

REPORT TURISMO 2008

UN'ANALISI DELLA STAGIONE TURISTICA 2008
IN PROVINCIA DI AGRIGENTO

SPUNTI DI RIFLESSIONE
PER UNA NUOVA POLITICA TURISTICA

(di Achille Contino)

INDICE

Saluti	pag. 5
Premessa metodologica	» 9
Introduzione	» 11
L'andamento della stagione turistica in Italia	» 13
La stagione estiva	» 16
Il tasso di occupazione ricettiva in Sicilia	» 23
La questione del marchio Italia e del marchio Sicilia	» 27
L'andamento della stagione turistica in provincia di Agrigento	» 31
Conclusioni e spunti di riflessione per una nuova politica turistica	» 41
Elenco delle tavole statistiche	» 44

Il turismo e l'agricoltura sono, per il nostro territorio provinciale, le specializzazioni economiche che potrebbero consentirci l'emersione di potenzialità in grado di riscattare l'arretratezza e il gap di crescita rispetto al resto del paese.

Per il raggiungimento di questo obiettivo, occorre un grande sforzo di coesione di tutta la classe dirigente che creda in un progetto comune che rafforzi la nostra identità e delinea percorsi condivisi di crescita di medio e lungo termine.

La Provincia Regionale di Agrigento, per tale nobile finalità e per il ruolo di coordinamento territoriale che sta alla base della sua stessa costituzione, vuole rendere operativo il mandato legislativo assegnato dalla L.R. 9/86, investendo le proprie risorse umane e finanziarie per guidare con successo un processo di cambiamento.

Le nostre destinazioni turistiche, come evidenziato nell'analisi che segue, sono fra le più desiderate dai turisti di tutto il mondo che apprezzano, in particolare, la nostra storia, la nostra cultura, l'immenso patrimonio artistico ed ambientale e, non ultima, la nostra enogastronomia.

Tuttavia il territorio, pur consapevole di queste grandi opportunità, non si è attrezzato sufficientemente per offrire ai nostri turisti destinazioni ospitali e appetibili rispetto ad altre sempre più competitive ed organizzate.

In questi ultimi anni assistiamo, invece, ad un costante arretramento, specialmente delle destinazioni tradizionali di Agrigento e Sciacca, segno, questo, che qualcosa deve cambiare per determinare azioni di politica turistica efficace.

La nuova legge di riforma del turismo assegna alle Province un ruolo chiave. Esse intendono esercitarlo a pieno eliminando le so-

vrapposizioni e gli sprechi che in questi ultimi anni non hanno consentito risultati apprezzabili. Il percorso già avviato con determinazione dell'Assessorato al turismo sui distretti turistici e le iniziative, come l'edizione di questo report di analisi, potranno essere la chiave di volta di una nuova politica turistica per lo sviluppo della nostra Provincia.

IL PRESIDENTE

Prof. Eugenio D'Orsi

E' da molti anni che la Provincia o l'Azienda per lo sviluppo turistico, oggi soppressa, non presentavano una pubblicazione di analisi della stagione turistica del territorio provinciale.

Ciò è oggi possibile per l'Assessorato provinciale, dopo l'acquisizione dell'ufficio statistica dell'AAPT.

L'Assessorato intende rinnovare fortemente questa funzione che nel passato si limitava alla mera raccolta in forma cartacea dei dati statistici che poi vengono trasmessi all'ISTAT nell'ambito del programma del SISTAN (Sistema Statistico Nazionale).

L'Osservatorio Turistico Provinciale, istituito di recente con delibera del Consiglio Provinciale vuole svolgere un ruolo primario per guidare i nostri operatori pubblici e privati per le proprie decisioni di gestione in questo delicato settore.

Come sostiene qualcuno del settore "Non esportiamo prodotti, importiamo turisti". E per "importare turisti" occorre conoscere bene le loro aspettative, la loro provenienza, le loro abitudini. Soltanto in questo modo possono essere realizzati prodotti turistici per loro appetibili, organizzare meglio il territorio e avviare politiche di promozione mirate su segmenti di clientela interessati al nostro territorio invece che partecipare genericamente a fiere turistiche.

L'Osservatorio ha l'ambizioso obiettivo di svolgere questo servizio. Telematizzare, intanto, le statistiche del turismo, la cui trasmissione impegna i nostri responsabili delle strutture ricettive in impegnative contabilità. Ciò consentirebbe di snellire l'attività amministrativa dei nostri albergatori, i quali, con un'unica trasmissione, potrebbero inviare i dati a Questura e Provincia e avere i dati del settore sempre disponibili in tempo reale ed effettuare, quindi, quelle analisi, anche specializzate, da trasmettere agli operatori, tramite

new letter o e.mail, sulla situazione di mercato di ciascun operatore.
In seconda istanza occorre monitorare i mercati turistici italiani e stranieri.

A tal fine lo Stato, in collaborazione con le Regioni e l'Unione europea, ha istituito l'Osservatorio Nazionale del Turismo che fornirà costanti informazioni sulla domanda turistica con focus specializzati su singoli mercati. Ma attività di monitoraggio possono essere attivate anche a livello locale con la ricerca campionaria.

L'Assessorato ha intenzione di realizzare, nel corso del mandato amministrativo, queste e molte altre iniziative che consentiranno la determinazione di una nuova politica turistica che tutti oggi auspichiamo per un rilancio turistico della nostra Provincia.

L'ASSESSORE AL TURISMO

Carmelo Pace

PREMESSA METODOLOGICA

Le informazioni utilizzate per la presente analisi provengono dall'Osservatorio Nazionale del Turismo per i dati nazionali e regionali e dall'Osservatorio Turistico Provinciale per i dati locali.

Le informazioni inerenti l'andamento della stagione turistica a livello nazionale e regionale sono basate su ricerche campionarie il cui margine di errore è generalmente limitato. Il campione di ricerca è infatti abbastanza rappresentativo con circa 17.500 interviste stratificate a livello regionale su 20 regioni italiane. Le informazioni provengono da Unioncamere, ISTAT e Banca d'Italia con il coordinamento dell'Osservatorio Nazionale.

