

UNA NUOVA STRATEGIA PER LA CRESCITA TURISTICO - CULTURALE DELLA SICILIA

Acireale, 25 giugno 2016

**Tesi del Gruppo siciliano Cavalieri del Lavoro
Presidente Cav. del lavoro Francesco R. Averna**

Prima di illustrare le tesi dei cavalieri del lavoro siciliani, sento il bisogno di ringraziare, a nome mio e di tutti i colleghi, coloro che hanno reso possibile questo incontro: il Credito Siciliano, con il suo presidente Paolo Scarallo e l'Amm. Del. Saverio Continella, l'amico Cav. del Lavoro Giovanni De Censi, che ha subito approvato con entusiasmo il nostro progetto, il presidente Quadrio Curzio, che ci onora oggi della sua presenza, il Cav. del Lavoro Jannotti Pecci, compagno di tante battaglie in Confindustria, i rettori delle tre università statali siciliane, che hanno aderito volentieri alla nostra proposta di coinvolgere i loro atenei in questo progetto.

Ma il ringraziamento più sentito desidero rivolgerlo a voi, che avete rinunciato ad un giorno di svago per partecipare a questo dibattito.

Quando alla fine dell'anno scorso il gruppo siciliano dei cavalieri del lavoro si è riunito in assemblea per decidere il programma di attività per il 2016, eravamo consapevoli della grave crisi nella quale l'economia italiana si dibatteva da diversi anni - riduzione del P.I.L. dell'occupazione, dei consumi, degli investimenti - e del fatto che questi dati nella nostra Sicilia risultavano tutti peggiorativi.

Ma in questo quadro assai negativo c'è un settore che ha continuato ad esprimere dati positivi, sia a livello nazionale che regionale : e questo settore è il turismo. Certo, esso si avvale del traino di un trend internazionale da parecchi anni in forte ascesa: pensate che dai 900 mil. di turisti nel mondo dell'anno 2009 si è passati a 1.200 milioni del 2015, con una crescita superiore al 30% e una media annua superiore al 5%!

Inoltre il turismo è un settore economico che per sua natura coinvolge un vasto numero di attività diverse: le infrastrutture, i trasporti, l'accoglienza, le attività enogastronomiche, le iniziative culturali e artistiche, quelle ricreative (spettacoli, mostre), il commercio, l'artigianato, e così via.

Quindi alla fine di quell' assemblea prendemmo la decisione di dedicare una particolare attenzione al turismo siciliano, nella convinzione che possa diventare il settore trainante dello sviluppo regionale.

Organizzando un incontro su questi temi potevamo praticare uno sport oggi molto diffuso, la demagogia. Sarebbe stato facile puntare il dito su tutti coloro che ostacolano la competitività dell'economia siciliana. Invece noi abbiamo scelto una strada diversa, la strada del dialogo e della proposta, cercando la collaborazione dei colleghi Cavalieri del Lavoro, delle nostre università e di molti imprenditori del settore.

E abbiamo chiesto a tutti loro di aiutarci a costruire insieme appunto quel che dice il titolo di questo incontro "una nuova strategia per la crescita turistico - culturale della

Sicilia" e che abbiamo sintetizzato con il dipinto di Guttuso che raffigura l'Efebo di Selinunte, riemerso dai millenni della storia siciliana.

Cominciando ad approfondire le problematiche del settore, ci siamo resi conto che in realtà la posizione competitiva della Sicilia nel contesto nazionale ed europeo era rimasta stazionaria se non era addirittura peggiorata!

Cito soltanto alcuni dati che lo dimostrano:

1. La Sicilia ha un numero di presenze turistiche di un decimo rispetto alle isole Baleari spagnole e solo il doppio di quelle della piccola isola di Malta, non figura tra le venti regioni europee più visitate (peraltro in questa classifica la prima regione italiana è il Veneto al 6° posto) ed è settima tra le regioni italiane, dopo appunto il Veneto, la Lombardia, il Lazio, la Toscana, il Trentino-Alto Adige, l'Emilia-Romagna.
2. Se prendiamo ancora come riferimento il 2009, il turismo siciliano negli ultimi 6 anni ha avuto un trend annuo di incremento del 2%, ben inferiore sia alla media mondiale (5%) che a quella europea.

A ben vedere, la difficoltà siciliana si inquadra in una generale perdita di competitività del turismo italiano, che è cresciuto anch'esso meno dei suoi diretti concorrenti. Pensate che 20 anni fa l'Italia era prima in Europa, mentre oggi è soltanto terza, dietro Francia e Spagna!

Ma c'è un dato che ci ha molto colpito sulla scomposizione per tipologia di destinazione dei turisti stranieri in Italia, perché ben il 45% ha scelto mete di interesse storico-artistico, a fronte del 18% che ha scelto una località balneare e del 9% che ha preferito la montagna (altre località hanno % inferiori).

