



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso Magistrale
Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea Magistrale

**Prospettive future dell'Aeroporto di Comiso e
nuove opportunità offerte dal turismo digitale**

Relatore

Ch.Prof.ssa Flaminia Luccio

Laureando

Lucy Balsamo

Matricola 860470

Anno accademico 2017/2018

INDICE

Abstract	4
Introduzione	6
Capitolo I, Il sistema aeroportuale siciliano	
1.1 Lo sviluppo del trasporto aereo in Italia.....	8
1.2 Gli aeroporti siciliani nel contesto del traffico aereo nazionale..	11
1.3 Dati tecnici dei sei aeroporti siciliani.....	13
1.4 Capitale sociale e gestione degli aeroporti.....	15
1.5 L'importanza della microconnettività territoriale.....	16
1.5.1 Collegamenti, viabilità e parcheggi aeroportuali.....	18
Capitolo II, Flussi turistici in Sicilia	
2.1 Principali attrazioni turistiche presenti nel territorio.....	22
2.2 Breve analisi dei flussi turistici presenti nel territorio.....	26
2.3 Gli elementi decisionali di chi sceglie la destinazione Sicilia.....	27
2.4 Principali ostacoli della competitività turistica.....	29
Capitolo III, Catania – Comiso: futura rete aeroportuale?	
3.1 Il sistema aeroportuale veneto come modello di gestione.....	32
3.1.1 Il sistema Venezia-Treviso come caso di benchmarking.....	33
3.2 La mancata collaborazione tra gli aeroporti SAC e SO.A.CO....	37
3.2.1 Punti di debolezza dell'Aeroporto di Comiso.....	38
3.2.2 Possibili sviluppi degli aeroporti di Catania e Comiso.....	41
3.3 Analisi dei siti Web SAC e SO.A.CO e dell'app CTAairport.....	49

Capitolo IV, Le opportunità del turismo digitale

4.1 L'avvento di Internet.....	53
4.2 Il Web 2.0 o “Social web”.....	55
4.3 Il turismo digitale.....	56
4.3.1. L'evoluzione della catena distributiva turistica.....	60
4.4 Intervista al Tour Operator Incoming Dimensione Sicilia.....	61
4.5 L'importanza del marketing digitale per un prodotto turistico.....	63

Capitolo V, Questionario “La Sicilia Sud Orientale come meta turistica principale”

5.1 Presentazione del questionario.....	67
5.1.2 Analisi del questionario.....	68

Capitolo VI, Caso studio: sviluppo di itinerari con partenza dall'Aeroporto di Comiso

6.1 Sviluppo dei Tour della Sicilia Sud Orientale.....	79
6.2 Creazione del sito Web “Sicilian Treasures Tour”.....	84
6.2.1 Usabilità e accessibilità del sito Web.....	87
6.3 Questionario di gradimento sul sito Web.....	87

Conclusioni.....	94
-------------------------	-----------

Bibliografia.....	96
--------------------------	-----------

Sitografia.....	97
------------------------	-----------

Appendice.....	99
-----------------------	-----------

Abstract

Il mercato del turismo è sicuramente uno dei settori più importanti dell'economia mondiale e del nostro Paese. La crescita esponenziale del settore turistico, specialmente negli ultimi anni, è riconducibile allo sviluppo di diversi fattori quali, ad esempio, la globalizzazione, la nascita delle compagnie aeree low cost, il miglioramento delle condizioni lavorative e la rivoluzione digitale. Grazie alle nuove tecnologie si sono diffusi mezzi di comunicazione, informazione e vendita che hanno stravolto completamente il mondo dei viaggi.

Località turistiche dapprima sconosciute e difficilmente raggiungibili sono riuscite a emergere creando nuovi business principalmente per due ragioni: crescita dei flussi turistici grazie allo sviluppo di aeroporti secondari e opportunità offerte dal turismo digitale. L'elaborato è dunque incentrato sullo studio del nuovo Aeroporto di Comiso, situato nella zona sudorientale della Sicilia. L'obiettivo è quello di capire se, e in che modo, questo aeroporto secondario possa rappresentare una ricchezza per il territorio circostante.

Nello specifico, si sono analizzati i punti di forza e di debolezza e si sono proposte due soluzioni strategiche che permetterebbero una maggiore redditività: sviluppo del settore cargo e predilezione del traffico aereo low cost. Tale scelta permetterebbe al piccolo scalo di differenziare il proprio business e di trovare la propria dimensione all'interno del mercato.

Inoltre, poiché uno dei principali svantaggi dell'aeroporto è rappresentato dalla carenza di mezzi di trasporto privati e pubblici, si sono progettati dei tour organizzati con partenza e rientro da Comiso. A differenza di quanto accade negli altri aeroporti siciliani, nel territorio ragusano non è ancora presente alcun tour pensato appositamente per i potenziali turisti che usufruiscono dell'aeroporto ibleo. I tour sono stati creati tenendo in considerazione i pareri e i dati emersi dalla somministrazione di un questionario.

Si è infine pensato di sfruttare le potenzialità della Rete per poter promuovere e vendere i vari itinerari. L'idea è stata quella di sviluppare un sito Web, messo online in maniera autonoma, dove momentaneamente è possibile visualizzare le diverse proposte. In futuro, tali itinerari saranno inseriti con molta probabilità all'interno del sito Web del tour operator incoming Dimensione Sicilia con cui si è deciso di collaborare.

Introduzione

Gli aeroporti sono delle infrastrutture fondamentali per lo sviluppo economico e sociale di un territorio. Crescita occupazionale, aumento del reddito, nascita di nuove attività economiche e potenziamento del turismo sono solo alcuni degli svariati vantaggi, specialmente se si tratta di zone isolate e marginali. Gli aeroporti secondari infatti garantiscono la continuità territoriale e la crescita dell'economia locale. In questo elaborato si è quindi voluto dimostrare come il piccolo Aeroporto di Comiso, se adeguatamente sfruttato, possa rappresentare un punto di svolta per il territorio ragusano.

La tesi, articolata in sei capitoli, inizia ripercorrendo le fasi principali dello sviluppo del trasporto aereo in Italia e continua con l'analisi del sistema aeroportuale siciliano.

Il secondo capitolo è invece incentrato sull'analisi dei flussi turistici in Sicilia e sull'immagine di quest'ultima nel resto del mondo. L'analisi si è focalizzata soprattutto sul pensiero esternato dai turisti prima e dopo il viaggio.

Nel terzo capitolo l'attenzione si è spostata prevalentemente sull'Aeroporto di Comiso. Nello specifico, partendo da un caso di benchmarking, è stata fatta un'analisi critica nella quale sono stati indicati sia i punti critici del piccolo aeroporto ibleo che i punti di forza di quest'ultimo. Si è quindi cercato di capire come gestire in maniera ottimale e funzionale la rete aeroportuale Catania-Comiso, proponendo di specializzare il piccolo scalo in cargo e tratte aeree low cost e di investire di più sulla tecnologia per quel che riguarda l'Aeroporto di Comiso. Sempre nel medesimo capitolo si sono analizzati i siti Web aeroportuali e l'applicazione "CTairport", evidenziando i problemi di usabilità e accessibilità del sito Web dell'aeroporto ragusano.

Nel quarto capitolo si è discusso dell'importanza della tecnologia e del Web per il settore turistico, focalizzandosi maggiormente sulla nascita del turismo digitale e sulle nuove leve di marketing offerte da quest'ultimo. A tale proposito si è

intervistato il tour operator incoming Dimensione Sicilia, leader nel settore del turismo digitale siciliano.

Il quinto capitolo è stato interamente dedicato all'analisi del questionario "La Sicilia Sud Orientale come meta turistica principale". Attraverso tale indagine si è cercato di capire quante persone fossero interessate a visitare i territori iblei usufruendo dell'Aeroporto di Comiso. Il questionario ha inoltre permesso di profilare varie tipologie di turisti a seconda delle preferenze di viaggio selezionate.

Nell'ultimo capitolo si è ideata una proposta di business che a oggi non è ancora stata attuata da alcun operatore locale: la creazione di tour organizzati *ad hoc* per i passeggeri che atterrano e ripartono dall'Aeroporto di Comiso. Si è infine deciso di sviluppare un sito Web dove poter concretamente inserire le quattro tipologie di tour. In futuro questi ultimi saranno concretamente inseriti tra i vari prodotti turistici del tour operator incoming Dimensione Sicilia con cui si è scelto di collaborare.

Capitolo I

Il sistema aeroportuale in Sicilia

Il trasporto aereo oggi è considerato uno dei principali settori strategici in quanto occupa un ruolo rilevante nello sviluppo economico e sociale di una nazione. Rispetto agli anni 90', il contesto legislativo, economico e sociale è cambiato radicalmente, grazie alla liberalizzazione che ha permesso il proliferare di nuove compagnie aeree, tra cui molte low cost, che a loro volta hanno generato migliaia di nuovi collegamenti e scali in tutto il mondo, soprattutto in luoghi che sino a qualche tempo fa erano difficilmente raggiungibili. Il nuovo scenario venutosi a creare inoltre ha dato il via ad una concorrenza sempre più spietata che ha portato all'abbassamento del costo dei biglietti aerei, permettendo anche ai ceti sociali meno abbienti di usufruire del trasporto aereo. In questo capitolo, nello specifico, si ripercorreranno le principali tappe dello sviluppo del trasporto aereo in Italia e si analizzerà il sistema aeroportuale siciliano.

1.1 Lo sviluppo del trasporto aereo in Italia

A partire dagli anni 60, grazie al boom economico del dopoguerra, in tutta l'Italia si attivarono una serie di meccanismi che portarono alla crescita del settore secondario e terziario, a discapito del settore primario ed il benessere portò principalmente alla crescita del consumo dei beni personali, lasciando in disparte il miglioramento dei beni collettivi quali ospedali, scuole ed infrastrutture in generale, in particolar modo nel Meridione. In questo contesto storico, il trasporto aereo si contraddistingueva per la presenza della compagnia di bandiera "Alitalia", nata nel 1947, che deteneva il monopolio. In quel periodo si stava iniziando a creare un vero e proprio sistema aeroportuale basato su delle particolarità che in parte permangono tutt'oggi nel nostro Paese: la presenza di soggetti pubblici nelle società di gestione, l'origine militare di molte strutture aeroportuali che sono dunque

collocate in zone strategiche di difesa e non di attrazione dei flussi ed una configurazione aeroportuale di tipo policentrista, come conseguenza della conformazione territoriale italiana che ha spesso attivato nuovi aeroporti basandosi sull'idea di "una città, un aeroporto". Nonostante i problemi soprariportati, nella seconda metà degli anni 60 Alitalia con ben 10.000 dipendenti, collegava oltre 60 nazioni ed aveva un fatturato pari a 140 miliardi di lire, trovandosi al 7° posto nella classifica del trasporto mondiale ed al 3° posto nella classifica europea, dopo Air France e British Airways [26].