Le informazioni inerenti il territorio provinciale sono invece elaborate dall'Osservatorio Turistico Provinciale che di recente ha acquisito l'Ufficio statistica della soppressa AAPIT. Si tratta di statistiche censuarie elaborate sulla scorta delle comunicazioni che pervengono mensilmente dalle strutture ricettive. In merito si rileva un'alta percentuale di strutture che non comunicano i dati. Per Agrigento e Sciacca, invece, le rilevazioni sono sotto la responsabilità dei servizi turistici regionali. Tale situazione potrà essere superata con un'adeguata riorganizzazione del servizio statistica dell'osservatorio provinciale che è in corso. Per quanto sopra, tuttavia, tali dati sono ampiamente sottostimati, ma registrano comunque l'evoluzione delle presenze turistiche del 2008 nel nostro territorio e in confronto al territorio regionale e nazionale.

INTRODUZIONE

Il trend che ha generato una perdita di presenze nel 2008 a livello nazionale, regionale e locale, sembrerebbe in controtendenza rispetto alle previsioni di lungo periodo dell'OMT che prevede, invece, una forte impennata delle presenze turistiche a livello mondiale per i prossimi 10 anni. Queste saranno determinate, oltre che per una maggiore propensione a viaggiare dei turisti provenienti dai paesi economicamente più sviluppati, per la nascita di nuovi bisogni turistici che vanno maturando nelle nazioni emergenti fra le quali la Cina, l'India e la Russia. Queste, nei prossimi anni, registreranno una crescita esponenziale del turismo sia di incoming che di outgoing. Ampie prospettive di crescita sono comunque previste per le destinazioni tradizionali europee che, seppure sempre secondo le previsioni OMT, dal 1995 al 2020 ridurranno le proprie quote di mercato dal 60% del 1995 al 46% del 2020 potranno contare su consistenti aumenti di presenze turistiche.

Per quanto sopra i dati delle presenze turistiche della recente stagione turistica vanno interpretati alla luce dell'attuale scenario economico a livello nazionale, con particolare riferimento alla situazione locale sapendo che i dati, anche se negativi, possono dare agli operatori turistici - pubblici e privati - importanti informazioni per le scelte di politica turistica da adottare per il futuro.

La funzione dell'osservatorio turistico che la Provincia sta portando avanti, sostituisce quella degli uffici statistica delle aziende di promozione. Questi ultimi erano basati sulla mera raccolta di dati censuari con metodi manuali che consentivano una disponibilità delle informazioni in tempi troppo lunghi per essere utili agli operatori turistici per le scelte aziendali dei privati e di politica turistica degli enti pubblici. La conseguenza è che le informazioni avevano un mero ruolo celebrativo da presentare in pubblici convegni.

Oggi la funzione dell'Osservatorio turistico, da quello nazionale a quelli locali, è invece indirizzata a favorire un rapporto diretto e con-

tinuo con gli operatori utilizzando tecnologie informatiche e telematiche, al fine di assicurare informazioni utili per le scelte aziendali, di promozione e coordinamento del territorio.

In questo senso l'Osservatorio turistico provinciale, con il sostegno dell'Amministrazione attiva, si attrezzerà per svolgere attività di supporto e guida degli operatori. Questo primo rapporto esitato a chiusura della stagione turistica vuole essere un primo contributo al quale potranno seguire nuove e più interessanti iniziative.

L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE TURISTICA IN ITALIA

L'evoluzione del fenomeno turistico in Italia in questi ultimi anni ha registrato discreti valori di crescita. Tranne negli anni 2002 – 2003, segnati dall'attentato alle torri gemelle che ha praticamente bloccato il turismo statunitense, comportando lievi decrementi delle presenze complessive (-1,4% nel 2002 e - 0,2% nel 2003), gli altri anni hanno assicurato incrementi costanti fra il 2,1% del 2007 e il 3,4% del 2001 (vedi tav. 1). Più vivace è stata comunque la crescita del turismo straniero con incrementi annui anche superiori al 5%. Generalmente maggiore è stata la crescita di presenze negli esercizi extra-alberghieri, nei quali si registra una minore permanenza media, ma maggiore crescita degli arrivi (vedi tav. 2)

Per la stagione turistica 2008 non abbiamo ancora dati definitivi certificati dalle rilevazioni censuarie. Tuttavia disponiamo dei primi dati dell'Osservatorio Nazionale del Turismo istituito di recente presso la Presidenza del Consiglio con il mandato di mettere ordine e coordinare le ricerche turistiche a livello nazionale.



IL PALACONGRESSI DI AGRIGENTO. Importante infrastruttura turistica destinata allo sviluppo del turismo congressuale, ma con risultati deludenti. Si parla già da tempo di istituire una convention bureau.

Fonte ISTAT

Esercizi alberghieri							Esercizi complementari							Totale						
ANNI	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze				
2000	66.760	233.613	13.272	105.272	80.032	338.885	2001	67.786	238.882	13.987	111.441	81.773	350.323	2002	67.350	231.132	14.680	114.115	82.030	345.247
2003	67.330	229.151	15.395	115.262	82.725	344.413	2004	70.684	234.020	15.273	111.596	85.957	345.616	2005	72.219	240.435	16.120	114.820	88.339	355.255
2006	76.033	248.255	248.255	118.510	93.044	366.765	2007	77.999	254.076	254.076	120.552	95.870	374.628	Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente						
2001	1,5	2,3	5,4	5,9	2,2	3,4	2002	-0,6	-3,2	5,0	2,4	0,3	-1,4	2003	0,0	-0,9	4,9	1,0	0,8	-0,2
2004	5,0	2,1	-0,8	-3,2	3,9	-0,3	2005	2,2	2,7	5,5	2,9	2,8	2,8	2006	5,3	3,3	5,5	3,2	5,3	3,2
2007	2,6	2,3	5,1	1,7	3,0	2,1	Fonte ISTAT													

Tavola 2 - Arrivi e presenze per tipo di esercizio - Anni 2000 2007 (valori in migliaia e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)

Fonte ISTAT

Italiani										Stranieri					Totale				
ANNI	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze			
2000	44.924	198.528	35.108	140.357	4,00	338.885	2001	46.005	203.651	4,43	35.768	146.672	4,10	81.773	350.323	4,28			
2002	45.675	199.687	4,37	36.355	145.560	4,00	345.247	2003	47.719	204.760	4,29	35.006	139.653	3,99	344.413	4,16			
2004	49.241	204.447	4,15	36.716	141.169	3,84	345.616	2005	50.212	206.754	4,12	38.127	148.501	3,89	355.255	4,02			
2006	51.850	209.904	4,05	41.194	156.861	3,81	366.765	2007	53.041	211.451	3,99	42.829	163.177	3,81	374.628	3,94			
2001	2,4	0,01	1,9	4,5	0,10	3,4	2002	-0,7	-0,06	1,6	-0,8	-0,10	0,3	-1,4	-0,07	0,05			
2003	4,5	2,5	-3,7	-4,1	-0,01	-0,2	2004	3,2	-0,2	4,9	1,1	-0,15	0,3	0,3	-0,14	-0,05			
2005	2,0	1,1	3,8	5,2	0,05	2,8	2006	3,3	-0,07	8,0	5,6	-0,08	5,3	3,2	-0,08	0,00			
2007	2,3	0,7	4,0	4,0	0,00	2,1	Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente e differenze assolute di P.M.												
Fonte ISTAT																			

Tavola 1 - Arrivi, presenze e permanenza media (P.M.) negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti Anni 2000 2007 (valori in migliaia e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)

LA STAGIONE ESTIVA

La stagione estiva a livello nazionale è segnata dallo stato generale della crisi economica che ha condizionato le scelte di viaggio degli italiani e degli stranieri nel nostro paese.

