

CAPITALE UMANO

I turisti in Sicilia ripercorrono le Soste di Ulisse

di Max Bergami (*)

Un profilo Instagram racconta un viaggio americano con una serie di immagini iconiche: un esclusivo ristorante di New York, una piscina tra le palme a Miami Beach, una distesa di vigne perfettamente ordinate in Napa Valley, le onde sulla costa nei pressi di Malibu, il deserto del Nevada, la facciata di un hotel di Las Vegas, come un tempio illuminato nella notte. Non sono gli Stati Uniti, come qualcuno si è divertito a raccontare sul social fotografico, ma la Sicilia; è semplice capirlo perché dopo Menfi, Licata, Sciacca e Agrigento, il viaggio continua: Ibla, Noto, Modica, Vendicari, Taormina, Etna, Eolie, Palermo, Trapani, Egadi...

La ricchezza dell'Isola è stupefacente, anche per chi l'ha già visitata molte volte, perché la storia, la cultura, il paesaggio, l'agricoltura, la cucina rendono la Sicilia un'inesauribile miniera di emozioni. Nell'estate del boom del turismo in Italia, dovuto in gran parte agli arrivi internazionali, anche la Sicilia fa il tutto esaurito. Si tratta di una buona notizia per questa regione perché, dopo anni in cui i consumi hanno messo in difficoltà l'economia, un'iniezione di fiducia è importante per guardare avanti. Tuttavia, al di là della miriade di dati che vengono resi noti in questo periodo e tra i quali è facile perdersi, restano alcuni fatti che occorre tener presenti: la Sicilia, a parità di chilometri di costa, attrae un decimo dei turisti delle Isole Baleari; i voli, ad esempio dalla Germania (uno dei principali mercati), verso la Sicilia sono un decimo di quelli verso le Baleari; le strade obbligano i viag-

giatori a tappe talora estenuanti; le strutture ricettive in grado di ospitare turisti ad elevata capacità di spesa (HNWI e Affluent) sono rarissime e concentrate in poche località.

La crescita dei turisti internazionali in Sicilia, come nel resto dell'Italia, dipende più da fattori contingenti dovuti alla minor attrattività di altre destinazioni (Turchia, Mediterraneo meridionale e Francia) che a un reale incremento di competitività dell'industria turistica nazionale. Gli eventi che hanno spostato molti viaggiatori estivi su Grecia, Croazia, Spagna e Italia hanno generato una rapida crescita che richiede però di essere consolidata. Sarà in grado la Sicilia di gestire lo sviluppo?

Gli investimenti internazionali sono molto cauti perché la reputazione di questo territorio segnala difficoltà di varia natura, prime tra tutte le incertezze burocratiche, in grado di intimorire gli operatori stranieri. In altre regioni, sono state realizzate leggi ad hoc che hanno aumentato l'attrattività del territorio per gli investitori stranieri, mediante sgravi fiscali e azioni di sistema. Una prima linea di azione potrebbe riguardare gli investimenti in strutture ricettive di qualità, puntando anche sullo sviluppo di alberghi diffusi di alta qualità in luoghi come Ragusa Ibla che, nonostante il bollino dell'Unesco, attraggono turisti che spesso non sanno dove soggiornare.

Oltre alla cultura, anche l'agricoltura può costruire una relazione positiva con il turismo, pensando alla crescita del segmento di turismo enogastronomico che in Sicilia potrebbe veramente trovar pane per i propri denti. L'hanno capi-

to i Planeta che hanno realizza-

to una struttura che si presenta con molto understatement come foresteria, ma che offre ospitalità e servizi di altissimo profilo. Forse la valorizzazione dei prodotti, oltre che rivolgersi alla nicchia dei foodies, potrebbe anche puntare a una distribuzione più organizzata su base aggregativa che consenta di disintermediare e riconosca un maggior valore ai produttori. La diffusione e il potenziamento di cooperative agricole nella produzione e, soprattutto, nella distribuzione consentirebbe di riconquistare potere contrattuale e affrontare con più efficacia i mercati e di effettuare investimenti in nuove tecnologie i cui costi potrebbero essere condivisi.

La dimensione infatti resta forse il problema principale per lo sviluppo in mercati globalizzati, tanto per le produzioni di qualità come per il turismo. Le soluzioni non passano necessariamente solo attraverso la crescita perché esistono

altri modelli che possono consentire agli operatori di un territorio come la Sicilia di collaborare, oltre che competere. Le Soste di Ulisse sono un'associazione che unisce albergatori, ristoratori e produttori vinicoli di alta qualità, da Sultano a Cuttaia, da Pennisi a Malandri e molti altri. Si tratta di un modo di promuovere il territorio, sulla base della condivisione di alcuni valori e di un modo di intendere l'ospitalità.

Infine, tra le cose che si possono fare rapidamente, in attesa delle strade e del potenziamento degli aeroporti, è il miglioramento dei servizi, sia nell'industria turistica, sia in quella culturale. Serve un passaggio culturale che sposti il focus dalla disponibilità di risorse

se turistiche e culturali alla centralità del turista e alla qualità della sua esperienza. Un esempio tra tutti: una visita alla Veneri di Morgantina, riportata in Italia dopo un lungo contenzioso con il Getty Museum, richiede una motivazione pura e uno spirito ascetico. L'orientamento al servizio è un obiettivo irrinunciabile che va affrontato con la progettazione dell'offerta e con la formazione delle persone, tenendo presenti anche le nuove tecnologie digitali. Gli investimenti in questo ambito sono contenuti e i ritorni potenzialmente altissimi. È una grande opportunità per la Sicilia e, a dire il vero, per tutto il Paese perché una nuova fase di sviluppo in Sicilia potrebbe rappresentare una forza trainante per tutto il Sud, con il risultato di una maggior integrazione nazionale.

(*) [Bologna Business School](#),
 Università di Bologna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FATTORI CONTINGENTI

La crescita del settore si basa su vantaggi competitivi molto fragili: serve incentivare gli investimenti esteri

LA SPINTA

Valorizzare tutte le forme aggregative per generare sviluppo e occupazione e agganciare l'isola alle locomotive europee