Agli inizi degli anni 70, la crescita del mercato aeroportuale continuava ad aumentare notevolmente tuttavia il traffico passeggeri pari a 16 milioni, in proporzione alla popolazione totale italiana (54 milioni) era limitato e si convogliava principalmente sugli aeroporti di Milano Malpensa, Roma Fiumicino, Venezia, Palermo e Napoli. Un evento di notevole importanza si verificò il 12 febbraio 1974, quando l'intero sistema aeroportuale romano venne affidato a un unico gestore, la Società Aeroporti di Roma. Nel 1980 il volume dei flussi aumentò considerevolmente rispetto agli anni passati, si passò dai 29 milioni di passeggeri sino ai 48 milioni nel 1990. Dal momento che non venne attuato un adeguamento e miglioramento strutturale delle aerostazioni si dovette fronteggiare il problema di non riuscire a gestire e accogliere in modo adeguato il crescente traffico di passeggeri. Sempre nello stesso decennio si affermò anche il pensiero di avere "un aeroporto per ogni capoluogo", anziché quello di collaborare e "mettere a sistema" i capoluoghi limitrofi tra loro. Il decennio degli anni 90 fu sicuramente il periodo dei cambiamenti sul fronte del trasporto aereo internazionale e nazionale: l'1 aprile del 1997 la Commissione Europea liberalizzò il trasporto aereo, dando il via a una forte concorrenza tra le varie compagnie aeree low cost, nate negli USA durante gli anni 70. In Europa invece si dovette aspettare sino al 1991, anno in cui nacque la compagnia aerea irlandese Ryanair. Si crearono anche delle alleanze commerciali, prima fra tutte la Star Alliance (formata da Lufthansa, Scandinavian Airlines, Thai Airways, Air Canada e United Airlines) seguita poi da One World e SkyTeam di cui fa parte Alitalia. Sempre negli anni 90, grazie alla Legge 537/1993 [18], attuata poi

nel 1997, si facilitò la privatizzazione degli aeroporti, affidando alle società aeroportuali non solo la gestione ma anche la realizzazione e il miglioramento delle infrastrutture. Infine, nel 1996 una direttiva comunitaria liberalizzò anche le attività di handling aeroportuali, permettendo ai gestori di riorganizzare delle strategie decisamente più competitive. L'anno 2000 vide ben 91 milioni di passeggeri sparsi nei vari aeroporti italiani (vedi Tabella 1) anche se nel Sud Italia e nelle Isole il traffico movimentato era quasi completamente nazionale, fatta eccezione chiaramente per l'Aeroporto di Fiumicino che da solo superava i 10 milioni.

Tabella 1. Aeroporti con traffico passeggeri > a 500.000, 2000 [26]

Aeroporto	Nazionali	%	Internazionali	%	Totale Commerciale	%
Alghero	558.896	9,2	104.463	35,1	663.570	12,6
Bari	1.211.183	29,8	36.207	83,9	1.249.209	30,8
Bergamo	451.508	16,2	774.046	35,5	1.237.445	10,7
Bologna	1.103.672	-2,5	2.341.996	10,6	3.517.974	6,1
Brindisi	533.235	26	64.252	36,3	612.805	27,9
Cagliari	1.913.325	12,1	123.886	34,9	2.063.514	13,1
Catania	3.063.755	11,4	895.560	10,9	3.969.807	11,3
Firenze	484.434	8,9	1.025.995	9	1.510.429	8,9
Genova	611.216	-8,4	431.752	16,7	1.051.494	0,3
Lamezia	558.449	-5,4	220.015	69,8	784.440	8,3
Mi LIN	4.187.291	20,3	1.838.528	41,6	6.026.342	-9,1
Mi MXP	5.431.430	15,3	15.108.819	25,4	20.716.815	22,1
Napoli	2.613.300	12,5	1.392.288	14,5	4.128.559	13
Olbia	1.139.071	18,4	174.849	2,1	1.323.263	14,4
Palermo	2.817.263	12,3	382.488	1,1	3.229.764	10,7
Pisa	574.826	6	656.110	11,4	1.241.267	8,8
Roma CIA	27.957	141	744.221	17,8	798.430	22,1
Ro FCO	12.440.484	8,6	13.445.712	10,6	26.288.181	9,4
Torino	1.476.789	13,9	1.318.768	11,3	2.802.203	12,8
Venezia	1.446.210	13,8	2.658.088	6	4.127.046	8,6
Verona	913.152	23,2	1.355.691	23,8	2.289.028	23,5

La crescita del traffico aereo mondiale, che nel 2010 è arrivata a 2,6 miliardi (rispetto agli 1,6 del 2000), non si è arrestata nemmeno in seguito all'attentato terroristico che ha colpito gli Stati Uniti d'America nel 2007 e alla grande crisi finanziaria in quanto hanno causato solamente un calo di passeggeri momentaneo. In Italia in particolare, il traffico ha fatto più fatica a crescere nuovamente anche a causa dell'introduzione nel 2008 dei treni ad alta velocità che collegano Roma e Milano e in concorrenza di fatto con le tratte aeree giornaliere fornite da Alitalia. Infine, nonostante si sia continuato ad affermare il processo di privatizzazione degli aeroporti e si siano investite somme rilevanti ai fini di migliorare le strutture esistenti, l'Italia è caratterizzata ancora da un congestionamento degli aeroporti maggiori e dall'insufficienza del traffico passeggeri negli aeroporti minori che però devono essere mantenuti e aiutati dallo Stato per garantire la continuità territoriale e non creare squilibri e disagi ai cittadini residenti nelle zone periferiche del territorio. A tal proposito, è intervenuta anche l'Unione Europea che nel 2014 ha rielaborato le linee guida riguardo gli aiuti che possono fornire gli stati con il fine di perfezionare il sistema aeroportuale in generale, ponendo in attenzione soprattutto il problema dell'accessibilità. Nello specifico, l'Unione Europea concede un sostegno riguardo i costi di gestione degli aeroporti con traffico passeggeri inferiore a 3 milioni in modo da permettere il riadeguamento del modello di business degli aeroporti minori.

1.2 Gli aeroporti siciliani nel contesto del traffico aereo nazionale

In Italia si contano attualmente ben 112 aree di sedime aeroportuale attive che presentano strutture civili, militari o miste. Tra queste aree, nel 2015 il Consiglio dei Ministri ha approvato su proposta del Ministro delle infrastrutture e dei trasporti Graziano Delrio l'individuazione di 38 aeroporti di interesse nazionale, individuando 10 bacini di traffico omogeneo così suddiviso: Nord Ovest (Milano Malpensa, Milano Linate, Torino, Bergamo, Genova, Brescia, Cuneo); Nord Est (Venezia, Verona, Treviso, Trieste); Centro Nord (Bologna, Pisa, Firenze, Rimini, Parma,

Ancona); Centro Italia (Roma Fiumicino, Ciampino, Perugia, Pescara); Campania (Napoli, Salerno), Mediterraneo / Adriatico (Bari, Brindisi, Taranto); Calabria (Lamezia Terme, Reggio Calabria, Crotona); Sicilia orientale (Catania, Comiso); Sicilia occidentale (Palermo, Trapani, Pantelleria, Lampedusa); Sardegna (Cagliari, Olbia, Alghero). Si tratta di aeroporti e i sistemi aeroportuali considerati essenziali per l'esercizio delle competenze esclusive dello Stato, considerando i volumi e la tipologia del traffico, la posizione di questi ultimi e quanto riportato nei progetti europei Ten¹.

Inoltre, tra gli aeroporti di interesse nazionale, sono stati determinati anche 12 aeroporti di interesse strategico: Milano Malpensa e Torino, Venezia, Bologna, Firenze/Pisa, Roma Fiumicino, Napoli, Bari, Lamezia Terme, Catania, Palermo e Cagliari, tra i quali sono stati individuati infine tre gate internazionali: Roma Fiumicino, Milano Malpensa e Venezia. Il provvedimento, spiega l'ufficio stampa di Palazzo Chigi, "è finalizzato allo sviluppo del settore all'interno di una governance che contemperi le esigenze della domanda di traffico nazionale e internazionale con quelle di sviluppo dei territori, di potenziamento delle infrastrutture necessarie, di utilizzo proficuo delle risorse pubbliche impiegate e di efficientamento dei servizi di navigazione aerea e degli altri servizi resi in ambito aeroportuale".

I due aeroporti siciliani considerati "strategici", Catania-Fontanarossa e Palermo-Punta Raisi, sono sicuramente tra gli aeroporti nazionali che gestiscono il maggior

¹ Le reti di trasporto trans-europee (TEN-T, dall'inglese Trans-European Network - Transport), delineate dall'Unione Europea negli anni Ottanta sono un insieme di infrastrutture di trasporto integrate previste per sostenere il mercato unico, garantire la libera circolazione delle merci e delle persone e rafforzare la crescita, l'occupazione e la competitività dell'Unione. Esse comprendono la rete stradale trans-europea, la rete ferroviaria trans-europea, la rete fluviale trans-europea ed i porti per la navigazione interna, la rete di porti marittimi trans-europea, le "autostrade del mare", la rete aeroportuale trans-europea, la rete combinata di trasporto trans-europea, la rete di informazione e gestione dello spedizionamento trans-europea, la rete di gestione del traffico aereo attraverso il programma SESAR (Single European Sky ATM Research), ove l'acronimo ATM sta per Air Traffic Management.

numero di traffico passeggeri, come si evince dalla Tabella 2. L'aeroporto etneo in particolar modo ha battuto un record dopo l'altro in quest'ultimo anno, a luglio ha infatti registrato il record storico di 1.012.442 di passeggeri mensili in arrivo e in partenza, e ad agosto ha nuovamente superato il record con il transito di 1.015.765 passeggeri (+15,47% rispetto all'agosto 2016); infine il 22 dicembre 2018 lo scalo ha raggiunto un nuovo traguardo: 9 milioni di passeggeri annui.