Significativo è il calo delle presenze nel mese di giugno con una riduzione del tasso di occupazione delle strutture ricettive di circa il 10% rispetto allo stesso periodo del 2007. Ciò è evidenziato dalla tavola n. 3. I turisti hanno preferito concentrare le loro vacanze nei periodi di alta stagione, luglio e agosto, che segnano una discreta stabilità con lievi recuperi rispetto agli stessi mesi dell'anno precedente. A segnare di più il passo è stata una perdita netta del tasso di occupazione delle strutture alberghiere che nel periodo estivo ha registrato una perdita di oltre il 4%. Sono in crescita, invece, le occupazioni nelle strutture extra-alberghiere. Ciò è un segnale chiaro di come siano mutati i bisogni dei turisti in materia di servizi ricettivi. Nel complesso tuttavia la stagione estiva ha registrato una perdita contenuta dello 0,6%.

Tale dato complessivo è tuttavia fortemente condizionato da una ripresa del turismo straniero in Italia. Infatti la propensione a viaggiare degli italiani si è notevolmente ridotta nel periodo estivo in coincidenza dell'avvio della fase recessiva della nostra economia.

Nel periodo luglio-settembre, infatti, si è ridotto il numero dei vacanzieri italiani che viaggiano sia in Italia (-6,1%) che all'estero (-14,2%). Ciò è determinato in parte da una riduzione della permanenza media dei vacanzieri italiani (vedi tav. 4). Gli Italiani continuano a viaggiare, ma riducono la durata dei loro viaggi.

Un'analisi per aree geografiche di distribuzione dell'occupazione nelle strutture ricettive rileva una sensibile differenziazione fra il nord e il sud a svantaggio di quest'ultimo che più di tutti sopporta una riduzione delle presenze rispetto al resto del paese, in particolare nei mesi di luglio e agosto nei quali si registra una controtendenza. Il nord recupera rispetto al 2007 mentre il sud e le isole perdono (vedi

Tavola 3 - TASSO DI OCCUPAZIONE CAMERE NELLE IMPRESE ALBERGHIERE ED EXTRA ALBERGHIERE (luglio agosto settembre* 2008)

VAR. %	Media periodo estivo	Giugno		Luglio		Agosto		Settembre		Media periodo estivo	VAR. %	
		2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008			
		61,3	51,0	67,1	63,1	74,9	71,4	47,5	53,2	62,8	60,0	-4,5
		55,9	46,4	65,6	70,8	76,6	81,2	32,5	41,0	58,0	60,5	4,4
		58,8	48,9	66,4	66,8	75,7	76,2	40,7	47,2	60,6	60,2	-0,6
		Totale Italia										

*dati provvisori, raffrontati con dati rilevati nello stesso periodo
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo

Tavola 4 - NUMERO DI VACANZIERI ITALIANI E PERMANENZA MEDIA PER DESTINAZIONE

Vacanzieri Luglio-Settembre 2007- 2008* (valori in migliaia)		Media notti per destinazione confronto 2007/2008*		
Luglio-settembre 2007	Luglio-settembre 2008*	Var. % Luglio-settembre 2008*/2007	Luglio-settembre 2007	Luglio-settembre 2008*
16.868	15.831	-6,1	11	8,5
4.463	3.831	-14,2	10,9	8,7
4.813	3.291	-31,6	-	-
26.144	22.954	-12,2	11	8,6
Totale				

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo

tav. 5). Ancora una volta in Italia il divario nord-sud sembra accentruarsi con un meridione che non reagisce agli stimoli del mercato.

Un'attenzione particolare va rivolta all'andamento del turismo per tipologie di prodotto nel periodo estivo. Dalla tav. 6 emerge con chiarezza una tenuta del prodotto balneare e dei laghi a svantaggio delle città d'arte e della montagna che registrano cali evidenti. Generalizzata è la riduzione nel mese di giugno che vede perdere in modo chiaro tutte le tipologie di prodotto turistico salvo sensibili recuperi nei mesi di luglio ed agosto, ma solo per i prodotti più tradizionali.



TERME DI SCIACCA. Scontano oggi la crisi del settore termale aggravata da un processo troppo lento della privatizzazione.

Tavola 5 – TASSO DI OCCUPAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE PER AREE GEOGRAFICHE

Occupazione camere giugno - settembre* 2007/2008 per area-prodotto (%)		2007					2008				
		Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre*		
Nord-Ovest	56,1	63,8	67,8	39,6	46,9	62,4	68,3	45,0			
Nord-Est	61,6	69,2	77,7	39,2	50,1	70,8	78,8	52,7			
Centro	60,5	67,3	74,7	40,0	50,4	68,2	74,9	43,3			
Sud e isole	54,4	62,8	80,2	45,0	46,3	62,2	78,4	44,3			
Totale Italia	58,8	66,4	75,7	40,7	48,9	66,8	76,2	47,2			

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo

Tavola 6 – TASSO DI OCCUPAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE PER PRODOTTO

		Occupazione camere giugno - settembre* 2007/2008 per area-prodotto (%)									
		2007					2008				
Città d'interesse storico artistico	Giugno	61,8	66,2	68,4	43,2	55,6	60,6	62,7	57,4	49,4	61,8
	Luglio	50,1	59,3	73,3	42,9	43,8	61,3	71,7	55,2	60,1	59,3
	Agosto	58,9	69,8	75,5	38,5	49,4	77,6	79,3	61,0	58,9	69,8
	Mare	60,3	68,0	80,4	41,2	49,5	71,3	84,3	42,9	68,0	80,4
	Lago	63,1	67,9	73,0	26,8	53,5	69,4	76,9	43,5	63,1	67,9
	Campagna	58,2	67,8	71,0	30,1	53,6	57,4	57,1	52,5	58,2	67,8
	Altre località	58,8	66,4	75,7	40,7	48,9	66,8	76,2	47,2	58,8	66,4
	Totale Italia	50,1	59,3	73,3	42,9	43,8	61,3	71,7	55,2	50,1	59,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo

Una notazione particolare va fatta sulla settimana di ferragosto che complessivamente registra una ripresa rispetto all'anno precedente dell'1,6% con uno spiccato recupero per il nord-ovest dell'8% e sensibili cali per il centro, il sud e le isole. Dato che conferma la mancanza di reazione delle destinazioni meridionali rispetto a quelle del nord. (vedi tav. 7)

Tavola 7 – Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per ripartizione geografica e nazionalità dei clienti settimana di ferragosto

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	ARRIVI			PRESENZE		
	Italiani	Stranieri	TOTALE	Italiani	Stranieri	TOTALE
Nord-Ovest	7,7	9,9	8,9	4,9	13,1	8,0
Nord-Est	-8,1	-2,4	-6,3	2,4	-1,6	1,3
Centro	-3,0	-7,6	-5,4	3,4	-5,8	-0,6
Sud e isole	1,7	-5,8	-0,2	1,5	-6,9	-0,4
ITALIA	-2,6	-1,3	-2,1	2,6	-0,8	1,6

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo



AGRITURISMO

IL TASSO DI OCCUPAZIONE RICETTIVA IN SICILIA

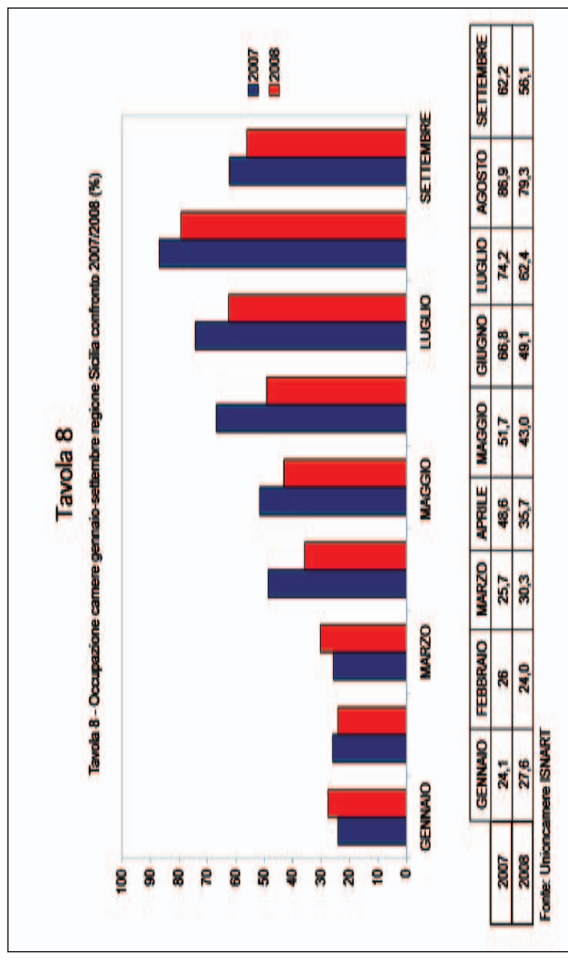
L'andamento della stagione estiva in Sicilia è in linea con quanto successo nel meridione d'Italia che, come sopra evidenziato, ha registrato un calo significativo. Tuttavia il peso della perdita di presenze è stato particolarmente pesante nei mesi estivi con una caduta del tasso di occupazione che registra il suo massimo nel mese di giugno con una riduzione di oltre il 17%.

La Sicilia non ha tuttavia recuperato nei mesi successivi, come è invece avvenuto nelle altre regioni del nord. Luglio e agosto registrano infatti una perdita del tasso di occupazione di oltre il 7% (vedi tav.8). Ciò evidenzia l'incapacità della Sicilia di affrontare le nuove esigenze dei mercati in termini di costo dei servizi e per la pressione totale assenza dell'azione pubblica nel settore segnata dallo stallone nell'organizzazione pubblica del turismo per la mancanza di chiarezza della riforma del turismo approvata nel settembre del 2005.



HALL D'ALBERGO

Nel corso del 2008 le presenze nelle strutture extralberghiere sono state migliori di quelle alberghiere, segno evidente del mutamento dei bisogni turistici. Ciò da anche fiducia per lo sviluppo del turismo del territorio nelle aree interne della Provincia.





VALLE DEI TEMPLI. La straordinaria bellezza della Valle dei templi ha tratto in inganno sulle effettive potenzialità della destinazione Agrigentina. Invero la Valle, seppure è il principale attrattore del territorio provinciale, deve essere utilizzata come un brand.

LA QUESTIONE DEL MARCHIO ITALIA E DEL MARCHIO SICILIA

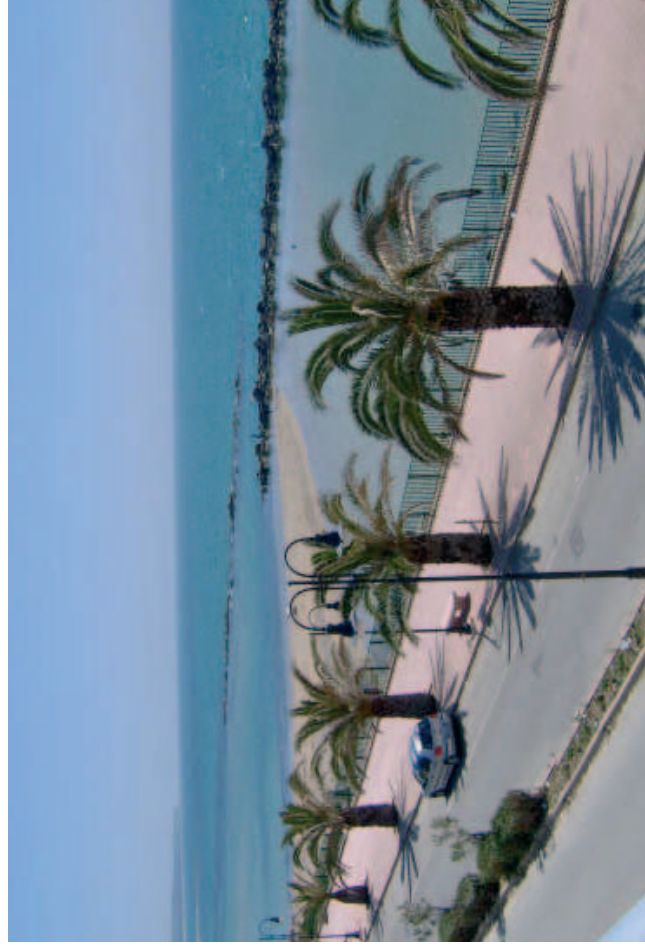
Il neo Sottosegretario della Presidenza del Consiglio con delega al turismo ha esordito alla conferenza italiana per il turismo a Riva del Garda nel mese di giugno 2008: "L'Italia – molto cercata, non altrettanto comprata".

