

**Turismo.** La Federazione dei Cavalieri del lavoro indica la strada da seguire per il rilancio: le presenze sono di un decimo rispetto alle Baleari

## Sicilia: obiettivo cultura, ambiente e gastronomia

**Nino Amadore**

ACIREALE. Dal nostro inviato

**R**endere competitivo il sistema turistico siciliano puntando su una strategia industriale che fa perno sui grandi giacimenti culturali dell'isola: dai siti Unesco ai siti archeologici e così via. Un percorso urgente delineato dal gruppo siciliano della Federazione dei Cavalieri del lavoro guidato da Francesco Averna che al tema ha dedicato il convegno che si è svolto ieri ad Acireale ospitato dal Credito siciliano. La prospettiva è netta: imprenditori, sistema universitario, istituzioni devono marciare alleati per risolvere le criticità. E il perché è stato spiegato proprio da Averna nelle sue tesi introduttive: «Mentre negli anni della crisi il trend di crescita del turismo nel nostro Paese è stato del 5% l'anno, in Sicilia quel trend è stato

del due per cento annuo. L'isola ha appena un numero di presenze annue doppio rispetto a Malta e dieci volte inferiore alle isole Baleari». Serve una svolta, dunque. Possibile, anzi a portata di mano perché, come ha detto Costanzo Jannotti Pecci, presidente di Federterme «in materia di turismo abbiamo la squadra migliore al mondo, abbiamo grandi campioni. Bisogna sapere solo metterla in campo».

Per i Cavalieri del lavoro non c'è dubbio che, in Sicilia, la strada da seguire è quella del turismo culturale, ambientale, enogastronomico. Ma prima di tutto occorre ridefinire l'identità del prodotto Sicilia che ha fin qui puntato tutto sul turismo balneare nel cui ambito vi sono competitor più agguerriti e soprattutto in grado di praticare prezzi più bassi. Il risultato? Secondo alcuni dati, l'indice di occupazione

degli alberghi siciliani è attorno al 28%, significa che sono pieni solo cento giorni l'anno; la situazione debitoria degli alberghi, compresi anche i debiti bancari, oscilla tra il 150% ed il 200% del giro d'affari». Ciò nonostante, come ha spiegato l'amministratore delegato del Credito Siciliano Saverio Continella, il sistema bancario ha creduto e crede nel settore ma occorre «mettere in campo un'agenda del fare. Con tre cose prioritarie: dare un brand forte al territorio, l'impegno di imprenditori locali non disoggetti che si muovono nella logica del mordi e fuggi, la voglia di cambiare». Ingredienti in gran parte compresi nelle proposte lanciate da Averna, il quale declina in sette punti ciò che occorre fare: «Potenziare l'offerta dei viaggi aerei a tariffe convenienti - spiega - rendere fruibili in modo dignitoso strade e ferrovie siciliane,

rafforzare la ricettività alberghiera puntando su strutture di dimensione media, integrare l'offerta turistica con la riscoperta delle grandi tradizioni enogastronomiche, fare un grande salto di qualità nel campo della gestione dei siti di interesse storico-artistico e dei musei, fornire ai turisti strumenti informativi adeguati, focalizzare tutta l'attività di promozione fatta sul turismo siciliano su questo mix vincente di cultura, di mare e storia, di tradizione e ospitalità». Ma soprattutto la «nuova strategia - dice Averna - necessita di un forte incremento della professionalità degli imprenditori e del management e quindi richiede un investimento consistente in formazione professionale». Perché, come ha giustamente detto l'economista Alberto Quadrio Curzio: «Alla base di tutto vi deve essere una logica industriale e dunque bisogna evitare i dilettantismi»:

### RISULTATI DELUDENTI

Averna: l'indice di occupazione degli alberghi siciliani è del 28% e i debiti oscillano tra il 150 e il 200% del giro d'affari