Tabella 2. Aeroporti con traffico annuo > di 5 milioni, 2017 [26]

Aeroporto	Nazionali	%	Internazionali	%	Totale Commerciale	%	%
Bergamo	3.038.130	4,3	8.373.753	13,8	11.414.934	11,1	11,1
Bologna	1.780.533	0,7	5.801.849	8,5	7.590.549	6,5	6,5
Catania	5.706.860	14,9	2.788.996	18,7	8.502.033	16,1	16,1
Milano Linate	4.535.922	0,6	4.264.272	-2,5	8.801.178	-0,9	-0,9
Milano Malpensa	2.924.124	18,4	17.463.380	14	20.499.582	14,7	14,7
Napoli	2.712.357	25,5	5.244.270	25,9	7.970.163	25,8	25,7
Palermo	4.030.851	5,5	1.298.223	14,7	5.345.003	7,7	7,7
Pisa	1.318.090	3,2	3.608.145	6,2	4.928.456	5,3	5,3
Roma Ciampino	197.525	-14,2	5.206.743	11,3	5.404.268	10,1	10,1
Roma Fiumicino	10.625.471	-7,8	27.434.510	1	38.178.826	-1,7	-1,7
Venezia	1.272.653	3,6	8.458.606	8,6	9.739.003	7,9	8

1.3 Dati tecnici dei sei aeroporti siciliani

La Sicilia è dotata di ben sei basi aeroportuali: l'Aeroporto Falcone Borsellino di Palermo, l'Aeroporto Vincenzo Bellini di Catania, l'Aeroporto Vincenzo Florio di Trapani-Birgi, l'Aeroporto Pio La Torre di Comiso e i due aeroporti minori di

Lampedusa e Pantelleria.

L'aeroporto palermitano (codice IATA: PMO) si sviluppa su un unico terminale e su quattro livelli, ha una superficie totale di 33400 mq ed è dotato di due piste: la pista 2-20 ha una lunghezza di 2150 mt ed una larghezza di 45 mt mentre la pista 07-25 è lunga 3420 mt ed è larga ben 60 mt; quest'ultima, grazie alla sua larghezza, è l'unica pista siciliana che permette il decollo e l'atterraggio di aeromobili con destinazioni transoceaniche.

Il terminal dell'aeroporto Vincenzo Bellini di Catania (codice IATA: CTA), conosciuto anche con il nome di "Fontanarossa" in onore del vulcano Etna, copre una superficie di ben 44460 mq. La struttura si sviluppa in 2 livelli ed è fornita di una sola pista (08-26) che si estende per 2436 mt, non sufficientemente lunga per l'atterraggio/decollo di grandi velivoli.

A Trapani-Birgi invece si trova l'Aeroporto Florio (codice IATA: TPS) nato, ed utilizzato tutt'oggi, come aeroporto militare ma dal 1992 aperto anche al traffico civile, la superficie totale è di soli 9500 mq, le piste invece misurano rispettivamente 2695 mt per 45 mt (pista 13-31 L) e 2546 mt per 30 mt (pista 13-31 R, utilizzata solamente per scopi militari).

Costruito anch'esso a scopo militare, l'Aeroporto di Comiso (codice IATA: CIY) è aperto al traffico civile dal 2013. Possiede una pista che ha una lunghezza di 2546 mt e una larghezza di 60 mt, occupa un'area di 6500 mq.

Per quel che concerne le uniche due isole minori siciliane dotate di aeroporti civili, Pantelleria (codice IATA:PNL) possiede due piste: la 08-26 che si estende per 1675 mt ed è ampia 48 mt e la 03-21 con lunghezza pari a 1232 mt e una larghezza di 30 mt (quest'ultima pista si attiva, così come accade per Palermo, generalmente solo quando il vento di scirocco causa problemi di operatività), Lampedusa (codice IATA: LMP) invece possiede una sola pista 08-26 di dimensioni 1800 mt per 30 mt.

1.4 Capitale sociale e gestione degli aeroporti

Tutti gli aeroporti siciliani appartengono a delle Società per Azioni a capitale misto pubblico e privato, fatta eccezione per i due aeroporti situati nelle isole minori sopramenzionate che sono gestiti direttamente dall'ENAC, Ente Nazionale Aviazione Civile.

Il "Falcone Borsellino" di Palermo è gestito da GES.A.P., (Gestione Aeroporto Palermo) SpA il cui presidente è il senatore Fabio Giambrone. La vice presidenza è affidata all'imprenditore Giuseppe Todaro, da sempre operante nel settore dei trasporti. La società, costituita nel 1985, possiede un capitale sociale pari ad euro 66.850.026,85, interamente sottoscritto, suddiviso in 1.294.289 azioni e ripartito tra la Città Metropolitana di Palermo, il Comune di Palermo, la Camera di Commercio di Palermo, il Comune di Cinisi, Confindustria Palermo ed altri soci minori (Tab. 3). Sino al 1994 la GES.A.P ha operato solamente come prestatore di servizi di assistenza a terra agli aeromobili, ovvero come handler, lo Stato invece continuava a gestire il resto delle operazioni tramite la Locale Direzione Aeroportuale ENAC. Successivamente, alla società viene affidata anche la gestione delle aree relative alla land side ed all'air side dello Scalo. Nel 2007 attraverso il Decreto Interministeriale MIT/MEF n. 119T, la GES.A.P. ottiene la concessione della gestione totale dell'Aeroporto di durata quarantennale.

Per quel che riguarda l'Aeroporto di Catania, il management è affidato alla S.A.C. (Società Aeroporto Catania) SpA, ex A.S.A.C SpA, con capitale sociale pari a 30.400.000,00 euro, diviso in 30.400 azioni dal valore nominale di 1.000,00 ciascuna. Le azioni sono così ripartite: 37,5% CCIAA di Catania, 12,5% CCIAA di Ragusa, 12,5% CCIAA di Siracusa, 12,5% Città Metropolitana di Catania, 12,5% Libero Consorzio Comunale di Siracusa, 12,5% IRSAP di Palermo. Presiede la società Daniela Baglieri pro-rettore all'Innovazione & Trasferimento Tecnologico dell'Università di Messina. Della S.A.C. SpA fanno parte anche altre due società controllate: S.A.C. SERVICE SRL ed INTERSAC HOLDING SpA. La prima è una

società unipersonale diretta e coordinata esclusivamente da SAC SpA e si occupa della sicurezza aeroportuale, dell'assistenza ai Passeggeri a Ridotta Mobilità, dell'informazione voli e dei parcheggi; la seconda, controllata al 60%, detiene il 65% delle azioni della SO.A.CO (Società Aeroporto Comiso) SpA e svolge come attività principale l'assunzione, la detenzione e la cessione di partecipazioni.

AIRGEST SpA, costituita per il 99% da Enti Pubblici, è la società che gestisce l'Aeroporto Trapani-Birgi dal 1992. Il capitale sociale complessivo è di 7.747.451,80 euro, anche se l'8 agosto 2017 l'Assemblea dei Soci si è riunita ed ha approvato all'unanimità il piano di risanamento dell'aeroporto e l'aumento del capitale sociale di circa due milioni e mezzo, in seguito ai vari problemi finanziari legati alla riduzione del 60% dei voli operati dalla compagnia low-cost Ryanair. L'Aeroporto Vincenzo Florio ha da sempre ottenuto un importante numero di arrivi e partenze grazie alle tante rotte operate dalla compagnia aerea irlandese; le tratte effettuate dalle altre compagnie di volo quali Alitalia e Mistral Air coprono solo una percentuale molto ridotta rispetto a Ryanair.

Il nuovo Aeroporto Pio La Torre di Comiso, in provincia di Ragusa, è controllato dalla So.A.Co SpA che ha come presidente il Dottor Giovanni Antonio Catalano ed ha un capitale sociale di 4.200.000,00 suddiviso tra Intersac SpA (65%) e Comune di Comiso (35%).

1.5 L'importanza della micro-connettività territoriale

In uno scenario internazionale focalizzato sempre più sull'importanza della connettività e della mobilità tanto di passeggeri quanto di merci, bisogna porre attenzione e migliorare non solo gli spostamenti riguardanti la scala macro (nazionali e internazionali), ma anche quelli che coinvolgono la micro-connettività, ossia i collegamenti urbani. Oggi è impensabile che grandi sistemi aeroportuali o grandi città dotate di aeroporti internazionali che gestiscono migliaia di arrivi e partenze rimangano poi isolate dal contesto territoriale, è dunque imprescindibile il pieno sviluppo di un sistema di trasporti locali. Gli aeroporti rappresentano l'anello

di connessione tra il resto del mondo e il territorio in cui si sviluppano, sono il primo punto di contatto con le realtà circostanti e come tali devono fornire servizi e informazioni quanto più accurate ed efficienti possibili. Devono poter permettere sia ai passeggeri che alle merci uno spostamento rapido, altrimenti non compirebbero a pieno il loro scopo in quanto snodi fondamentali di flussi globali.

I terminal aeroportuali sono infrastrutture cruciali per la competitività non solo turistica ma anche economica, in quanto rappresentano l'accessibilità esterna di un territorio e anche se spesso sono situati nelle zone periferiche delle città, devono poter assicurare spostamenti facili e costanti con il centro città o con i principali luoghi d'interesse dei cittadini e dei visitatori, estendendo la rete dei collegamenti anche a lungo raggio e quindi alle città limitrofe.

Se si analizza il contesto europeo, i trasporti ferroviari forniscono sicuramente le soluzioni migliori riguardo quanto sopra descritto; nelle grandi città, dove la percentuale di urbanizzazione è molto elevata e i livelli di traffico urbano sono altissimi, il treno è di certo uno dei mezzi di trasporto più efficienti, rapidi e comodi. In generale, nei grandi aeroporti internazionali il collegamento aeroporto-città spesso implica due soluzioni di connettività:

- l'*airport express* che fornisce una connessione rapida, senza fermate intermedie e che normalmente giunge sino alla stazione ferroviaria centrale la quale a sua volta da una parte permette di raggiungere tramite bus, tram o metropolitane altri luoghi cittadini e dall'altra collega la città con altre località di interesse più o meno distanti.

- il trasporto urbano, più economico ma meno veloce, che effettua molte fermate prima di arrivare in centro città.

Oggi gli aeroporti europei dotati di una stazione ferroviaria al proprio interno sono continuamente in crescita, in Italia invece la situazione è abbastanza diversa soprattutto se si considera il Mezzogiorno. Anche se recentemente vi sono stati dei miglioramenti riguardanti la macro-mobilità come il costante aumento del traffico aereo e un'alta velocità ferroviaria in continuo sviluppo soprattutto al Nord, resta

comunque in un contesto di arretratezza la situazione generale dei treni e anche viaria, con maggiori problematiche nelle zone periferiche del territorio nazionale. Come precedentemente accennato nella sezione 1.1, la causa principale del ritardo negli investimenti infrastrutturali è stata sicuramente il lungo processo di privatizzazione e snellimento burocratico delle società aeroportuali. Ne consegue che la maggioranza degli aeroporti italiani non ha un collegamento ferroviario diretto con la città.

