

LINEE GUIDA PER LE POLITICHE TURISTICHE IN SICILIA

A pochi giorni dalle elezioni regionali, un po' tutti i candidati a Presidente e a deputato affermano di puntare molto sul settore del turismo, segmento che, facendo leva sulle naturali vocazioni del territorio, naturalmente può essere un volano per l'intera economia siciliana.

Ma quando dalle affermazioni di principio si passa alle idee, proposte e programmi tutto si fa molto più evanescente.

Per questo, come **Consorzio Centro per lo Sviluppo del Turismo Culturale per la Sicilia - Messina Tourism Bureau**, riteniamo di potere offrire un contributo concreto.

Il Consorzio è un organismo partecipato dall'Università degli Studi di Messina e dalla Città Metropolitana e istituzionalmente preposto alla promozione dello sviluppo turistico del territorio, che da anni svolge un ruolo di facilitazione e coordinamento volto a migliorare la fruibilità turistica delle risorse locali e le ricadute economiche sul territorio. Siamo un po' anomali nel panorama regionale perché operiamo senza gravare sugli enti ai quali apparteniamo, ma cercando attraverso progetti finanziati e servizi resi al sistema locale le fonti di finanziamento per il funzionamento e le attività. I finanziamenti ottenuti, la fiducia delle istituzioni e degli operatori coinvolti e il quarto bilancio consecutivo chiuso in avanzo gratificano il nostro operato.

Forti della esperienza sul campo rivolgiamo un appello in dieci punti ai candidati affinché facciano proprie alcune linee per lo sviluppo di una complessiva strategia turistica per la Sicilia.

1. Il turismo come tema trasversale

Sviluppare il turismo significa puntare sull'accessibilità, sulle infrastrutture, sui trasporti, sull'identità, sulla cultura, sull'attrattività, sull'internazionalizzazione, sui servizi ad alto valore aggiunto, sul capitale umano. Tutte queste ragioni dovrebbero condurre a interpretare lo sviluppo turistico come una leva di sviluppo trasversale, intersettoriale, veramente strategica. Per questo non si può prescindere da una attenzione al turismo in tutti i settori di competenza della Regione: infrastrutture e trasporti, beni e attività culturali, sviluppo economico, sviluppo rurale, istruzione e formazione e così via. Occorre che **tutte le politiche settoriali siano declinate, anche, in funzione dello sviluppo turistico** attraverso un approccio che superi le rigide segmentazioni della burocrazia regionale e che veda continui momenti di raccordo operativo.

2. Il brand "Sicilia"

Promuovere un territorio in chiave turistica, specie in un'ottica di turismo differenziato e non di massa, **significa promuoverlo tout-court**. Significa promuoverne le produzioni artigianali, agricole ed enogastronomiche. Significa promuoverne le aziende e il sistema produttivo, il "made in". Significa promuovere un ambiente, una cultura, uno stile di vita. Significa promuovere la qualità della vita, l'attrattività del territorio come luogo di vita, di studio, di impresa o di riposo. In questo senso è importante una azione di **promozione dell'intero sistema locale siciliano**. In questo un ruolo cruciale avrà la promozione di quei grandi eventi che possono attrarre l'attenzione del mondo sulla Sicilia, come avvenuto in occasione del recente G7 di Taormina.

3. *Le infrastrutture*

Gli operatori della filiera sono tutti concordi nel denunciare un grave deficit infrastrutturale che frustra le prospettive di sviluppo turistico. Occorre un'azione forte per **rendere tutti i territori siciliani accessibili dall'esterno ed interconnessi tra loro**. Inevitabilmente la porta di accesso alla Sicilia è rappresentata quasi esclusivamente dagli aeroporti, con tempi di percorrenza interni troppo elevati ed un grave problema sul fronte dell'intermodalità. Per questo occorre potenziare l'offerta aeroportuale anche pensando a nuovi scali, promuovere infrastrutture intermodali (stazioni passeggeri, terminal etc.), potenziare i servizi di trasporto esistenti (servizio gommato e collegamenti con le isole minori) ed eventualmente rimettere in discussione il rapporto tra la Regione e le Ferrovie, che oggi offrono un servizio totalmente inadeguato ad un costo per la collettività rilevante.