La frase non è suonata nuova al qualificato uditorio della conferenza che raccoglie ogni due anni gli stati generali del settore. Infatti la nostra nazione gode ancora dell'immagine del Bel Paese, leader della cultura mondiale per le sue ricchezze storiche, archeologiche e paesaggistiche.

Una ricerca fatta presso un elevato campione di 529 tour operator ha evidenziato come sia elevatissimo il numero dei potenziali clienti che chiedono informazioni sulla destinazione nazionale, con punte superiori al 90% dei turisti statunitensi. Ma soltanto una piccola percentuale di coloro che richiedono informazioni acquistano l'Italia per le proprie vacanze.

Le ragioni di tale deludente risultato dipendono dal fatto che l'Italia rimane ancora leader in materia di arte, cultura, storia e qualità della vita, ma risulta carente nella qualità e nel costo dei servizi, nella capacità di riunificare le filiere turistiche per rendere il prodotto pienamente fruibile, nella qualità urbana ecc. Il costo dei prodotti turistici (trasporti, servizi ricettivi ed accessori), a parità della qualità dei servizi, in Italia è mediamente più elevato delle altre destinazioni turistiche, sia quelle tradizionali come Francia e Spagna, che quelle nuove e maggiormente concorrenziali come Croazia e Russia. Inoltre le destinazioni italiane non riescono a dare valore all'innumerabile patrimonio storico e naturalistico disponibile.

In una recente classifica del Country Brand Index l'Italia risulta 5° nella classifica generale, ma prima per arte e cultura e seconda per interesse storico e cucina (vedi tav. 9). Particolarmente inflessibile è il giudizio dei turisti sui servizi al turista perlopiù resi dagli enti pubblici. Il sud e le isole offrono mediamente un livello più basso delle altre regioni (vedi tav. 10).



LITORALE AGRIGENTINO



SQUARCIO DI UN PORTO DELLA PROVINCIA

I porti della Provincia sono oggetto di progetti di riqualificazione per un rilancio del turismo nautico che tanto successo ha avuto in altri paesi del mediterraneo.

Tavola 9 - La posizione del marchio “Italia” e dei principali concorrenti rispetto ad alcuni specifici fattori di attrazione turistica

	Italia	Francia	Spagna	UK	Australia
Classifica generale	5	4	7	3	1
Interesse storico	2	5	-	6	-
Arte e cultura	1	2	10	5	-
Sport	-	-	-	-	1
Bellezze naturali	-	-	-	-	2
Cucina	2	1	9	6	-
Shopping	4	6	-	7	-
Vita notturna	9	-	1	-	6
Estensione di un viaggio di lavoro	3	6	-	-	2

Fonte: Future Brands: Country Brand Index, 2007

Tav. 10 - Come giudica la quantità e la qualità di alcuni servizi di ausilio alla sua attività ricettiva presenti sul suo territorio, dia per cortesia una valutazione da 1 a 10 (dove 1 è il giudizio peggiore e 10 migliore) per area

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
La qualità degli eventi	6,1	7,3	6,2	5,7	6,5
La qualità dell'ambiente	7,6	8,0	7,1	6,6	7,4
La qualità del decoro urbano e della pulizia	7,0	8,0	6,6	5,9	7,1
l'organizzazione del territorio (orario dei negozi, orari dei musei ecc.)	6,3	7,4	6,2	5,9	6,6
I Trasporti pubblici locali	5,8	7,2	5,8	5,1	6,2
La qualità delle infrastrutture (aeroporti, porti, strade, ferrovie)	6,0	7,2	5,9	5,2	6,2
L'offerta culturale	6,2	7,3	6,8	6,2	6,8
Le politiche promozionali	5,5	7,1	6,2	5,4	6,3
Non risponde	1,5	1,4	1,0	2,5	1,5

Questi fattori insieme all'assenza di una politica nazionale del turismo, dovuta all'abolizione del Ministero, ha determinato una minore competitività del nostro Paese che è passato, per quote di mercato mondiale, dalla prima posizione del dopoguerra alla quinta di oggi. Tale tendenza è comunque in aumento per la nascita di nuove destinazioni turistiche meglio organizzate.

In tale contesto il marchio Sicilia ha estremizzato i due opposti sopra evidenziati. La Sicilia è infatti, fra le regioni italiane, la più desiderata e conosciuta presso un vasto pubblico come il più grande contenitore di civiltà che nei secoli si sono sovrapposte lasciando il più vasto patrimonio archeologico e delle tradizioni. Tuttavia la qualità dei servizi è fra le più basse e basso è l'indice di fedeltà di chi raggiunge l'isola, ovvero, la disponibilità a ritornare dopo avere compiuto il primo viaggio. I clienti rimangono insoddisfatti per la scarsa attenzione ai turisti, per la carente informazione e la segnaletica turistica, per la qualità dei servizi di trasporto, mentre sufficiente è considerata l'ospitalità presso le strutture ricettive.

Da ciò discende una conclusione chiara ed inequivocabile, che la Sicilia ha bisogno principalmente di una nuova organizzazione delle proprie filiere turistiche, maggiore attenzione al turista che deve potere usufruire di un sistema informativo per il turista e di una politica condivisa fra gli operatori sui prezzi e sulla qualità. E' pertanto da sfatare l'idea che la Sicilia deve puntare principalmente sulla promozione. Ciò ha spesso comportato spese esagerate e mal coordinate senza il raggiungimento dei risultati sperati.

L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE TURISTICA IN PROVINCIA DI AGRIGENTO

L'analisi è condotta su due livelli. Il primo riguarda il periodo gennaio-settembre e registra l'andamento complessivo dell'anno turistico. Il secondo il periodo giugno-settembre che può essere confrontato con i dati nazionali e regionali sopra esposti.