Fanno eccezione chiaramente gli aeroporti internazionali Roma Fiumicino e Milano Malpensa, connessi con il cuore della città tramite reti ferroviarie specifiche: Leonardo Express e Treni regionali a Roma, Malpensa Express a Milano. Inoltre, scalo di Fiumicino, così come gli altri grandi terminal europei di Amsterdam, Bruxelles e Francoforte, dal 2014 collega diariamente Roma a Firenze, Bologna, Padova e Venezia. Gli altri aeroporti italiani dotati di una stazione interna sono il Torino Caselle che tramite il treno GTT collega l'aerostazione alla stazione FS Dora per poi proseguire tramite bus sino in centro città; il Bari Palese fornito dai Treni Ferrotramviaria Spa e Palermo Punta Raisi collegato al centro-città tramite il Treno Trinacria Express, con tempi di percorrenza molto lenti. I restanti casi invece basano ancora tutti gli spostamenti tramite trasporto urbano su gomma, costringendo spesso gli utenti ad optare per soluzioni di trasporto individuali.

1.5.1 Collegamenti, viabilità e parcheggi aeroportuali

L'arretratezza delle infrastrutture e dei trasporti è sempre uno dei grandi problemi della Sicilia, sia per quanto concerne le ferrovie sia per quel che riguarda gli assi viari in generale. Se nel resto d'Italia programmare una vacanza basandosi solo sui trasporti pubblici è possibile, in Sicilia viaggiare tranquillamente da un capoluogo all'altro è quasi impensabile. Nonostante ci sia ancora molto da fare, anche grazie alla pressione dell'Ente Nazionale Aviazione Civile, si sta destinando una buona percentuale dei fondi, stanziati dall'UE, dallo Stato e dalla Regione Sicilia, al potenziamento delle infrastrutture e dei trasporti, sia viari che ferroviari. Lo scorso

novembre sono stati stanziati 186 milioni di euro per il miglioramento della tratta Palermo-Catania. Tale progetto è il primo tra quelli programmati con la Legge "Sblocca Italia". Il nuovo tracciato di circa 38 chilometri riuscirà a far viaggiare i treni ad una velocità massima di 200 km/h. Entro il 2025 si stima che si potrà raggiungere Palermo dal capoluogo etneo in meno di due ore.

Aeroporto di Palermo - situato a circa 35 Km dalla città, è raggiungibile da quest'ultima tramite l'autostrada A29 per Trapani. Il terminal è fornito di vari parcheggi a breve e lunga sosta (Tabella 3) e di una stazione che lo collega direttamente al centro città. Il transfer "Trinacria Express" impiega circa tre quarti d'ora ed ha un prezzo di 5,80 euro. Attualmente è possibile raggiungere l'aerostazione tramite bus appartenenti a società private da:

- Palermo – Autolinee Prestia e Comandè
- Trapani – Autolinee Segesta
- Porto Empedocle/Agrigento – Sal Autolinee Licata
- Menfi, Sciacca, Ribera – Autolinee Gallo
- Castellamare, S. Vito Lo Capo – Autoservizi Russo (attivo solo durante la stagione estiva)
- Catania, Messina, Enna – SAIS (in collaborazione con Prestia e Comandè)

Aeroporto di Catania – al contrario dell'aeroporto del capoluogo siciliano, quello catanese si trova a soli 5 km dal centro e può essere definito un vero e proprio city-airport. Situato in prossimità dell'Asse dei servizi e della Tangenziale è ben collegato anche con il porto, la zona industriale, l'Autostrada A18 per Siracusa e Messina (A18) e la A19 per Palermo. L'aerostazione è collegata al resto delle principali città siciliane ma anche a molte altre cittadine delle province di Messina, Ragusa, Siracusa e Caltanissetta attraverso le seguenti compagnie di trasporti:

- Catania città – A.M.T. (Azienda Metropolitana Trasporti Catania)
- Avola, Caltagirone, Ispica, Modica, Noto, Palagonia, Piazza Armerina, Pozzallo, Rosolini, Scicli, Sigonella – A.S.T. (Azienda Siciliana Trasporti)

- Adrano, Misterbianco, Paternò e Randazzo, Linguaglossa, Fiumefreddo – Circumetnea (in collaborazione con A.M.T.)
- Aidone, Fiumefreddo, Gela, Giardini Naxos, Recanati, Licata, Piazza Armerina, Ragusa, Marina di Ragusa, S. Croce Camerina, Taormina, Valguarnera, Vizzini – Etna Trasporti
- Milazzo – Giunta Trasporti (attivo solo da aprile a settembre e in coordinazione con gli orari delle partenze degli aliscafi per le Isole Eolie)
- Agira, Avola, Noto, Pachino, Portopalo, Priolo, Regalbuto, Siracusa – Interbus
- Agrigento, Caltanissetta, Canicattì, Enna, Messina, Palermo – SAIS

Aeroporto di Trapani – si trova a circa 15 km sia dal centro di Trapani che da quello di Marsala, inoltre la buona rete stradale provinciale collega la struttura con le città di maggiore interesse turistico del trapanese come Erice, Mazara del Vallo e San Vito lo Capo. Le linee bus che collegano il “Vincenzo Florio” sono:

- Palermo/ Aeroporto di Palermo/ Marsala – Autoservizi Salemi
- Agrigento – Autolinee Lumia
- Trapani città – A.S.T.

Aeroporto di Comiso – a soli 5 Km circa da Comiso, ma anche dal Comune di Vittoria, entrambi raggiungibili tramite strade provinciali, e a 25 Km da Ragusa, l’aeroporto è facilmente raggiungibile dalle città di Gela o Agrigento. I servizi di collegamenti aeroportuali forniti collegano il terminal a:

- Ragusa, Marina di Ragusa, Punta Secca, Santa Croce Camerina – Tumino Trasporti
- Vittoria, Comiso, Lentini, Catania, Aeroporto di Catania – Autolinee Giamporcaro
- Gela, Vittoria, Bivio Chiaramonte Gulfi – Etna Trasporti
- Agrigento, Porto Empedocle, Palma di Montechiaro, Licata, Gela – Autoservizi SAL

Aeroporto di Pantelleria – collocato su un promontorio al centro dell'isola, è facilmente raggiungibile da qualsiasi luogo grazie ai servizi pubblici e per gli ospiti degli Hotel con il rispettivo servizio Bus Navette dedicato.

Aeroporto di Lampedusa – situato ad est, non è collegato da nessun servizio di linee urbano anche se in circa 10 minuti si arriva tranquillamente in Via Roma, dove si trova la prima fermata bus disponibile. Infine, è possibile così come per Pantelleria muoversi tramite dei servizi privati offerti dalle strutture alberghiere.

Tabella 3. Parking presenti negli aeroporti siciliani

Aerostazioni	Parcheeggi a Sosta breve (a pagamento)	Parcheeggio a Sosta lunga (a pagamento)
Palermo	P2	P3
Catania	P1 – P2	P4
Trapani	P1	
Comiso	P. A	P. B
Lampedusa	Parcheeggio unico (gratuito)	
Pantelleria	Parcheeggio unico	

Capitolo II

Flussi turistici in Sicilia

*“L’Italia senza la Sicilia non lascia immagine alcuna nello spirito.
Qui è la chiave di ogni cosa” [3].*

Sin dall’età classica, la Sicilia è stata una meta molto apprezzata dai viaggiatori di tutto il mondo e sono molti i personaggi illustri che una volta visitato il territorio siciliano ne sono rimasti totalmente affascinati. Il grande filosofo Freud, ad esempio, definì la trincaria “la più bella regione d’Italia: un’orgia inaudita di colori, di profumi, di luci, una grande goduria” [2] mentre lo scrittore francese Guy de Maupassant considerò la Sicilia come uno “strano e divino museo di architettura” [6]. In questo capitolo si tratterà dell’offerta turistica siciliana, dei flussi turistici e di come viene percepito il *brand* Sicilia nel mondo.

2.1 Principali attrazioni turistiche presenti nel territorio

La Sicilia è una delle aree geografiche con la più alta concentrazione di siti culturali al mondo, con oltre il 9% dell’intero patrimonio nazionale e addirittura il 30% se si considerano solo i beni archeologici, detenendo il primato rispetto alle altre regioni italiane. Territorio-simbolo della commistione di stili e culture appartenenti a diverse popolazioni, la più grande isola del Mar Mediterraneo è stata dominata da moltissime civiltà che hanno inevitabilmente lasciato le loro tracce non solo in tutto il territorio ma anche negli usi e nelle tradizioni dei siciliani. La Sicilia è una vera e propria miniera di tesori, tanto materiali quanto intangibili.

Tale ricchezza culturale è stata riconosciuta anche dall’UNESCO, organizzazione fondata nel 1945 che ha lo scopo di incoraggiare la collaborazione tra le varie

nazioni nelle aree dell'istruzione, della cultura, della scienza e della comunicazione. Sono ben sette i siti siculi inseriti nella famosa "World Heritage List" [35]:

Figura 1. Facciata di un palazzo tardo-barocco, Scicli (Ragusa)



- Villa Romana del Casale di Piazza Armerina: questa sfarzosa villa romana risalente al IV secolo a.C. presenta una collezione di mosaici, perfettamente conservati, in cui sono rappresentate sia scene legate alla quotidianità dell'epoca sia figure mitologiche.
- Valle dei Templi di Agrigento: l'antichissima colonia greca denominata un tempo "Girgentum" è una delle più imponenti testimonianze dell'arte e della civiltà ellenica, i resti degli otto templi dorici, risalgono all'incirca tra il 510 e il 430 a.C.
- Isole Eolie: l'arcipelago siciliano formato da 7 isole è oggetto di studi da parte della vulcanologia mondiale perché consente l'approfondimento di due tipi di eruzione, vulcaniana e stromboliana.
- Città barocche della Val di Noto: Caltagirone, Militello Val di Catania, Catania, Modica, Noto, Palazzolo, Ragusa e Scicli (vedi Figura 1), sono

considerate uniche nel loro genere poiché sono state totalmente ricostruite in un bellissimo stile tardo-barocco in seguito al forte terremoto del 1693.

