individuate nei piani operativi annuali, andranno indirizzate verso i mercati ed i prodotti identificati come prioritari, con l'obiettivo di valorizzare innanzitutto la "marca Sicilia", che risulta essere di gran lunga la più conosciuta rispetto a singole destinazioni o prodotti turistici regionali. Ciò non significa privilegiare un'attività di promozione generalista e slegata dai singoli prodotti. Al contrario le specifiche attività di promozione e commercializzazione di singoli prodotti, eventi o destinazioni dovranno essere legate alla denominazione "Sicilia".

Nelle campagne di promozione è previsto il ricorso ad una pluralità di mezzi, secondo una logica di coordinamento e di integrazione delle azioni:

- a) il sito web: si prevede un profondo restyling del sito, che presenta un layout ormai datato.
- b) Tv e radio: si prevede un maggiore ricorso al mezzo radiofonico (per il minor costo contatto), mentre la pubblicità e la sponsorizzazione televisiva verrà utilizzata solo per grandi campagne promozionali legate alla destinazione o a grandi eventi di richiamo turistico. Per quanto riguarda i mezzi da utilizzare ed in particolare **la televisione**, le pianificazioni dovranno avere copertura nazionale con target mirati e con indici di ascolto non inferiori a 500.000 ascoltatori giornalieri. La messa in onda degli spots potrà essere assicurata attraverso Circuiti Areali, Televisioni Satellitari, Reti Nazionali e piattaforme digitali; la relativa pianificazione sarà declinata secondo gli indici di ascolto dei dati auditel certificati o attraverso parametrizzazioni corrispondenti quali il numero di abbonati, la raccolta di investimenti pubblicitari, etc.
- c) La campagna promopubblicitaria su **stampa nazionale ed estera** dovrà principalmente riguardare servizi promo-redazionali all'interno di riviste e/o quotidiani specializzati, o magazine generalisti purchè la distribuzione avvenga sull'intero territorio nazionale o di riferimento. Analogamente si procederà per le campagne pubblicitarie sui flight-magazine.

Per evitare una inutile frammentazione delle risorse, le pianificazioni dovranno riguardare mezzi a carattere nazionale con tirature non inferiori alle 50.000 copie certificate. Priorità nella pianificazione dei mezzi verrà data, in campo estero, a quelle riviste in grado di avere diffusioni anche su più mercati.

- d) Le attività di direct-marketing saranno concentrate nelle fiere di settore o in appositi workshop o incontri a tema, organizzati in collaborazione con camere di commercio, consorzi di operatori, ecc. Saranno intensificate le azioni di **co-marketing** con i vettori aerei, navali, ferroviari che effettuano regolari servizi di linea o collegamenti charter. Tali strumenti hanno consentito negli anni passati di supportare l'azione promo-commerciale dei vettori ritenuti strategici per l'attivazione o l'intensificazione di collegamenti diretti con mercati di riferimento, al fine di ridurre gli effetti della marginalità geografica della nostra isola.
- e) Il ricorso alla cartellonistica ed alle affissioni dinamiche sarà utilizzato soprattutto per la promozione delle attrattive paesaggistiche o degli eventi regionali di grande richiamo turistico.
- f) La promozione di eventi sarà limitata solo a quelli del calendario regionale delle manifestazioni di grande richiamo turistico; per le feste locali o tradizionali, per i micro eventi e per altri appuntamenti, il relativo sforzo promozionale dovrà essere sostenuto da enti locali, pro loco, parchi, ecc. In ogni caso la promozione dei grandi eventi dovrà essere accompagnata da indicazioni specifiche (siti web, nr. di telefono,) e precise sulle opportunità di partecipazione e di soggiorno vacanza.

Le azioni di proposizione e di commercializzazione di pacchetti turistici o offerte commerciali comunque denominate, saranno prevalentemente orientate verso tutti i soggetti del mercato in condizione di veicolare turismo organizzato (intermediari, operatori del turismo sociale), mentre per quanto riguarda la vendita diretta, saranno incentivate le iniziative di distretti turistici o consorzi di operatori o agenzie di viaggi che su scala sovracomunale realizzano piattaforme di e-booking per la vendita diretta di pacchetti-soggiorno e di servizi della filiera turistica.