L'andamento turistico nel periodo gennaio-settembre

L'andamento complessivo delle presenze turistiche nel territorio provinciale registra una perdita contenuta rispetto alla situazione complessiva del settore con una riduzione del 5,39%. Questa, in controtendenza con il dato nazionale, risulta limitata per la presenza degli italiani (- 2,02%) e ben più consistente per gli stranieri (- 11,93%) (vedi tav. 11). Ciò registra il fatto che in questi ultimi anni molti siciliani hanno preferito andare in vacanza nella regione di residenza piuttosto che sostenere onerosi costi di trasferimento.

Meno marcata appare la perdita di presenze nelle strutture extra alberghiere, confermando ciò la tendenza a livello nazionale.

I turisti stranieri scelgono l'extra alberghiero che presenta per loro un segno positivo di crescita del 4,69%.

Tuttavia il dato provinciale induce facilmente in errore. Se guardiamo, infatti, i risultati inerenti le destinazioni di Agrigento e Sciacca e le rilevazioni sugli altri Comuni, riscontriamo dati in controtendenza. Agrigento registra infatti una perdita di presenze dell'11,24% leggermente inferiore a quella di Sciacca che perde l'11,49% contro un + 12,24% degli altri comuni (vedi tav. 12 e 13). Il dato provinciale va pertanto analizzato. Hanno perso pesantemente le destinazioni tradizionali, ma non hanno nemmeno guadagnato le nuove destinazioni. La rilevazione sugli altri comuni, infatti, è fortemente condizionata dalla nascita di nuove strutture ricettive di grande dimensione nel territorio di Licata, strutture che hanno avviato la propria attività di recente.



SPIAGGIA DEL LITORALE AGRIGENTINO



ANCORA UN'IMMAGINE PORTUALE

Il litorale della provincia è di oltre 140 Km e offre innumerevoli spiagge libere ancora ben conservate. Ciò è il desiderio di molti turisti che non preferiscono più le spiagge affollate e super organizzate della riviera adriatica.

Tavola 12 - Arrivi e Presenze in Provincia gennaio-settembre 2007-2008 Agrigento

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza %	PRESENZE	2007	2008	Differenza %	Permanenza Media
	82.412	76.254	-6,158		125.717	114.070	-11,647	
ITALIANI	82.412	76.254	-6,158		125.717	114.070	-11,647	-9,26%
STRANIERI	109.783	90.439	-19,344		149.112	124.923	-24,189	-16,22%
TOTALE	192.195	166.693	-25,502		274.829	238.993	-35,836	-13,04%

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza %	PRESENZE	2007	2008	Differenza %	Permanenza Media
	7.284	7.511	2,227		14.489	15.276	787	5,43%
ITALIANI	7.284	7.511	2,227		14.489	15.276	787	5,43%
STRANIERI	7.529	7.897	3,68		13.356	14.393	1.037	7,76%
TOTALE	14.813	15.408	595		27.845	29.669	1.824	6,55%

TOTALE COMPLESSIVO

ARRIVI	2007	2008	Differenza %	PRESENZE	2007	2008	Differenza %	Permanenza Media
	89.696	83.765	-5,931		140.206	129.346	-10,860	
ITALIANI	89.696	83.765	-5,931		140.206	129.346	-10,860	-7,75%
STRANIERI	117.312	98.336	-18,976		162.468	139.316	-23,152	-14,25%
TOTALE	207.008	182.101	-24,907		302.674	268.662	-34,012	-11,24%

Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale

Tavola 11 - Arrivi e Presenze in Provincia gennaio-settembre 2007-2008

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza %	PRESENZE	2007	2008	Differenza %	Permanenza Media
	162.930	156.938	-5,992		574.857	567.254	-7,603	
ITALIANI	162.930	156.938	-5,992		574.857	567.254	-7,603	-1,32%
STRANIERI	145.438	120.575	-24,863		295.388	255.754	-39,634	-13,42%
TOTALE	308.368	277.513	-30,855		870.245	823.008	-47,237	-5,43%

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza %	PRESENZE	2007	2008	Differenza %	Permanenza Media
	16.722	17.980	1,258		46.063	50,448	4,385	
ITALIANI	16.722	17.980	1,258		46.063	50,448	4,385	-9,88%
STRANIERI	11.111	11.840	729		27.631	27,631	0	4,69%
TOTALE	27.833	29.820	1.987		73.694	78,079	4,385	-4,92%

TOTALE COMPLESSIVO

ARRIVI	2007	2008	Differenza %	PRESENZE	2007	2008	Differenza %	Permanenza Media
	179.652	174.918	-4,734		625.968	613.317	-12,651	
ITALIANI	179.652	174.918	-4,734		625.968	613.317	-12,651	-2,02%
STRANIERI	156.549	132.415	-24,134		321.782	283,385	-38,397	-11,93%
TOTALE	336.201	307.333	-28,868		947.750	896.702	-51,048	-5,39

Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale

Maggiore preoccupazione desta la riduzione di presenze degli stranieri. In particolare Agrigento, che è stata sempre una delle mete più conosciute e più desiderate in Sicilia dagli stranieri per le sue bellezze archeologiche, ha avuto una perdita del 16,22% contro un -9,26% degli italiani. Il fatto che perda in modo particolare il turismo straniero vuol dire che ci troviamo di fronte ad un prodotto maturo ormai al termine del proprio ciclo di vita che occorre pertanto di una revisione determinata.

Fra le due destinazioni è comunque evidente la differenza sulla permanenza media che si attesta a 1,48 giorni di Agrigento contro 5,69 giorni di Sciacca. Agrigento ha in verità circa il triplo degli arrivi di Sciacca, ma un numero complessivo di presenze sensibilmente inferiore. Sciacca presenta pertanto un'offerta meglio organizzata sul balneare e, solo parzialmente, sul termale con la presenza di grandi strutture ricettive ben inserite nei canali della commercializzazione del turismo organizzato.

Agrigento, nonostante numerose e qualificate strutture ricettive gestite da imprenditori locali, stenta a differenziare il proprio pro-



IMMAGINE DI PORTO EMPEDOCLE. Porto di importanza nazionale. È oggetto di acceso dibattito a causa del progetto sul rigassificatore per i rischi o le opportunità che potrebbe portare. Da anni si tenta di accreditarlo come porto per le crociere.