Figura 2. Vista del Monte Etna, Catania



- Siracusa e la Necropoli di Pantalica: questi due siti sono l'emblema dell'integrazione e del susseguirsi dei popoli ed hanno rappresentato il modello su cui si sono ispirate le civiltà occidentali nei secoli successivi per quanto concerne i sistemi di civilizzazione ed organizzazione.
- Monte Etna: il vulcano, grazie alla sua continua attività eruttiva ed al suo ecosistema, è un importante elemento di studio nell'ambito della vulcanologia e di altre scienze correlate a quest'ultima (vedi Figura 2).
- Palermo arabo-normanna e cattedrali di Cefalù e Monreale: il capoluogo di regione vanta un patrimonio artistico-culturale unico in quanto è possibile ammirare la commistione di successo tra culture e religioni occidentali, islamiche e bizantine.

Ovviamente oltre ai luoghi inseriti nella lista del "Patrimonio Mondiale dell'Umanità" vi sono anche molti altri siti di interesse storico culturale e/o paesaggistico che vale la pena almeno menzionare come ad esempio Taormina con il suo Teatro Greco,

definita la “Perla dello Ionio” ed importante meta del Grand Tour, Selinunte e il suo Parco Archeologico più grande d’Europa, la pittoresca città marinara di Cefalù, le saline di Marsala, l’antichissima Erice o ancora Aci Trezza, borgo di pescatori famoso soprattutto grazie al romanzo di Giovanni Verga.

Figura 3. Tonnara di Scopello (Trapani)



Ma nonostante la Sicilia vanti un gran numero di ricchezze culturali, come sopra dimostrato, ad oggi la motivazione principale di chi sceglie quest’isola rimane comunque “il mare, il sole e il relax” [27]. Tra le mete predilette rientrano sicuramente le isole minori come l’Arcipelago delle Eolie, le Isole Egadi e l’isola di Lampedusa ma anche Pantelleria e Ustica per chi è appassionato di sport subacquei; altre località balneari molto apprezzate per quanto riguarda il versante occidentale sono senza dubbio la Tonnara di Scopello (Figura 3), la Riserva dello Zingaro con le sue meravigliose calette, la spiaggia di Mondello e San Vito Lo Capo, famosa anche per il Cous Cous Festival che si svolge ogni anno nel mese di settembre; sul versante orientale invece, alcuni dei litorali più belli sono la caraibica spiaggia di San Lorenzo, la Riserva di Vendicari, la Spiaggia di Giardini Naxos e l’Isola Bella.

2.2 Analisi generale dei flussi turistici presenti nel territorio

A differenza di quello che succede con molte altre destinazioni, quando si sceglie come meta del prossimo viaggio la Sicilia lo si fa intenzionalmente e non perché tappa intermedia o di transito di una vacanza. L'insularità della regione dunque scarta anche il cosiddetto turismo di prossimità poiché l'unica regione più vicina all'isola, la Calabria, si posiziona solo al 10° posto tra le regioni generatrici di domanda turistica [27]. Grazie alla varietà dell'offerta turistica presente in tutto il territorio, la Sicilia comparata con i suoi principali competitors, come la Sardegna, l'Andalusia, le Isole Baleari o la Campania, si posiziona comunque al quinto posto, continuando ad essere una delle tappe più affascinanti e frequentate di tutto il bacino del Mediterraneo [21]. I principali paesi di provenienza dei turisti stranieri (vedi Tabella 4) prendendo in considerazione gli ultimi quattro anni (2015-2018) rimangono pressoché invariati come dimostra la tabella sottostante:

Tabella 4. Nazioni principali per numero di arrivi anno 2015-2017[21]

Arrivi per nazione	2015	2016	2017
Francia	391.155	375.591	382.547
Germania	291.433	282.803	310.316
Regno Unito	160.573	158.727	169.420
Spagna	125.801	109.676	114.872
Paesi Bassi	83.098	88.835	104.605
Svizzera	84.282	84.414	93.012
Stati Uniti	147.969	155.911	178,676
Argentina	34.972	406.75	46.997
Australia	40.443	41.302	48.959

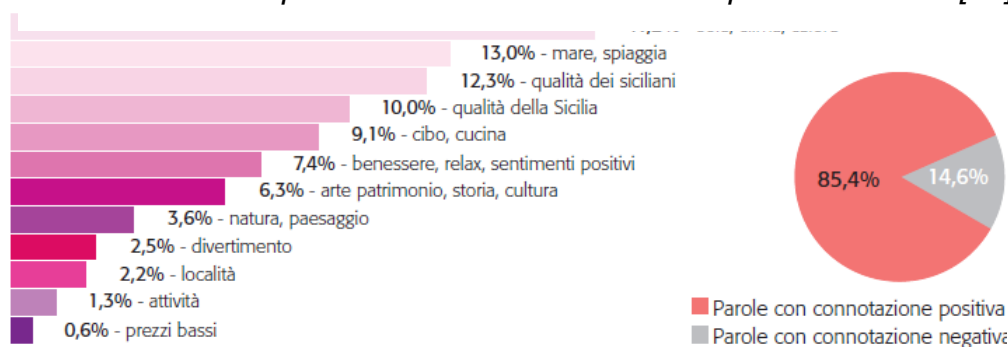
Per quel concerne il turismo nazionale invece, secondo i dati ISTAT i vacanzieri provenienti dalla Lombardia, dal Lazio e dalla Campania rappresentano il bacino di domanda turistica primario anche se il principale fruitore dell'offerta turistica della Sicilia è il siciliano stesso con ben 1.325.484 di arrivi nell'anno 2017.

2.3 Gli elementi decisionali di chi sceglie la destinazione Sicilia

Riguardo le principali caratteristiche associate all'isola in generale sicuramente il clima, il mare e l'ospitalità dei siciliani, insieme al cibo e alla cultura, rappresentano elementi decisionali forti per i viaggiatori. La destinazione Sicilia è ormai una realtà affermata nell'immaginario collettivo.

Prendendo in considerazione l'indagine commissionata della Regione Sicilia e svolta da IZI² e Simulation Intelligence³, si evincono i fattori decisionali riguardo la preferenza del Brand Sicilia, piuttosto che un'altra meta turistica con simili caratteristiche. La vacanza si posiziona al primo posto tra la ragione per cui la regione viene scelta, mentre solo il 4% dei viaggiatori si trova nell'isola per lavoro; i soggetti intervistati hanno infatti associato alla Sicilia i seguenti termini: "sole, clima, calore" 17,02%, "mare e spiaggia" 13%, "ospitalità dei siciliani" 12%, "cibo e cucina" 9,3% e solo il 6,3% "arte, patrimonio, storia, cultura" (vedi Grafico 1).

Grafico 1. Termini positivi relazionati alla Sicilia espressi dai turisti [27]



2 IZI Metodi, analisi e valutazioni economiche Spa, società di studi specializzate nella ricerca applicata per conto di amministrazioni pubbliche e istituzioni private

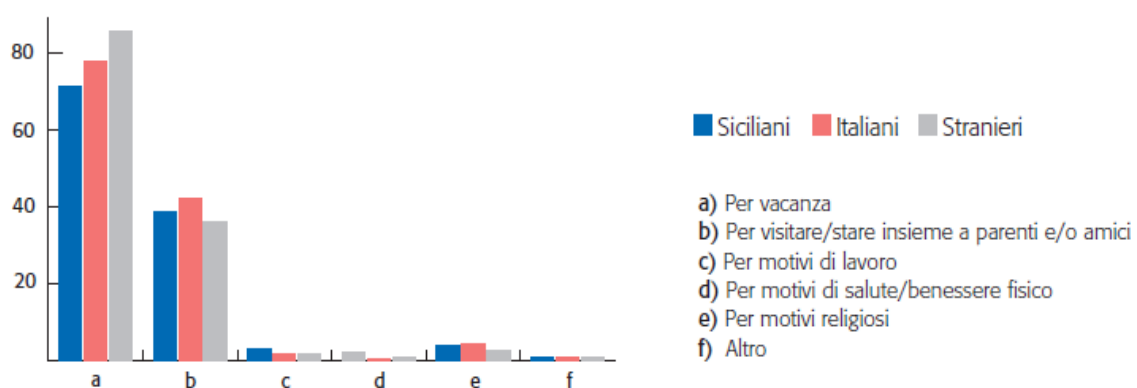
3 Simulation Intelligence Srl è attiva nell'area delle ricerche di mercato e di sondaggi d'opinione.

L'analisi compiuta ha dimostrato inoltre che le relazioni interpersonali rappresentano una delle maggiori motivazioni di viaggio in quanto l'Italia, e la Sicilia in particolar modo, è da sempre caratterizzata da importanti flussi migratori, ciò spiegherebbe dunque anche perché i principali bacini di domanda turistica provengano da paesi come la Germania, la Svizzera, l'Argentina o l'Australia o da regioni come la Lombardia o il Piemonte, paesi e regioni in cui vivono intere generazioni di siciliani emigrati negli anni passati alla ricerca di migliori possibilità lavorative.

Il connubio vacanza-visita di parenti/amici si posiziona dunque al secondo posto (36%) tra la lista dei motivi per cui la Sicilia viene scelta tra gli stranieri, come riportato nel Grafico 2. Ciò spiega anche perché molti viaggiatori durante il soggiorno in Sicilia non prenotano nessun alloggio, spesso infatti sono ospiti di lontani parenti, amici o posseggono direttamente una seconda casa, comprata o ereditata.

Riassumendo quanto sopra riportato si evince che il turismo relazionale ai legami affettivi rappresenta una fetta di mercato ben consolidata, generando dei flussi turistici continui anche durante l'arco di uno stesso anno.

Grafico 2. Principali motivi di viaggio [27]



2.4 Principali ostacoli della competitività turistica

Nonostante la Sicilia sia una meta molto richiesta dai viaggiatori vi sono dei fattori o elementi che influiscono negativamente sul giudizio generale della destinazione. I problemi del sistema turistico siciliano possono essere descritti da due gap:

- Gap di mercato che limitano la capacità di attrarre maggiori turisti
- Gap di prodotto⁴ emersi durante il viaggio che danneggiano l'immagine complessiva dell'isola.