Accanto alle azioni di promozione dirette alla generalità dei potenziali turisti, saranno approntate iniziative rivolte in maniera specifica agli operatori promozionali: acquisto di spazi pubblicitari sulla stampa di settore, newsletter e comunicazioni specifiche agli operatori, ecc. Inoltre saranno realizzate ulteriori e più specifiche azioni finalizzate a sostenere gli operatori che veicolano flussi turistici dai mercati di origine verso la Sicilia. Ciò avverrà attraverso incentivi di vario genere, ma soprattutto con iniziative di compartecipazione al marketing attuato da TO nei mercati di origine dei flussi turistici. Il programma delle fiere e delle borse turistiche sarà individuato nel piano operativo annuale di cui alla l.r. 10/2005, secondo una logica di coerenza con gli indirizzi generali sviluppati nel programma triennale di sviluppo turistico. L'Amministrazione favorirà le iniziative di promozione di specifici prodotti territoriali, e ciò anche alla luce dei nuovi orientamenti legislativi che prevedono l'istituzione dei distretti turistici o che, comunque, fanno riferimento ad ambiti definiti nei Patti Territoriali, Progetti Leader, Consorzi turistici, ecc.

Nello specifico, particolare importanza assumono i "Progetti Interregionali", gli "Accordi di



Dipartimento Turismo - Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009

Programma ICE-Regione ed ENIT-Regione" che consentiranno di attivare nuovi canali di finanziamento per la promozione turistica.

**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

## **6. I progetti elaborati dai distretti turistici**

I distretti turistici sono normati dagli artt. 6 e 7 della l.r. 15 settembre 2005 nr. 10 e si identificano in contesti omogenei o integrati comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a più province e caratterizzati da offerte qualificate di attrazioni turistiche e/o di beni culturali, ambientali, ivi compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e/o dell'artigianato locale. I soggetti promotori sono Enti pubblici, enti territoriali e/o soggetti privati che intendono concorrere allo sviluppo turistico del proprio territorio o di più territori appartenenti anche a province diverse, attraverso la predisposizione e l'attuazione di specifici progetti.

La finalità dei distretti turistici sono puntualmente determinate dalla legge:

- a) sostenere attività e processi di aggregazione e di integrazione tra le imprese turistiche, anche in forma cooperativa, consortile e di affiliazione;
- b) attuare interventi necessari alla qualificazione dell'offerta turistica urbana e territoriale delle località ad alta densità di insediamenti turistico-ricettivi;
- c) istituire punti di informazione e di accoglienza per il turista, anche telematici, secondo specifiche quantitative e qualitative coerenti con standard minimi omogenei per tutto il territorio della Regione determinati dall'Assessorato regionale del turismo, delle comunicazioni e dei trasporti per tutti i distretti turistici riconosciuti;
- d) sostenere lo sviluppo di marchi di qualità, di certificazione ecologica nonché la riqualificazione delle imprese turistiche con priorità alla standardizzazione dei servizi turistici;
- e) promuovere il marketing telematico del proprio distretto turistico per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione in Italia e all'estero;
- f) promuovere le strutture ricettive, i servizi e le infrastrutture volte al miglioramento dell'offerta turistica;
- g) individuare e proporre particolari tipologie di architettura rurale realizzate tra il XII ed il XX secolo, a prescindere da qualsiasi ipotesi di utilizzazione di natura ricettiva, ristorativa e sportivo-ricreativa, secondo quanto previsto dalla legge 24 dicembre 2003, n. 378, al fine della loro tutela e valorizzazione. L'Assessorato regionale del turismo, delle comunicazioni e dei trasporti, di concerto con l'Assessorato regionale dei beni culturali ed ambientali e della pubblica istruzione, individua i beni da tutelare al fine della adozione degli eventuali regolamenti di attuazione.

La costituzione avviene mediante un atto costitutivo che ne precisa la natura giuridica e che deve essere inviato all'Assessorato Regionale del Turismo; quest'ultimo provvede:

- a) Al riconoscimento formale ( sulla base di un Decreto Assessoriale, emanato previo parere della competente commissione ARS: art. 7 comma 1).
- b) Al finanziamento (sulla base di un Decreto Assessoriale che definisce modalità e misura delle risorse: art. 6 comma 2).

Il riconoscimento di ciascun distretto turistico avviene in relazione alla presenza di una serie di

parametri:

- a) numero e ubicazione dei soggetti partecipanti con specifico riferimento alla consistenza demografica ed alla estensione territoriale complessiva interessata;
- b) presenza, nell'ambito del distretto turistico, degli elementi di attrazione turistica e delle emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche che caratterizzano il territorio nonché le sue potenzialità;
- c) partecipazione dei soggetti privati al cofinanziamento dei progetti;
- d) piano di sviluppo turistico non inferiore a tre anni che contenga una dettagliata ricognizione delle risorse turisticamente rilevanti disponibili nell'area. Al piano di sviluppo turistico deve essere annesso un programma finanziario nel quale risultino specificate le risorse di cui si avvale il distretto turistico.

