

Oltre il voto/3. Una riforma possibile

Fare sviluppo con la cultura

di Andrea Granelli

Come è noto, la Sicilia ha un deficit strutturale di sviluppo economico che si ripercuote in tutti gli indicatori economico-sociali. Per quanto riguarda il turismo, vi è un trend decrescente negli ultimi anni sia per quanto riguarda gli arrivi che per le presenze, nonostante la straordinarietà del suo patrimonio e il fatto che il turismo è un settore che – a livello globale – continua a crescere. Vi sono naturalmente fatti positivi (ad esempio la crescita nella capacità di attrattività della provincia di Trapani), ma quello che serve è uno sforzo di sistema e soprattutto uno sforzo continuativo e coerente con le identità del territorio e con i reali fabbisogni. In questo ambito l'innovazione può giocare un ruolo importante; naturalmente

non da sola, né in forma banalizzata (il portale italia.it, panacea di tutte le fragilità del sistema turistico italiano): da fine deve ritornare ad essere uno strumento – molto potente ma sempre uno strumento – al servizio del territorio e dei suoi abitanti, per dare corpo e rafforzare percorsi di sviluppo “naturali” e coerenti con la sua storia millenaria. In senso generale, la perdita di competitività italiana nel settore turistico va molto al di là del dibattito – spesso arido e autoreferente – sul declino italiano. Tra le tante motivazioni, tre appaiono particolarmente gravi:

- la totale assenza di qualsiasi riflessione sistematica sull'innovazione in questo settore;
- un'eccessiva articolazione e frammentazione della macchina gestionale (con

- una separazione netta fra turismo e valorizzazione del patrimonio culturale) che rende le poche risorse allocate generalmente mal-spese;
- un'eccessiva attenzione (e allocazione di risorse) alla conservazione del patrimonio culturale, a scapito della sua fruizione e valorizzazione economica.

Rilanciare l'innovazione anche nel turismo appare oggi essenziale: la vera sfida è però considerare il turismo non come un settore a sé ma come il collante, lo schema, che permette di (ri)leggere e (ri)collegare i vari elementi che caratterizzano e arricchiscono un dato territorio – il patrimonio culturale, la produzione agricola, i saperi artigiani, le infrastrutture di mobilità, le strutture di ospitalità... – creando un unicum che ne moltiplichi i singoli valori e sia capace di costruire

Occupazione camere aprile – giugno 2011 – 2012 per area in percentuale

	2011			2012			var. 2012 / 2011		
	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO
Nord ovest	40,6	42,9	49,1	38,5	38,9	44,8	-2,1	-4,0	-4,3
Nord est	36,7	39,6	55,6	36,3	38,3	43,4	-0,4	-1,3	-12,2
Centro	40,3	40,0	49,1	37,7	39,1	45,3	-2,6	-0,9	-3,8
Sud e isole	29,2	33,7	45,2	27,8	31,0	38,9	-1,4	-2,7	-6,3
Italia	36,4	38,8	50,4	35,1	36,8	42,9	-1,3	-2,0	-7,5

Prenotazioni camere luglio – settembre 2011 – 2012 per area in percentuale

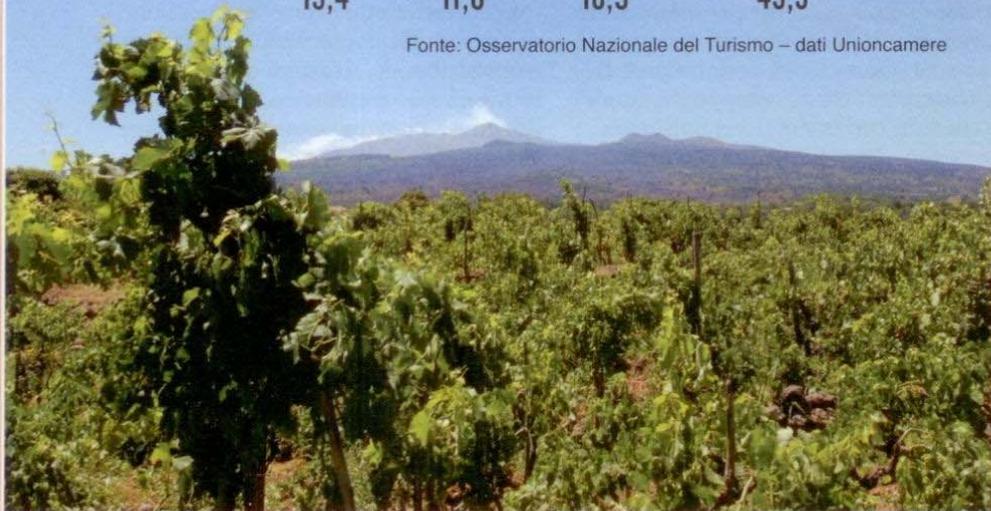
	2011			2012			var. 2012 / 2011		
	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE
Nord ovest	44,4	43,8	26,4	51,7	47,8	28,5	7,3	4,0	2,1
Nord est	58,2	60,2	37,8	55,1	58,7	34,0	-3,1	-1,5	-3,8
Centro	53,0	56,3	34,3	48,0	50,3	28,9	-5,0	-6,0	-5,4
Sud e isole	49,2	58,8	30,9	43,3	48,7	22,9	-5,9	-10,1	-8,0
Italia	52,4	56,4	33,1	50,1	52,7	29,2	-2,3	-3,7	-3,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo – dati Unioncamere