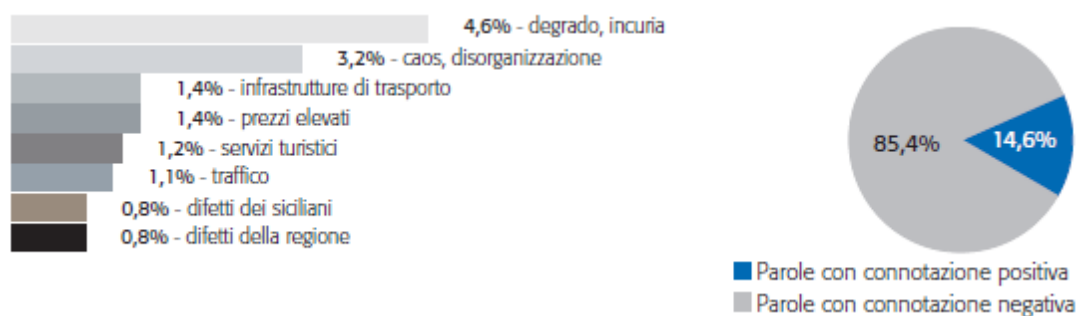
Per quanto concerne il primo gap, uno dei problemi attuali è legato all'immagine che si ha del territorio specialmente tra i viaggiatori internazionali. Il Brand Sicilia è ancora fortemente relazionato al turismo balneare, inducendo i potenziali visitatori a soggiornare nel periodo estivo o primaverile. Vi è una mancanza di stagionalizzazione e di prodotti turistici diversificati che puntino su altre tipologie di turismo relazionate ad esempio alla cultura, al benessere o all'enogastronomia. Un altro gap di mercato riguarda l'idea negativa che si ha della regione rispetto al tema della sicurezza. I fatti di cronaca malavitosi legati alla mafia hanno contribuito a creare uno stereotipo sbagliato del territorio soprattutto tra le nazioni più distanti tanto a livello culturale quanto geografico [27].

L'altro gap è invece legato all'esperienza vera e propria del turista. La noncuranza di molti siti, la disorganizzazione dei servizi e l'accessibilità sono i principali punti deboli. Riguardo i trasporti ad esempio per chi decide di visitare l'isola in meno di una settimana e desidererebbe spostarsi da un versante ad un altro, la soluzione ottimale sarebbe quella di noleggiare un'auto dato che le ferrovie siciliane attestano un generale stato di arretratezza ed il trasporto pubblico su gomme non offre spesso un servizio continuo a causa della forte stagionalità della domanda. Un altro ostacolo che non permette di migliorare la destinazione a livello qualitativo è la preparazione inadeguata di una buona parte del personale che spesso a causa

⁴ Prodotto inteso come prodotto turistico formato dall'insieme di beni tangibili e intangibili che soddisfano i diversi bisogni dei visitatori.

della scarsa conoscenza delle lingue straniere non sa dialogare a sufficienza e fornire informazioni ai turisti stranieri poiché, soprattutto in situazioni di difficoltà, la cordialità ed il “calore” che contraddistinguono il popolo siciliano non sempre basta (vedi Grafico 3).

Grafico 3. Termini negativi relazionati alla Sicilia espressi dai turisti [27]



Il piano strategico di sviluppo turistico a medio-lungo termine della Regione Sicilia (2015-2020) ha infatti come interesse principale il miglioramento della competitività nonostante i problemi finanziari legati alla crisi economica degli ultimi anni. L’obiettivo è quindi quello di “potenziare, perfezionare l’efficacia e promuovere i programmi di sviluppo turistico a sostegno dell’emersione di una più alta capacità attrattiva della regione attraverso prodotti turistici con potenziale internazionale” [32.]

Secondo un’indagine condotta nel 2013 dall’Osservatorio Turistico [21], per quanto riguarda la competitività turistica la Sicilia si piazza solo al 16° posto rispetto a tutte le altre regioni italiane e all’ultimo posto se si considera solo il fattore riguardante la competitività del territorio, valutato tramite il *regional competitiveness index* che tiene in conto dell’innovazione, la qualità delle istituzioni, le infrastrutture (incluse le reti digitali), le misure di salute e di capitale umano. Tale dato è dovuto soprattutto alla scarsa capacità di “mettere a sistema” i servizi esistenti e alla poca competitività delle imprese turistiche che operano nel territorio.

Occorre ricordare che ciò che rende una destinazione turistica tale è sì, l’insieme dei fattori d’attrattiva, ma anche i servizi collegati direttamente o indirettamente ad

essi: dai ristoranti agli alberghi, ai trasporti. Ai fini di ottenere un incremento della domanda turistica, non basta dunque essere inseriti nella World Heritage List ma bisogna cooperare e lavorare costantemente affinché si possa creare un'offerta turistica di qualità.

Capitolo III

Sistema Catania – Comiso: rete aeroportuale?

L'Aeroporto Pio La Torre situato a Comiso è gestito da Soaco Spa, una società mista in cui il capitale sociale è detenuto tra Comune di Comiso e Intersac Holding Spa, appartenente alla società che gestisce l'Aeroporto di Catania. Partendo da questa premessa, è facile intuire come i due scali siciliani possano collaborare ai fini di creare un sistema aeroportuale che si basi sul concetto di complementarità, come accade per il sistema Venezia-Treviso. Nonostante tale sinergia sia fortemente voluta, nei fatti manca una reale cooperazione tra le parti che permetta di stabilire come l'aeroporto ragusano possa svilupparsi in funzione dell'aeroporto catanese, senza restare nell'ombra. In questo capitolo si propongono una serie di soluzioni strategiche volte a creare un'offerta aeroportuale ben definita. Si è suggerito dunque di specializzare lo scalo ibleo in settore cargo e traffico aereo low cost. Tale scelta porterebbe dei benefici anche all'Aeroporto di Catania il quale ridurrebbe la congestione del traffico aereo nei periodi di alta stagionalità. Infine, si sono analizzati anche i siti Web dei rispettivi aeroporti, evidenziando i problemi di usabilità e accessibilità del sito dell'Aeroporto di Comiso.

3.1 Il sistema aeroportuale Veneto come modello di gestione

La rete aeroportuale veneta è quasi interamente gestita da SAVE S.p.A., società istituita nel 1987 che investe maggiormente nel settore aeroportuale. Gli scali regionali sono tre: l'aeroporto Antonio Canova di Treviso, l'aeroporto Marco Polo di Venezia e l'aeroporto Valerio Catullo di Verona. SAVE si occupa in maniera esclusiva della gestione dell'Aeroporto di Venezia e dal 1996 gestisce l'Aeroporto di Treviso, detenendo l'80% delle azioni di AERTRE. Nel 2014 la società ha anche acquistato il 40,82% delle azioni di Aeroporto di Valerio Catullo S.p.a., principale amministratore degli aeroporti di Verona e Brescia. Inoltre, acquisendo nel 2008 il

27,65% di Brussels South Charleroi Airport (BscA), SAVE è la sola azienda italiana che cogestisce un aeroporto estero [24].

Il traffico aereo dei tre scali regionali, principalmente internazionale, presenta un costante tasso di crescita annuo. Stando ai dati raccolti da ENAC, nel 2017 il sistema aeroportuale Venezia – Verona – Treviso ha registrato ben 16,3 milioni di passeggeri, (+1,4 milioni rispetto all'anno precedente). In generale, tale crescita è relazionata soprattutto alle caratteristiche socioeconomiche positive della regione: PIL più alto rispetto alle altre regioni italiane, tasso di crescita della popolazione positivo, alta percentuale di imprese attive nel territorio, specialmente a vocazione turistica (il 55,5% delle imprese turistiche di tutta la nazione è situato in Veneto). Le rotte invece sono quasi tutte a breve raggio, con una prevalenza di voli a basso prezzo verso le nazioni dell'Europa dell'Est. Costituisce un'eccezione l'aeroporto Marco Polo che prevede anche molte tratte a lungo raggio verso destinazioni in tutto il mondo.

Per quel che riguarda l'accessibilità, tutti gli aeroporti godono di un ottimo sistema ferroviario che permette di raggiungere i centri abitati limitrofi, molti capoluoghi italiani e alcune città straniere confinanti con il Nord-Est dell'Italia. I corridoi principali sono:

- la linea trasversale Roma – Cesena – Venezia – Tarvisio
- la linea orizzontale Torino – Milano – Venezia – Tarvisio – Trieste
- la linea Roma – Bologna – Verona – Brennero

Tali collegamenti, incrociandosi tra di loro, permettono una fitta copertura regionale. Anche il sistema stradale è ben strutturato grazie alle autostrade A4 Torino – Venezia, A27 Mestre-Belluno e A22 Tirreno – Brennero.

3.1.1 Il Sistema Venezia–Treviso come caso di benchmarking

La Città Metropolitana di Venezia, comprendente ben 44 comuni, è stata identificata dalla legge n. 56/2014 "*Disposizioni sulle città metropolitane, sulle province, sulle*

unioni e fusioni di comuni. Tale quadro nazionale ha riconosciuto 10 città metropolitane in tutta Italia sopprimendo la delimitazione territoriale basate sulle provincie e fissando obiettivi specifici:

- Adozione e aggiornamento di un piano strategico triennale del territorio metropolitano;
- Pianificazione territoriale generale, comprese le strutture di comunicazione e le infrastrutture;
- Gestione e organizzazione dei servizi pubblici di interesse comune;
- Migliore accessibilità e viabilità, sviluppando piani urbanistici ad hoc;
- Promozione e coordinamento dello sviluppo economico e sociale, sostenendo attività economiche e di ricerca innovative.
- Promozione e coordinamento dei sistemi di informatizzazione e di digitalizzazione in ambito metropolitano.

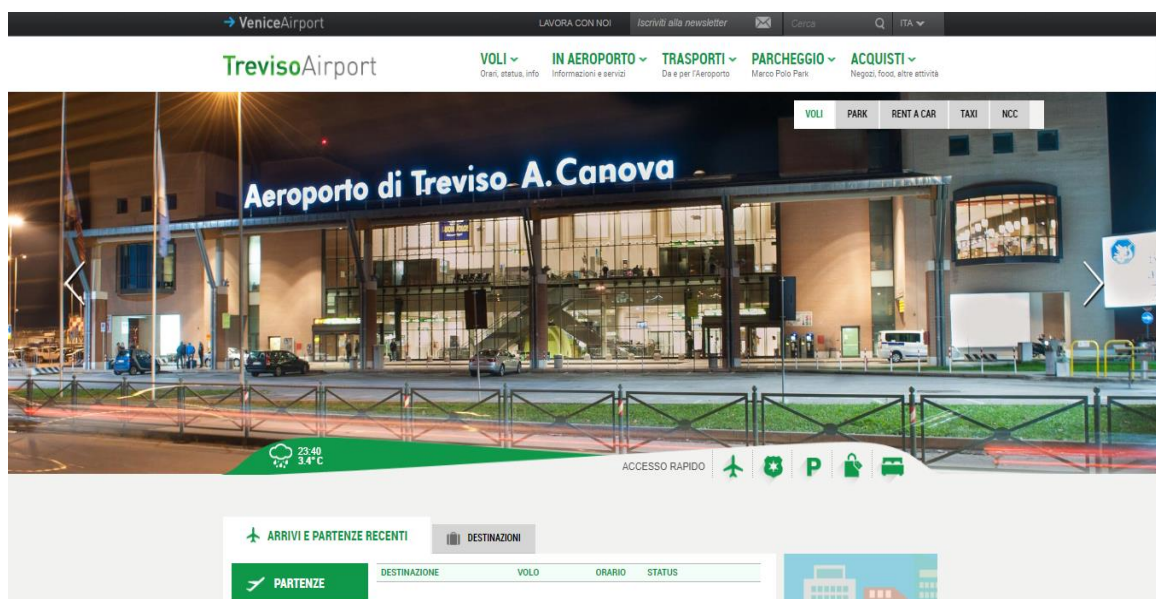
Il Sistema Aeroportuale di Venezia Città Metropolitana comprende gli scali Marco Polo di Venezia e Antonio Canova di Treviso. Con ben 12,3 milioni di passeggeri registrati nel 2016, è il terzo polo aeroportuale italiano dopo Roma Fiumicino-Ciampino e Milano Malpensa-Linate.