Nel *Documento di programmazione economica e finanziaria della Regione per l'anno 2007* si sottolinea come la legge intenda chiamare le imprese e in generale tutti gli attori del partenariato istituzionale, economico e sociale dei territori *ad una corresponsabilità di azione attraverso lo strumento dei distretti turistici locali, disciplinati dagli artt. 6 e 7 della l.r. 10/05. Per raggiungere questo obiettivo, i Distretti saranno un'agile strumento di progettazione e realizzazione di politiche locali di sviluppo, ancorché coerenti con gli indirizzi disegnati dal legislatore e dagli strumenti di programmazione elaborati dalla Regione. Il modello organizzativo dei Distretti sarà perciò costruito secondo criteri di snellezza operativa e con una struttura di governance leggera, in modo da evitare che essi possano diventare, surrettiziamente, un surrogato dei vecchi enti di promozione turistica ora soppressi, conservando invece la capacità di adattarsi, rapidamente e in modo dinamico, alle mutevoli esigenze di sviluppo delle realtà economiche locali.*

Infatti i distretti turistici rappresentano un'opportunità nuova di valorizzazione dei prodotti turistici dei territori, a condizione che essi, puntando ad affermare la logica del partenariato nel governo locale del fenomeno turistico, non finiscano col diventare un nuovo soggetto istituzionale distinto dagli attori che ne sono promotori, e non assumano caratteri di rigidità e pesantezza burocratica incoerenti con la volontà del legislatore.

Secondo la migliore dottrina, territorio, comunità locali e progetti di sviluppo turistico sono gli elementi essenziali e caratterizzanti dei distretti o sistemi turistici locali. Ma essi non assumono il ruolo di entità di rappresentanza o di governo di un territorio vocato al turismo.

I contenuti dei provvedimenti assessoriali di attuazione degli artt. 6 e 7 della l.r. 10/05 saranno perciò coerenti con i criteri voluti dal legislatore e confermati nel Dpef, con l'obiettivo di fare dei distretti l'espressione della capacità progettuale delle realtà locali per la crescita turistica dei territori di riferimento. Più che il dato territoriale, sarà l'insieme dei progetti, unitariamente contenuti nel piano di sviluppo locale, a costituire il cuore e l'essenza dei distretti turistici. A questo fine, verrà definito un ambito territoriale o demografico minimo per i distretti, ma al fine di

assicurare quelle indispensabili economie di scala nella realizzazione dei progetti e per un adeguato coinvolgimento di estese aree geografiche subregionali. Verranno individuati parametri oggettivi di valutazione delle istanze di riconoscimento e per la valutazione dei piani di sviluppo turistico.

A tal proposito si terrà conto non solo delle indicazioni delle realtà locali e delle organizzazioni rappresentative delle categorie produttive del turismo, ma anche delle migliori prassi di altre regioni italiane, che hanno già mosso i primi passi in questa direzione.

Il riconoscimento ed il finanziamento dei distretti turistici, che la legge suddivide in due momenti, in realtà da un punto di vista logico rappresenterà un unicum, dal momento che le provvidenze finanziarie saranno assegnate soltanto ai distretti riconosciuti, in quanto espressione di una progettualità formalmente adeguata e sostanzialmente coerente con le linee di programmazione disegnate dalla Regione per il settore turistico. Il riconoscimento amministrativo (ed il finanziamento) dei distretti avverrà in un punto di equilibrio e di incontro fra la legittima ed anzi auspicabile autonomia progettuale e creativa delle comunità locali, e il dovere della Regione di non elargire finanziamenti in modo indiscriminato, ma di sostenere (secondo la logica del cofinanziamento) solo la progettualità coerente con i documenti della programmazione.

**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

## **7. Il Piano degli eventi e delle manifestazioni di richiamo turistico.**

Nell'ambito delle politiche di promozione di una destinazione turistica, gli eventi rappresentano uno strumento che può essere utilizzato sia come attrattore diretto di flussi di turisti ed escursionisti (evento-fine), oppure come un mezzo per esaltare la comunicazione di un territorio e dei suoi valori materiali ed immateriali, cioè dei prodotti turistici che è in grado di offrire sui mercati.

Questa distinzione, peraltro già ampiamente nota alla prassi ed alla dottrina, costituisce la premessa per costruire una fase nuova nelle politiche di spesa della Regione nel settore dell'effimero per eccellenza, e cioè quello dell'intrattenimento, degli eventi e delle cosiddette manifestazioni di richiamo turistico. Innanzitutto l'evento viene decisamente inserito in un contesto coerente ed organico di comunicazione integrata. Non è dunque possibile slegare le manifestazioni-eventi dal novero degli strumenti di comunicazione dei prodotti turistici. E' abbandonata definitivamente la logica dell'evento come fatto di puro intrattenimento, destinato al turista che è già sul territorio per fruire di una vacanza. Esso diviene invece uno dei mezzi attraverso i quali la destinazione Sicilia esercita la sua capacità di attrazione verso i flussi turistici nazionali ed internazionali. A questa considerazione di base, va aggiunto un ovvio ma utile riferimento al principio di sussidiarietà, criterio generale al quale informare l'azione istituzionale di ogni livello di governo, nell'ambito dell'architettura disegnata dal testo costituzionale. Nel settore che qui si tratta, esso significa che alla Regione è affidato soltanto il sostegno delle manifestazioni aventi contenuti artistici e promozionali tali da costituire uno strumento di promozione (idest comunicazione) per la marca Sicilia, sia per l'originale progetto artistico che li caratterizza, sia per il particolare contesto geo-scenografico nel quale si svolgono.