Turisti prenotati tramite internet per area in percentuale

	DAL SITO DI PROPRIETÀ	GRANDI PORTALI	TRAMITE MAIL	TOTALE TURISTI INTERNET
Nord ovest	9,3	9,5	14,3	33,1
Nord est	14,5	9,3	15,1	38,9
Centro	14,3	13,0	26,9	54,2
Sud e isole	13,7	12,0	18,7	44,5
Italia	13,4	11,0	18,9	43,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo – dati Unioncamere



Una vigna sull'Etna

un'offerta, o meglio, una proposizione di valore, unica e inimitabile.

Il territorio deve quindi tornare a essere l'integratore "naturale" di molte aree di intervento di politica economica, fungendo da "ordinatore" di tali interventi – spesso frammentati e non coordinati – e momento unitario di riflessione e sperimentazione.

Vi sono a questo proposito alcune opzioni di sviluppo che andrebbero approfondite e che conciliano l'innovazione con la tradizione, le opportunità offerte dalle nuove tecnologie (non solo digitali) con la vocazione del territorio siciliano, i suoi attributi e le sue specificità, che spesso rimangono celate e sommerse e poi riemergono come un fiume carsico aprendo nuove opportunità; basti pensare per esempio al successo del settore enologico siciliano.

A seguire propongo alcune ipotesi di intervento senza pretese di completezza né ritenendole le priorità. Anzi la scelta è caduta sui aree meno frequentate, poiché i temi "mainstream" (ospitalità, raggiungibilità, marketing, strategia di pricing, controllo della qualità delle strutture di accoglienza, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale,

bonifica delle coste, ...) sono oramai discussi in maniera diffusa e frequente. Piano digitale delle città d'arte. La creazione di un piano digitale delle città d'arte può promuovere la rinascita e



Innovazione e tradizione in Sicilia hanno già prodotto risultati nell'entourismo. Un settore che ha rivalutato anche gli antichi mestieri

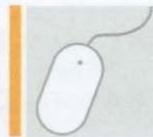
la valorizzazione non solo turistica ma anche insediativa delle più importanti città d'arte siciliane. In questo ambito c'è moltissimo da fare e le città d'arte potrebbero trarre un enorme beneficio da una adeguata infrastrutturazione digitale, che deve andare ben al di là dei generici slogan "larga banda per tutti" e "zero digital divide", tanto cari ai grandi operatori dell'Ict. Si tratta infatti di costruire un vero e proprio "piano regolatore" che dia indicazioni e priorità non solo sul cablaggio, ma anche sulla

sensoristica, sui terminali pubblici necessari (dai totem informativi alle telecamere per la sicurezza), sui modelli dei dati, sulle interfacce (per ridurre i costi sia di addestramento che di utilizzo), sui meccanismi che assicurano l'interoperabilità e sui servizi di supporto e gestione. Distretti "neo-agricoli". Lo sviluppo di distretti "neo-agricoli", caratterizzati da una innovativa infrastrutturazione digitale che renda possibile diverse modalità di tutela e valorizzazione del patrimonio agricolo (dalla tracciabilità alimentare, a forme alternative di turismo e di "scoperta" del territorio), consente la sperimentazione di processi e progetti innovativi, come ad esempio il nuovo "contratto di rete" per raggruppare piccoli operatori economici, il branding territoriale oppure specifiche sinergie tra ospitalità, artigianato artistico, food & packaging design, modernizzando un settore fondamentale dell'economia e creando nuove modalità di integrazione fra agricoltura, territorio e turismo.

Rilancio della (nuova) figura dell'Artigiano del XXI secolo. Il rapporto tra cultura artigiana, territorio e turismo è un fatto noto. Anche il mondo artigiano può essere rilanciato e può dare il suo contributo alla valorizzazione di un territorio. Le linee di intervento sono molteplici, si pensi all'introduzione della cultura del design, al supporto dei processi di modernizzazione del fare artigiano (organizzativa, uso di nuovi materiali, uso del marketing digitale) e soprattutto alla sua internazionalizzazione (che non vuol dire aprire filiali all'estero ma vendere prodotti all'estero e mantenere rapporti – grazie al digitale – con i propri clienti stranieri).

Questi sono naturalmente alcuni spunti – qui appena accennati – con l'obiettivo di aprire una riflessione e un confronto che giunga – in prospettiva – a una proposta più articolata e condivisa, dove anche un settore come il turismo possa diventare un luogo di innovazione e sperimentazione. ●

Architettura, paesaggio e tradizioni coniugate in chiave moderna. È la strada per il rilancio del turismo



Vai agli approfondimenti

<http://qrsud.it/349>