Se questi sono i dati, quali obiettivi dobbiamo porci per far sì che il turismo diventi il settore trainante dell'economia siciliana?

1. Dobbiamo aumentare il numero complessivo dei turisti che vengono ogni anno in Sicilia (oggi sono 4,5 mil., divisi al 50% tra italiani e stranieri) ;
2. Dobbiamo migliorare il fatturato pro-capite, cioè quanto spende il turista durante la sua vacanza in Sicilia;
3. Dobbiamo prolungare la stagionalità del flusso turistico, oggi concentrato per due terzi nei mesi giugno-settembre.

A nostro avviso l'unico modo per raggiungere questi obiettivi è quello di puntare sulla valorizzazione dello straordinario patrimonio artistico-culturale che la Sicilia possiede.

E qui sta il cambiamento sostanziale da realizzare: sino ad ora l'offerta turistica siciliana si è focalizzata in gran parte sulla bellezza del nostro mare e delle nostre isole.

Ciò non è sbagliato in assoluto, ma su questo piano a livello internazionale la Sicilia deve lottare con molte altre località che possono offrire un rapporto qualità/prezzo più favorevole. Cito solo quelle più vicine come Spagna, Croazia, Turchia, Grecia, senza considerare i paesi del nord Africa, oggi assai penalizzati dagli attentati terroristici.

Se invece la strategia della nostra offerta turistica fosse più diversificata, e facesse leva in modo più deciso sull'immenso giacimento culturale che 3000 anni di storia ci hanno lasciato, la Sicilia avrebbe pochissimi competitors al mondo!

Ciò consentirebbe inoltre di coinvolgere turisticamente molte località che oggi sono penalizzate o addirittura ignorate (dalla villa romana di Piazza Armerina ai resti della città greca di Morgantina fino ai castelli medioevali dell'interno, e potrei continuare).

Del resto, questo concetto ci sembra perfettamente in linea con le nuove tendenze del turismo internazionale. E' tramontato il modello turistico che vedeva una vacanza estiva di 15-20 giorni e si è affermata una tipologia caratterizzata da viaggi brevi ma più frequenti.

Parallelamente è cambiato anche il modello di scelta del viaggio turistico: moltissimi ormai, soprattutto tra i giovani, si organizzano da soli la propria vacanza su internet, dai biglietti aerei al soggiorno alberghiero. Tutto ciò comporta una vera rivoluzione, sia nelle tipologie di prodotto da offrire, sia nelle modalità più adatte a presentare queste offerte.

Questo nuovo turista ama l'innovazione, ricerca nuove emozioni, predilige uscire dalle rotte più battute per scoprire luoghi diversi: bene, la Sicilia sembra fatta apposta per soddisfarlo!

E questo target potrebbe rispondere sia all'obiettivo di diversificare le località turistiche, sia a quello di allungare la stagionalità anche al di fuori dei mesi estivi.

Ma come raggiungere questo turista più evoluto? Come convincerlo a visitare la Sicilia? E soprattutto: come soddisfare le sue esigenze?

- A nostro avviso la prima cosa da fare è potenziare molto l'offerta di viaggi aerei a tariffe convenienti, sia dalle principali città italiane sia soprattutto dalle più importanti capitali europee, utilizzando pienamente la potenzialità degli scali di Catania, Palermo, Trapani e Comiso.

A questo proposito cito solo un dato che testimonia il fortissimo gap attuale: in una sola settimana di luglio tra le città tedesche e le Baleari ci sono 230 voli, verso la Sicilia soltanto 20!

- Abbiamo detto che questo turista anziché il viaggio standard predilige spesso viaggiare in modo autonomo, quindi ha bisogno di infrastrutture adeguate. Purtroppo qui casca l'asino, perché le strade e le ferrovie siciliane sono in uno stato deplorabile. La maggiore autostrada siciliana PA-CT presenta ben 15 tratti a senso alternato oppure a traffico rallentato, (*incredibile il caso del viadotto Himera crollato l'anno scorso, si è dovuto aspettare 9 mesi per costruire un semplice bypass*), mentre va molto a rilento la costruzione della SR/RG/Gela e non c'è neppure in progetto la costruzione della Gela-Castelvetrano, che completerebbe l'anello costiero dell'isola.
- Né va meglio con i treni: il migliore è stato inaugurato l'anno scorso tra Palermo e Catania, e impiega 2 ore e 40 minuti per fare 210 km. (velocità media 80 km/ora). D'altro canto non è possibile dotare la Sicilia di treni veloci in presenza di una rete ferroviaria ancora oggi per l'85% a binario unico e per il 60% non elettrificata!

- Un altro aspetto rilevante è la ricettività alberghiera siciliana. Siamo all'11% posto nazionale per numero di posti letto, ma questi esercizi sono collocati in grandissima parte sulle coste, mentre sono carenti vicino a molte località di notevole interesse storico,

E ciò a riprova di quanto detto prima, che cioè finora la strategia del nostro turismo ha puntato principalmente sull'aspetto balneare. Quindi per seguire la nuova strategia che proponiamo è necessario rafforzare la ricettività alberghiera, puntando su alberghi di dimensione media, di livello medio – alto e dislocati in modo più capillare.