Tavola 13 - Arrivi e Presenze in Provincia gennaio-settembre 2007-2008 Sciacca

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI											
	ARRIVI	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE		ARRIVI	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE		ARRIVI
	2007	2008	2007	2008	Differenza %	2007	2008	2007	2008	Differenza %	2007
	43.083	36.218	23.889	19.512	-15,93%	248.434	223.501	108.505	17.592	-13,95%	6.17
	6.972	55.730	66.972	55.730	-11,242	374.531	332.006	42.525	-11,35%	5,96	5,96
	36.218	6.865	43.083	36.218	-15,93%	248.434	223.501	108.505	17.592	-13,95%	6,17
	23.889	19.512	23.889	19.512	-18,32%	126.097	108.505	17.592	-13,95%	5,56	5,56
	6.972	55.730	66.972	55.730	-11,242	374.531	332.006	42.525	-11,35%	5,96	5,96
	5.704	5.069	5.704	5.069	-11,13%	24.601	18.953	5.648	-22,96%	3,74	3,74
	1.264	2.038	1.264	2.038	61,23%	4.985	6.716	1.731	34,72%	3,30	3,30
	6.968	7.107	6.968	7.107	1,99%	29.586	25.669	3.917	-13,24%	3,61	3,61
	5.704	5.069	5.704	5.069	-11,13%	24.601	18.953	5.648	-22,96%	3,74	3,74
	1.264	2.038	1.264	2.038	61,23%	4.985	6.716	1.731	34,72%	3,30	3,30
	6.968	7.107	6.968	7.107	1,99%	29.586	25.669	3.917	-13,24%	3,61	3,61
	5.704	5.069	5.704	5.069	-11,13%	24.601	18.953	5.648	-22,96%	3,74	3,74
	1.264	2.038	1.264	2.038	61,23%	4.985	6.716	1.731	34,72%	3,30	3,30
	6.968	7.107	6.968	7.107	1,99%	29.586	25.669	3.917	-13,24%	3,61	3,61
	48.787	41.287	48.787	41.287	-15,37%	273.035	242.454	30.581	-11,20%	5,87	5,87
	25.153	21.550	25.153	21.550	-14,32%	131.082	115.221	15.861	-12,10%	5,35	5,35
	73.940	62.837	73.940	62.837	-11,103	404.117	357.675	46.442	-11,49%	5,69	5,69
	48.787	41.287	48.787	41.287	-15,37%	273.035	242.454	30.581	-11,20%	5,87	5,87
	25.153	21.550	25.153	21.550	-14,32%	131.082	115.221	15.861	-12,10%	5,35	5,35
	73.940	62.837	73.940	62.837	-11,103	404.117	357.675	46.442	-11,49%	5,69	5,69
	48.787	41.287	48.787	41.287	-15,37%	273.035	242.454	30.581	-11,20%	5,87	5,87
	25.153	21.550	25.153	21.550	-14,32%	131.082	115.221	15.861	-12,10%	5,35	5,35
	73.940	62.837	73.940	62.837	-11,103	404.117	357.675	46.442	-11,49%	5,69	5,69

Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale

Tavola 15 - Arrivi e Presenze in Provincia giugno-settembre 2007-2008 Agrigento

ARRIVI	2007	2008	Differenza	%	PRESENZE	2007	2008	Differenza	%	Permanenza Media
ITALIANI	40.623	37.051	-3.572	-8,79%		66.478	62.162	-4.316	-6,49%	
STRANIERI	55.315	43.283	-12.032	-21,75%		75.815	62.106	-13.709	-18,08%	
TOTALE	95.938	80.334	-15.604	-16,26%		142.293	124.268	-18.025	-12,67%	1,55

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza	%	PRESENZE	2007	2008	Differenza	%	Permanenza Media
ITALIANI	4.813	4.803	-10	-0,21%		10.415	10.208	-207	-1,99%	
STRANIERI	4.536	4.628	92	2,03%		8.475	9.035	560	6,61%	
TOTALE	9.349	9.431	82	0,88%		18.890	19.243	353	1,87%	2,04

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza	%	PRESENZE	2007	2008	Differenza	%	Permanenza Media
ITALIANI	45.436	41.854	-3.582	-7,88%		76.893	72.370	-4.523	-5,88%	
STRANIERI	59.851	47.911	-11.940	-19,95%		84.290	71.141	-13.149	-15,60%	
TOTALE	105.287	89.765	-15.522	-14,74%		161.183	143.511	-17.672	-10,96%	1,60

TOTALE COMPLESSIVO

Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale

Tavola 16 - Arrivi e Presenze in Provincia giugno-settembre 2007-2008 Sciacca

ARRIVI	2007	2008	Differenza	%	PRESENZE	2007	2008	Differenza	%	Permanenza Media
ITALIANI	30.999	27.281	-3.718	-11,99%		190.733	179.878	-10.855	-5,69%	
STRANIERI	14.185	10.687	-3.498	-24,66%		88.206	75.686	-12.520	-14,19%	
TOTALE	45.184	37.968	-7.216	-15,97%		278.939	255.564	-23.375	-9,38%	6,73

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza	%	PRESENZE	2007	2008	Differenza	%	Permanenza Media
ITALIANI	4.612	3.893	-719	-15,59%		22.778	16.687	-6.091	-26,74%	
STRANIERI	984	1.534	550	55,89%		4.356	5.610	1.254	28,79%	
TOTALE	5.596	5.427	-169	-3,02%		27.134	22.297	-4.837	-17,83%	4,11

MOVIMENTO NEGLI ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI

ARRIVI	2007	2008	Differenza	%	PRESENZE	2007	2008	Differenza	%	Permanenza Media
ITALIANI	35.611	31.174	-4.437	-12,46%		213.511	196.565	-16.946	-7,94%	
STRANIERI	15.169	12.221	-2.948	-19,43%		92.562	81.296	-11.266	-12,17%	
TOTALE	50.780	43.395	-7.385	-14,54%		306.073	277.861	-28.212	-9,22%	6,40

TOTALE COMPLESSIVO

Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale

CONCLUSIONI E SPUNTI DI RIFLESSIONE PER UNA NUOVA POLITICA TURISTICA

Lo sviluppo turistico del territorio provinciale registra nel 2008 un rallentamento legato allo scenario economico instabile che fa prevedere, nel breve periodo, un trend recessivo dell'economia in generale. A fronte di nuovi investimenti ricettivi nella zona di Licata e Sciacca, generalmente in grandi strutture che autonomamente rientrano nei circuiti del turismo internazionale, si registra un rallentamento sensibile nella città capoluogo e nelle strutture tradizionali termali e balneari di Sciacca.