Le risorse verranno pertanto orientare verso un roster di grandi eventi sostenuti in tre modi:

- 1) con lo strumento della spesa diretta (art. 39 comma 2 della l.r. 2/2002);
- 2) con il cofinanziamento di quelle già promosse e realizzate da altri enti pubblici, fondazioni e soggetti pubblici e privati variamente denominati.
- 3) con un sostegno promozionale generale o specifico, ma comunque sempre legato all'obiettivo di promuovere la destinazione Sicilia accanto ad una destinazione specifica.

I grandi eventi verranno selezionati attraverso il *calendario delle manifestazioni di grande richiamo turistico (art. 39 della l.r. 2/2002)*, che sarà opportunamente rimodulato annualmente in modo da contenere esclusivamente gli eventi di maggiore valenza sotto il profilo del richiamo turistico e dell'incisività comunicazionale.

Le manifestazioni da sostenere con un maggiore impegno finanziario – nell'ambito di quelle direttamente promosse - saranno selezionate in base ai seguenti criteri:

- a) Manifestazioni ospitate nei luoghi antichi di spettacolo (drammaturgia classica e contemporanea e eventi di promozione del teatro studentesco);
- b) Manifestazioni caratterizzate da contenuti storici di grande attrattività.
- c) Manifestazioni legate alla religiosità tradizionale.
- d) Manifestazioni legate all'enogastronomia.
- e) Manifestazioni legate alla letteratura siciliana.
- f) Grandi Carnevali.
- g) Stagioni teatrali e concertistiche.
- h) Manifestazioni sportive agonistiche ed amatoriali di massa.

Nel triennio 2007/2009, saranno considerati prioritari gli interventi a favore dei festival di consolidata tradizione. Queste istituzioni infatti attirano un pubblico particolarmente consapevole e qualificato, che presenta elevati livelli di fidelizzazione e l'attitudine a fruire in modo multidimensionale dei prodotti turistici offerti dal territorio. I Festival sono

strumenti di comunicazione del territorio particolarmente efficaci e in taluni casi rappresentano una vetrina importante per attori e registi siciliani. Sono individuati di seguito i festival ritenuti prioritari per le strategie di comunicazione nel triennio 2007/2009:

- a) Taormina Arte
- b) Orestiadi di Gibellina
- c) Luglio musicale trapanese
- d) Ciclo di spettacoli classici al teatro greco di Siracusa
- e) Festival di Tindari
- f) Sagra del Mandorlo in Fiore

Per quelle manifestazioni ove la legislazione vigente non preveda uno specifico intervento assistito dagli opportuni mezzi finanziari, si prevede la promozione diretta ai sensi dell'art. 39 comma 2 della l.r. 2/2002. Nella scelta degli indirizzi artistici verranno attivate opportune forme di concertazione con gli enti locali territoriali e non territoriali del contesto geografico di riferimento. Uno spazio particolare dovrà essere dato alle nuove generazioni di attori e registi siciliani, allo scopo di esaltare la capacità di innovazione artistica e di ricerca culturale del settore.

Un settore finora trascurato, nelle strategie di comunicazione del turismo, è stato quello delle grandi mostre. A tal fine, con l'opportuno raccordo con altri rami dell'amministrazione regionale, verrà promossa l'organizzazione diretta di almeno due grandi eventi espositivi annuali, e verrà incentivata la promozione dei grandi poli museali esistenti nel territorio regionale.



**Regione Siciliana – Assessorato Regionale del Turismo**  
**Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009**

## **8. I criteri di verifica dei risultati della programmazione**

L'art. 3 della l.r. 10/2005 dispone 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". E' evidente che l'aggiornamento annuale del piano costituisce anche la sede per una verifica puntuale dei risultati della programmazione. Tali criteri di verifica, specificati nel piano operativo annuale, dovranno determinare una misurazione, per quanto possibile accurata, dell'impatto che le strategie del Programma hanno prodotto sul settore turistico. Detta verifica consentirà di valutare l'efficacia delle azioni e delle priorità individuate, e di approntare gli opportuni meccanismi di aggiornamento e di correzione, sia in relazione alle intrinseche criticità rilevate nell'attuazione amministrativa delle misure previste, sia in relazioni a mutamenti delle condizioni dei mercati turistici nazionali ed internazionali.