- Un punto forte del nostro territorio è l'aspetto enogastronomico, settore in forte crescita nelle preferenze dei turisti internazionali e nel quale la Sicilia ha fatto davvero passi da gigante. Dobbiamo riuscire a far scoprire ai nostri turisti le grandi tradizioni gastronomiche ed enologiche che la Sicilia può offrire. Le sinergie tra ambiente naturale, cultura ed enogastronomia possono rappresentare la carta vincente del turismo siciliano!
- Invece un aspetto che va decisamente cambiato, se si vuole rilanciare il turismo puntando sul nostro patrimonio storico-culturale, è la gestione dei siti archeologici e dei musei siciliani.

Vi racconto una mia esperienza diretta dell'agosto dell'anno scorso, che penso sia più eloquente di qualunque discorso. Ho portato alcuni ospiti alla valle dei templi di Agrigento, uno dei siti archeologici più visitati della Sicilia, nonché' una delle 6 località siciliane riconosciute dall'UNESCO patrimonio culturale dell'umanità:

- Prima di entrare abbiamo atteso sotto il sole per 45 minuti solo per fare i biglietti, che erano scritti a mano da due giovani (con noi aspettavano circa 300 persone di ogni nazionalità che erano ovviamente assai contrariati).
- Le uniche informazioni sui templi venivano da un cartello metallico, piazzato alla base di ogni tempio, con una sommaria descrizione solo in italiano e in inglese.
- Lungo il percorso c'erano 5 fontanelle, che avrebbero dovuto rinfrescare i turisti: peccato che tre di esse erano fuori uso!
- Ad un certo punto abbiamo notato persino dei ragazzi che schiacciavano mandorle su una colonna dorica stesa a terra. Li abbiamo ripresi, tuttavia di fatto mancava qualunque controllo su possibili vandali.
- Se poi si esaminano i musei siciliani, notiamo che essi sono visitati da un numero di turisti decisamente modesto, anche quando si trovano vicini ai siti archeologici. L'esempio più evidente è proprio quello del museo di Agrigento, che viene visitato solo dal 5% dei turisti che visitano la valle dei templi.

Perché' questo avviene? A nostro avviso perché' questi musei sono vecchi e superati. C'è bisogno di introdurre le tecnologie al servizio dei visitatori, che oggi sono praticamente assenti. Penso alle audioguide nelle varie lingue, ai percorsi interattivi, alle ricostruzioni in 3D etc. Anche l'attività di merchandising, che in molti musei del mondo raccoglie fatturati quasi pari ai biglietti, in Sicilia è assai trascurata. Investire nei nostri musei per dotarli di strumenti moderni di fruizione

porterebbe notevoli incrementi di pubblico, quindi questi investimenti si ripagherebbero in pochi anni!

- L'uso delle tecnologie moderne è assolutamente necessario anche per tutti gli aspetti che riguardano la promozione del nostro turismo. Dicevo prima che il target che noi vorremmo attrarre è decisamente più informato, ma dobbiamo realizzare degli strumenti informativi adeguati alle sue capacità. Abbiamo esaminato i principali siti internet di promozione turistica della Sicilia ed essi sono in gran parte dei vecchi cataloghi cartacei trapiantati nella rete, con una modesta interattività, nessuna chat per gli utenti e pochi video. Anche le applicazioni per smartphone, oggi ancora più utilizzati dei siti web, sono pochissime e di qualità modesta.

Quale messaggio comunicare ai nostri potenziali turisti? In Sicilia ci sono mari ed isole bellissime, montagne piene di fascino (oggi siamo alle pendici del vulcano più alto d'Europa). Ma qui puoi trovare dei templi belli come quelli di Atene, teatri e ville come quelli di Roma, stupendi monumenti del periodo bizantino, arabo, normanno, svevo e barocco. Tutta la promozione turistica siciliana dovrebbe essere focalizzata su questo mix vincente di natura e di cultura, di tradizioni e di ospitalità.

Infine, la strategia descritta in queste tesi necessita di un forte incremento di professionalità degli operatori turistici, quindi richiede un investimento massiccio in formazione professionale ad ogni livello, dal top manager dell'hotel a 5 stelle alla guida turistica fino al cameriere di ristorante.

Cari amici, i Cavalieri del Lavoro non sono un gruppo portatore di interessi, ma di valori. Se noi del gruppo siciliano ci siamo impegnati in questo progetto è perché siamo assolutamente convinti che il turismo, rilanciato con la strategia di cui vi abbiamo parlato, può ridare slancio a tutta l'economia siciliana e offrire a decine di migliaia di giovani un lavoro e una vita dignitosa nella loro terra. Quindi lottare per questo obiettivo significa lottare anche per loro.