- L'Aeroporto Marco Polo (VCE), a 13 chilometri dal centro di Venezia, è in funzione dal 1961 e si trova lungo la SS14 che connette Mestre a Trieste. Dotato di due piste per il decollo e l'atterraggio, è il terzo hub intercontinentale italiano. Lo scalo infatti offre più di 100 destinazioni suddivise in 31 nazioni e collabora con oltre 40 compagnie aeree.
- L'aeroporto Antonio Canova (TSF), adibito ad uso civile nel 1953, dista solo 3 km dal centro di Treviso e si trova sulla SR 515 che arriva sino alla città di Padova. L'aerostazione presenta una sola pista e ospita esclusivamente voli domestici ed europei verso 19 nazioni, per un totale di 38 destinazioni offerte.

Il modello gestionale applicato per la corretta gestione dei due scali si basa sulla complementarità delle aerostazioni, specializzando il traffico aereo e attivando

cooperazioni strategiche con i partner locali in modo da garantire tutti i servizi e i collegamenti necessari. Con un traffico passeggeri internazionale pari all'87%, l'aeroporto veneziano è focalizzato sui voli a medio raggio da e per Tel Aviv, Casablanca e Tunisi e su voli a lungo raggio da e per New York JFK e Newark, Atlanta, Philadelphia, Chicago, Montreal, Toronto, Seoul, Doha e Dubai. Inoltre, grazie ai collegamenti giornalieri per Istanbul e Dubai, offre molti voli indiretti per l'Africa, l'Estremo e il Medio Oriente.

Figura 4. Sito Web dell'Aeroporto Antonio Canova di Treviso

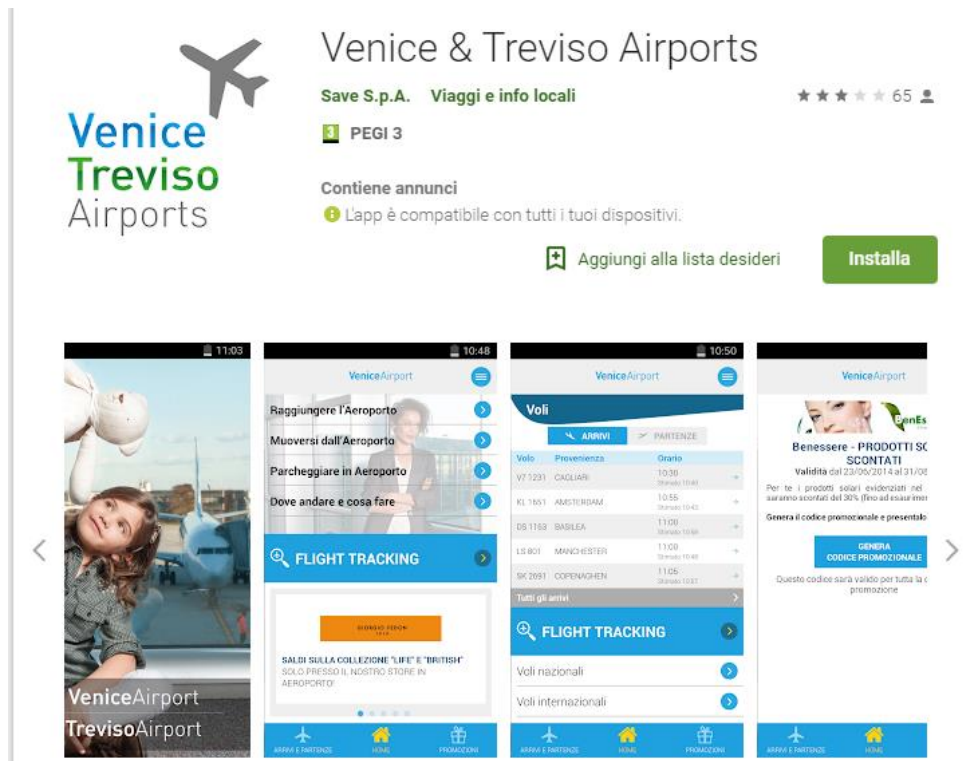


L'aeroporto trevigiano è incentrato sui voli low cost della compagnia irlandese Ryanair e offre tratte giornaliere verso molte destinazioni in Italia e in Europa. Per quanto riguarda i trasporti, il sito Web (vedi Figura 4) dello scalo di Treviso offre varie soluzioni per raggiungere comodamente l'hub veneziano o il centro di Venezia in poco meno di un'ora:

- Bus urbano n.6 fino alla Stazione di Treviso + coincidenza ATVO per Aeroporto di Venezia o treno fino alla Stazione di Venezia Santa Lucia;

- Bus ATVO o Barzi Service fino alla Stazione di Venezia Mestre + coincidenza ATVO per Aeroporto di Venezia o treno fino alla Stazione di Venezia Santa Lucia;
- Bus ATVO fino a Venezia, Piazzale Roma + coincidenza per Aeroporto di Venezia.

Figura 5. Applicazione Venice & Treviso Airports su Google Play



Come già scritto nella sezione 3.1, lo scalo di Treviso risulta essere facilmente accessibile da un ampio bacino di utenza proveniente dai paesi limitrofi o dalle città situate a Nord-Est.

Uno dei punti di forza dell'intera regione è sicuramente la struttura reticolare del territorio, costituito da diversi comuni di media grandezza. L'Area Metropolitana di Venezia non presenta quindi un unico polo attrattivo e delle periferie ma più poli connessi e dipendenti tra loro. Tra i capoluoghi di Padova, Treviso e

Venezia ad esempio, vi è una continuità territoriale ben definita: i piccoli comuni che si trovano tra le varie città hanno infatti svolto un ruolo fondamentale nello sviluppo di una solida rete di collegamenti, fungendo da “collante” ed evitando la discontinuità territoriale.

L’ottima collaborazione e gestione dei due aeroporti ha portato anche alla creazione dall’applicazione digitale Venice & Treviso Airports creata da Save S.p.A., disponibile gratuitamente sia su *Google Play* che su *Apple Store* (vedi Figura 5). L’App permette agli utenti di prenotare biglietti online e consultare in tempo reale tutte le informazioni utili sui voli, la viabilità, il meteo, i servizi offerti all’interno degli aeroporti e le destinazioni turistiche principali, rimandando a siti di riferimento specifici se si desidera approfondire la ricerca.

3.2 La mancata collaborazione tra gli aeroporti di Catania e Comiso

Ad oggi, si può affermare che Comiso ha realmente collaborato con l’Aeroporto Fontanarossa solo in occasione della chiusura di quest’ultimo durante le eruzioni del vulcano Etna, in quanto aeroporto più vicino alla base etnea. Prima dell’apertura del Pio La Torre i voli venivano invece dirottati su Palermo, base aeroportuale tre volte più distante (236km) rispetto a Comiso che dista solo 82km dal capoluogo etneo.

L’Aeroporto di Catania è senza dubbio uno degli scali italiani con le migliori performance. Nel 2018 ha inaugurato anche un nuovo terminal e con ben 9.933.318 milioni di passeggeri, si è piazzato al 5° posto nella classifica italiana, subito dopo Roma-Fiumicino, Milano-Malpensa, Bergamo e Venezia. I dati 2017 forniti da Assaeroporti inoltre dimostrano che con un +18,41% Catania si trova al di sopra del trend di crescita nazionale (+16,4%) per quanto riguarda la crescita del traffico aereo internazionale. Il nuovo obiettivo della società aeroportuale infatti è quello di aumentare i voli intercontinentali.

Il giovane Aeroporto Pio La Torre, al contrario, ha registrato solo 425.112 passeggeri e fa fatica a “decollare”. Rispetto al 2017 infatti ha perso ben 12.000 passeggeri a causa della riduzione del numero di voli di alcune tratte aeree come ad esempio quelle di Roma Ciampino, Roma Fiumicino e Milano Malpensa, causando addirittura la totale assenza di voli in entrata e uscita il 6 novembre 2018.

3.2.1 Principali punti di debolezza dell’Aeroporto di Comiso

Come tutti i piccoli aeroporti situati nel territorio italiano, i punti di debolezza dell’aeroporto ragusano sono principalmente due: l’isolamento rispetto alle città di riferimento e la mancanza di una governance ben definita. Gli scali di piccole dimensioni garantiscono la continuità territoriale e lo sviluppo dell’aerea circostante, per questo motivo lo Stato, ove necessario, stanZIA dei fondi per mantenerli attivi. In un contesto mondiale in cui si tende sempre più alla privatizzazione delle imprese pubbliche, l’intervento dello Stato invece in certi casi è l’unico modo per assicurare la sopravvivenza degli aeroporti. L’Aeroporto Birgi di Trapani ne è un chiaro esempio: in seguito alla crisi finanziaria della società Airgest Spa e alla scadenza del contratto di co-marketing con la compagnia area Ryanair nel 2017, l’intervento dello stato ha bloccato la chiusura dell’Aeroporto seppur lasciando pochissimi voli aerei operanti.