Le informazioni analizzate devono fare riflettere gli operatori sia pubblici che privati; il settore turistico attraverso infatti un forte mutamento sia nella domanda turistica sempre più esigente e variegata che nell'offerta, con l'introduzione nei mercati di nuovi destinazioni turistiche meglio organizzate e competitive. Ciò ha comportato l'erosione evidente di consistenti quote di mercato a svantaggio delle destinazioni tradizionali fra cui l'Italia. Affrontare i mercati turistici, oggi, impone un diverso approccio sia degli operatori privati, arroccati in una gestione meramente aziendale del turismo, che esclude la logica di filiera oggi indispensabile per il rinnovamento dell'offerta, che degli operatori della pubblica amministrazione del settore. Questi mantengono ancora modelli di intervento inadeguati che spesso si limitano all'organizzazione episodica di eventi o a mere attività promozionali prive di logiche di marketing oggi indispensabili. In Sicilia, inoltre, l'organizzazione pubblica del turismo subisce l'onda di una riforma che non ha risolto i problemi del settore.

Dall'analisi effettuata appare chiaro che il tema dell'organizzazione turistica locale è prioritario rispetto a quello della promozione, che appare più facile come strada da seguire, ma poco utile ad un vero rilancio del settore del nostro territorio provinciale.

Le nostre destinazioni turistiche sono deboli perché, pur possedendo un patrimonio storico, culturale e naturalistico che tutti desi-



LA SCALA DEI TURCHI ESCLUSIVA DEL NOSTRO LITORALE

derano visitare, non si organizzano per essere ospitali e rispondenti alle esigenze dei turisti. Questi, alla fine, preferiscono scegliere altre destinazioni più convenienti sotto il profilo economico e meglio organizzate.

Occorre pertanto che le destinazioni turistiche della Provincia si riorganizzino scommettendo su un progetto di identità forte che delinei le azioni necessarie per il rilancio turistico.

Dall'analisi effettuata risulta che le nostre destinazioni sono deboli nel riunificare le filiere turistiche non riuscendo a coordinare le azioni del pubblico con il privato con la conseguenza di rendere servizi turistici inadeguati.

Per questa ragione, infatti, la legge nazionale e regionale ha previsto l'istituzione dei distretti turistici per i quali mancano, però, un chiaro indirizzo dell'amministrazione regionale e le risorse finanziarie e umane necessarie.

Sono deboli nell'offerta dei servizi informativi a favore del turista. Non esistono più sul territorio uffici di informazione turistica e manca un coordinamento per la comunicazione telematica tramite internet il cui utilizzo è sempre maggiore da parte dei potenziali turisti. Non esiste poi alcun coordinamento nella segnaletica turistica estremamente confusionaria e irrazionale. La competitività delle destinazioni turistiche di particolare interesse come la nostra si misura, invece, con la qualità dei servizi no price ovvero quelli che il turista non paga, ma che sono indispensabili per la fruibilità del prodotto turistico.

Per tale ragione si parla sempre più dei prodotti d'area ovvero realizzati con l'apporto attivo degli operatori pubblici e privati. Mentre la nuova logica del marketing turistico impone una cura esplicita dei turisti secondo il marketing del rimando (cosa fare e dove) e il marketing del racconto (vivere un'esperienza nella destinazione turistica).

Sono deboli nell'assistenza e consulenza agli operatori del settore per le proprie scelte aziendali ed istituzionali per le quali gli operatori turistici devono sfuggire dalla logica tradizionale dei vec-

chi uffici statistica per aprirsi alla produzione di servizi, utilizzando le reti telematiche ed informando costantemente gli operatori sulle caratteristiche della domanda turistica in particolare straniera, sull'andamento dell'offerta e dei mercati, sulle innovazioni del settore.

Sono deboli nelle azioni di marketing sui mercati in quanto prevale l'organizzazione in ordine sparso, l'egoismo istituzionale, l'improvvisazione delle iniziative. Manca una saggia programmazione e una maggiore professionalizzazione degli addetti al settore.

Perché l'organizzazione locale del settore sia rilanciata rispondendo alla sfida dei mercati, occorre che vi sia un progetto di sviluppo turistico condiviso da tutti gli operatori e, in realtà deboli come le nostre, una forte azione pubblica che assicuri servizi secondo logiche moderne, impermeabili alle pressioni esterne e un coordinamento programmato delle azioni di sviluppo.

Per fare ciò occorre consapevolezza e volontà della classe politica e imprenditoriale l'impegno di risorse umane e finanziarie adeguate.

Elenco delle tavole statistiche

NOTE

- Tav. 1 Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi 2000-2007 pag. 14
- Tav. 2 Arrivi e presenze per tipo di esercizio 2000-2007 pag. 15
- Tav. 3 Tasso di occupazione camere nelle strutture ricettive giugno-settembre 2008 pag. 17
- Tav. 4 Numero di vacanzieri e permanenza media per destinazione pag. 17
- Tav. 5 Tasso di occupazione delle strutture ricettive per aree geografiche pag. 19
- Tav. 6 Tasso di occupazione delle strutture ricettive per prodotto pag. 20
- Tav. 7 Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri a ferragosto pag. 21
- Tav. 8 Occupazione camere gennaio-settembre regione Sicilia pag. 23
- Tav. 9 La posizione del marchio Italia rispetto ai concorrenti pag. 28
- Tav. 10 Il giudizio dei turisti sui servizi ausiliari pag. 28
- Tav. 11 Arrivi e presenze in Provincia gennaio-settembre 2008 pag. 32
- Tav. 12 Arrivi e presenze in Provincia gennaio-settembre 2008 Agrigento pag. 33
- Tav. 13 Arrivi e presenze in Provincia gennaio-settembre 2008 Sciacca pag. 34
- Tav. 14 Arrivi e presenze in Provincia giugno-settembre 2008 pag. 36
- Tav. 15 Arrivi e presenze in Provincia giugno-settembre 2008 Agrigento pag. 38
- Tav. 16 Arrivi e presenze in Provincia giugno-settembre 2008 Sciacca pag. 39

Fotocomposizione e stampa



Via Unità d'Italia, 30 (S. Giusippuzzu) - 92100 AGRIGENTO

Tel. 0922 602104 – 0922 602024 - Fax 0922 604111

E-Mail sarcutosi@virgilio.it

FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI FEBBRAIO 2009