4. *La governance*

Quello della *governance* del sistema è un tema cruciale. In questi anni è stato minato il livello provinciale a tutto vantaggio di una enorme parcellizzazione e frammentazione. La scelta di puntare sui distretti è stata fallimentare, anche perché spesso riunivano territori molto disomogenei. Inoltre, in occasione di ogni ciclo di programmazione, sono sorti una miriade di nuovi organismi destinati a sopravvivere per il breve periodo in cui erano destinatari di finanziamenti, salvo poi cessare ed essere sostituiti da nuovi soggetti. Inoltre diverse politiche settoriali (sviluppo rurale, aree interne etc.) sollecitano la creazione di nuove e ulteriori aggregazioni sovrapposte tra loro. Anche la scelta di puntare sulle *Destination Management Organization* (DMO), ben sette, si presta ad equivoci. In realtà sarebbe molto più opportuno **ripartire in maniera chiara i compiti** (oggi in parte sovrapposti) di indirizzo, programmazione, coordinamento e vigilanza tra i livelli regionale, provinciale e comunale e **individuare** poi, attraverso procedure trasparenti e allocando le necessarie risorse, **i soggetti attuatori** per le attività operative tra tutti quei soggetti pubblici, privati o misti (distretti, consorzi, associazioni etc.) che nel corso degli anni hanno dimostrato capacità ed acquisito esperienze. Andrebbe poi superata la presenza delle articolazioni periferiche dell'Assessorato al Turismo in quanto inadeguate a svolgere un reale ruolo sul territorio.

5. *Per un testo unico del turismo*

La normativa in materia turistica in Sicilia rappresenta oggi quanto di più frammentario, farraginoso e obsoleto ci sia. Normative vecchie (in qualche caso anche pre-repubblicane), superate, di difficile interpretazione ed applicazione che rendono difficile la vita degli operatori, scoraggiano l'attrazione di investimenti, non tutelano chi tra mille difficoltà opera correttamente, danneggiano le attività siciliane nella competizione con le altre regioni italiane ed europee. Per questo occorre al più presto riprendere una delle più meritorie iniziative del governo uscente, purtroppo non portata a compimento, e approvare al più presto un testo unico del turismo, un vero e proprio **codice organico con previsioni chiare, meccanismi semplici, previsioni al passo coi tempi in grado di dare una marcia in più agli operatori del settore nella competizione globale**.

6. *Più programmazione e più trasparenza*

In questi anni, nelle politiche turistiche, si è assistiti alla coesistenza di una sorta di "doppio binario". Da una parte procedure a bando, più trasparenti ma anche più complesse, dall'altra una miriade di assegnazioni dirette, soprattutto di piccolo importo, stabilite discrezionalmen-

te dal vertice politico. Inoltre, tutta l'attività promozionale, con la partecipazione a fiere ed eventi, è realizzata senza una adeguata programmazione e senza alcuna trasparenza nella selezione degli operatori da coinvolgere e in molti casi senza la presenza dei sistemi turistici locali. Tutto ciò produce una attività promozionale inefficace e scollegata dall'attività degli operatori che invece devono per tempo programmare e non possono attendere i tempi elefantiaci e le incertezze della burocrazia. Discorso analogo per l'organizzazione di eventi di richiamo turistico, culturali, sportivi, o nella programmazione delle attività artistiche. Occorre decisamente un cambio di impostazione. Il piano di propaganda turistica, ma vale anche per gli altri documenti programmatici, non deve essere un mero adempimento. Deve già contenere non solo gli **indirizzi operativi ma anche tempi, modalità e procedure trasparenti per individuare soggetti attuatori non burocratici e modalità chiare e limpide di coinvolgimento dei sistemi locali e degli operatori**. Occorre **conciliare i tempi della burocrazia con quelli della programmazione**, e non il contrario. E poi ben vengano anche scelte proprie degli organi di vertice ma in modo trasparente, mirato e strategico e non frammentato in una miriade di piccoli contributi e patrocini onerosi.

7. *Sburocratizzare e sostenere fattivamente gli operatori*

Tutto il sistema nel quale operano le imprese turistiche, i professionisti del settore, ma vale anche per l'ambito sportivo e quello dello spettacolo, è eccessivamente burocratizzato. Lacci e laccioli che soffocano l'iniziativa, frustrano la programmazione, appesantiscono l'attività. Basti pensare a quattro esempi:

- a) oggi in Sicilia non può avere sede una OTA (Online Travel Agency) perché incompatibile con la disciplina regionale sulle agenzie di viaggio;
- b) è molto più facile ottenere l'abilitazione come guida fuori e poi operare liberamente nel territorio regionale;
- c) non è possibile prevedere diritti di biglietteria, provvigioni o altri incentivi per la vendita professionale di biglietti dei siti del patrimonio culturale regionale;
- d) per la normativa sulla stagione balneare, gli operatori concessionari di lidi e stabilimenti sono costretti ogni anno a rendere fruibili le proprie strutture in grave ritardo.

Si tratta di casi concreti, ma sono molteplici. Per sostenere fattivamente gli operatori occorre una **deregulation** importante ed un **approccio più concreto e meno burocratico**.

8. *La statistica a servizio degli operatori*

Oggi la statistica delle movimentazioni è solo un onere per i gestori di strutture ricettive, obbligati a trasmettere costantemente arrivi e presenze. Ma di tutti tali dati, si perdono le tracce. Non esiste né alcun meccanismo per incrociare tali informazioni con, ad esempio, i dati delle comunicazioni di pubblica sicurezza o sulla tassa di soggiorno (che potrebbero aiutare a contrastare irregolarità diffuse) né soprattutto tali dati vengono messi a disposizione di operatori e studiosi per analisi, valutazioni, programmazioni. Le informazioni su arrivi, presenze, durata del soggiorno e provenienza sarebbero fondamentali per sviluppare e orientare correttamente le singole attività e l'intero sistema. Per questo **tutti i dati dovrebbero essere tempestivamente pubblicati e resi disponibili** tanto in forma aggregata, quanto per piccoli segmenti.

9. *Sostenere la ricerca, lo sviluppo e l'implementazione di best practice*

Anche nel turismo l'innovazione rappresenta un *driver* fondamentale dello sviluppo. Il ruolo delle *ICT* cresce costantemente e sta producendo effetti tangibili a livello operativo, nella digitalizzazione dei processi e della catena del valore e a livello strategico, nel rapporto tra aziende e contesto competitivo. In particolare l'evoluzione tecnologica sta dando luogo a una serie di conseguenze:

- a) l'informazione sempre più disponibile comporta un confronto più serrato tra prodotti e tra destinazioni;
- b) i turisti compongono da soli le loro vacanze e quindi il peso delle agenzie di viaggio è destinato a diminuire;
- c) internet sta modificando il ruolo delle istituzioni del settore creando nuovo fabbisogno di competenze di *e-marketing* e *destination marketing*;
- d) cresce il fabbisogno di informazioni esaustive sui prodotti offerti;
- e) il turista preferisce sempre di più organizzare il proprio viaggio in autonomia, scegliendo tra le proposte offerte.

Da tale evoluzione emerge la necessità di nuovi modelli gestionali da sviluppare e testare. Cruciale sarà pertanto l'attività di ricerca nel settore, anche attraverso una collaborazione tra il sistema universitario siciliano, i sistemi territoriali locali e gli operatori della filiera per la **definizione di *best practice* da implementare o per l'introduzione di modelli già sviluppati in altri contesti.**

10. Il capitale umano

Una strategia per il turismo si attua attraverso le persone. Migliaia di operatori coraggiosi, appassionati ed entusiasti. Ma per far fronte alle sfide dell'innovazione e alla competizione globale occorre far crescere e diversificare professionalità e competenze, tanto nel privato, quanto soprattutto nel pubblico.

La velocità dei cambiamenti richiede una **formazione continua degli operatori del settore**, tanto per il rafforzamento delle *soft skill* e delle attitudini comportamentali, quanto nel riconoscimento della centralità del cliente, verso il quale occorre sviluppare un'attenzione maggiore per poter realizzare un'esperienza turistica che sia in grado di soddisfarne pienamente esigenze e aspettative, quanto ancora nella valorizzazione delle specificità del territorio, della sua cultura, del suo vissuto, riuscendo a coglierne anche gli aspetti più intangibili. Accanto al rafforzamento del *know how* degli operatori della filiera occorre dotare il sistema turistico siciliano di **esperti nelle *ICT*, nei nuovi linguaggi del turismo digitale, nell'apertura a *target* differenziati e a prodotti nuovi.**

Per questo occorre un sistema di formazione ed istruzione orientato verso le vocazioni del territorio e un'offerta d'alta formazione e di ricerca che sappia essere d'eccellenza e capace di attrarre studenti e ricercatori nelle tematiche "forti" e coerenti con le eccellenze locali.