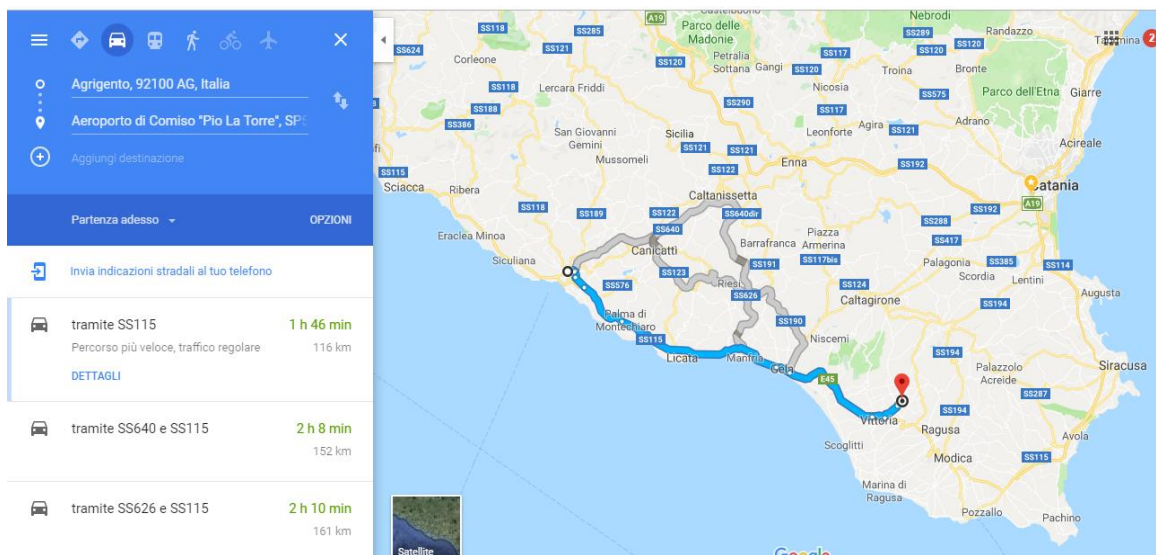
Per quel che riguarda l’Aeroporto di Comiso, il principale punto di debolezza è l’accessibilità interna in quanto non è presente alcuna autostrada nei dintorni. Un’ottima dotazione infrastrutturale è fondamentale per lo sviluppo dell’economia locale e della competitività turistica dei territori circostanti all’aerostazione; infrastrutture moderne e ben mantenute infatti garantiscono il collegamento tra varie aree di una o più regioni nel più breve tempo possibile. I beneficiari di un’ottima rete stradale sono sia la popolazione locale che le aziende presenti o interessate a investire nel territorio, ma anche i turisti in quanto riescono a muoversi più agevolmente e a ottimizzare il tempo a disposizione. In Italia, il deficit infrastrutturale è dovuto in particolar modo alla crisi economica mondiale dell’ultimo

decennio che ha bloccato gli investimenti statali in opere pubbliche. Analizzando la situazione internazionale purtroppo si nota che il nostro paese è abbastanza in ritardo rispetto a molte altre nazioni europee: per quel che riguarda la qualità infrastrutturale complessiva, l'Italia secondo i dati del “*Global Competitiveness report 2016-2017*” si posiziona solo al 57° posto, su 138 paesi presi in considerazione [36].

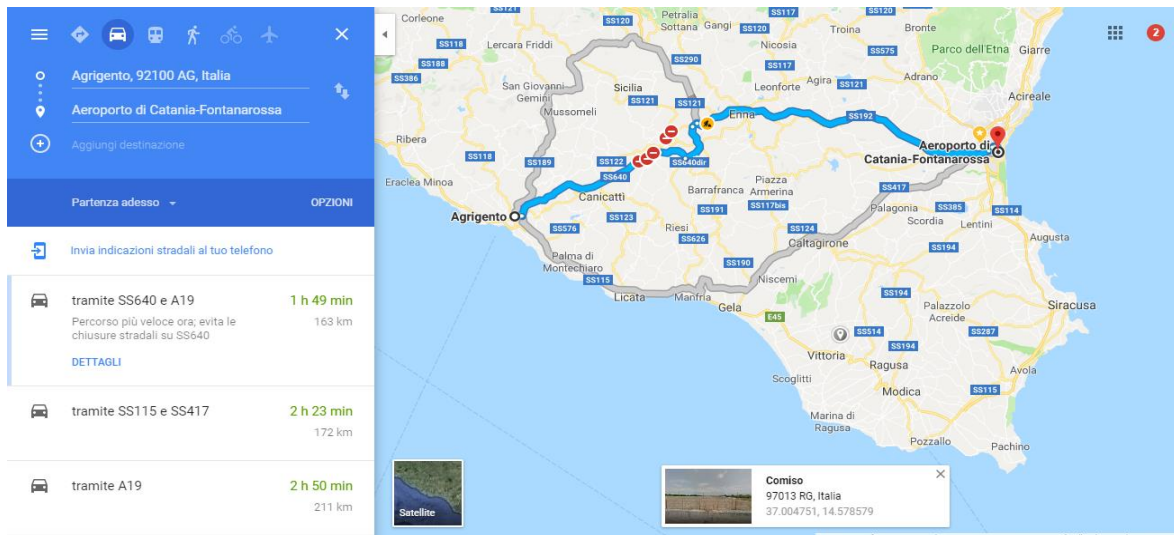
La mancanza di uno snodo autostradale dunque rende difficoltoso il collegamento tra l'aeroporto e il bacino di utenza di quest'ultimo, anche se a tale proposito si sta cercando di intervenire. Durante l'incontro avvenuto a dicembre tra i sindaci iblei e il Ministro per il Sud si è deciso di stanziare dei fondi che permettano la realizzazione di un'autostrada che colleghi Ragusa a Catania, dichiarata dallo stesso ministro “un'opera fondamentale per l'economia della Sicilia Orientale”.

Se si osservano le Mappe 1 e 2, si nota come molti degli abitanti dei comuni delle province limitrofe di Siracusa e Agrigento in realtà siano più vicini a Comiso che a Catania. Prendendo come punto di partenza Agrigento, si può notare come l'impiego delle ore di percorrenza per arrivare sino ai due aeroporti è pressoché medesimo, nonostante Comiso disti 41 km in meno rispetto a Catania.

Mappa 1. Percorso stradale da Agrigento a Aeroporto Pio La Torre



Mapa 2. Percorso stradale da Agrigento a Aeroporto Vincenzo Bellini



Un altro problema che accomuna tutti gli aeroporti italiani di minore dimensione è il loro ruolo non ben definito, causato spesso da una scarsa capacità di gestione. Non è difficile dunque che due aeroporti vicini abbiano le stesse tratte aeree in determinati giorni e nemmeno un volo per una certa destinazione in altri. La mancanza di una specializzazione o di un coordinamento rispetto agli aeroporti limitrofi rende difficile la progettazione di una strategia e di un piano d'azione che portino alla piena autonomia di queste piccole realtà locali. Spesso la causa di tutto ciò sono i modelli gestionali frammentati, che rappresentano la maggioranza degli aeroporti italiani, specialmente nel Mezzogiorno.

Regioni, comuni e camere di commercio, detenendo parte delle azioni delle società miste spesso non fanno altro che rallentare lo sviluppo di un aeroporto. La competizione commerciale, al contrario del monopolio statale, stimola la crescita di un determinato business. Il primo ostacolo dell'Aeroporto di Comiso, forse, è proprio questo: avere un'amministrazione in cui pubblico e privato non riescono a collaborare al fine di ottenere risultati positivi concreti. Un esempio positivo di come invece si può riuscire a far sistema è fornito sia dagli aeroporti veneziani, gestiti da un'unica società privata, che dagli aeroporti pugliesi, amministrati interamente

dall'impresa pubblica Aeroporti di Puglia (AdP). Lo scopo principale in questi casi è stato proprio quello di gestire i vari aeroporti basandosi sul principio di complementarità, permettendo di dare agli scali secondari una propria identità.

3.2.2 Possibili sviluppi degli aeroporti SAC e SO.A.CO

Riuscire a far sistema e coordinare il lavoro di due o più aeroporti, come si è precedentemente scritto, non è facile ma è possibile. Se da una parte l'Aeroporto di Catania continua a crescere andando incontro a nuovi problemi ed esigenze, dall'altra l'Aeroporto di Comiso non riesce a "spiccare il volo". Si avvanzerà dunque l'idea di concentrare gli investimenti dei due aeroporti in 3 settori diversi, come nel caso del sistema Venezia-Treviso: specializzazione in cargo e co-marketing con compagnie aeree low-cost per quanto riguarda Comiso, incremento di nuove tecnologie per quel che concerne Catania.

L'installazione di nuove tecnologie in aeroporti di interesse internazionale è ormai una pratica avviata da già qualche anno in quasi tutti i grandi aeroporti. Il costante aumento di utenti e la necessità di maggiore sicurezza infatti hanno trovato nell'uso della tecnologia un ottimo alleato da cui traggono vantaggio tanto i passeggeri quanto i gestori aeroportuali stessi. L'Aeroporto Vincenzo Bellini di Catania però, nonostante sia lo scalo più importante di tutto il Mezzogiorno, non ha ancora puntato sulla tecnologia avanzata per migliorare le proprie performance. Il passaggio verso aeroporti sempre più intelligenti è l'evoluzione naturale di tutte quelle realtà aeroportuali che puntano all'ottimizzazione del tempo e al miglioramento dell'esperienza del consumatore.

Riducendo i tempi di attesa e permettendo un controllo più preciso, i processi automatizzati intervengono in diverse fasi: dal parcheggio ai controlli di sicurezza e dal check-in al ritiro bagagli. In un mondo in cui l'uso degli smartphone è ormai indispensabile, uno dei primi cambiamenti attuati è stato sicuramente il self check-in. Grazie a quest'ultimo, attendere in fila per ottenere la carta di imbarco è quasi diventato un ricordo in quanto quasi tutti aeroporti prevedono la possibilità del check in online o l'installazione di chioschi digitali fai-da-te, presenti anche a Catania.

Spesso sono le compagnie aeree stesse che incentivano il cliente ad effettuare la registrazione online, ricordando al cliente tramite e-mail che il check in loco avrà un costo aggiuntivo; tale pratica inoltre permette alle compagnie aeree low cost di ottimizzare l'organico, dedicando più personale in altri settori. Oltre al self check in, un'altra tecnologia *self service* di recente installazione in alcuni aeroporti è *il bag drop* che consente di etichettare e depositare il bagaglio in stiva senza l'assistenza di personale. Un altro vantaggio dell'utilizzo della tecnologia riguarda il parcheggio intelligente, anche se ancora in fase di sperimentazione. Un ottimo esempio è fornito dall'aeroporto di Dusseldorf che, per ammortizzare la perdita di tempo causata dalla ricerca di posti auto disponibili, ha messo a disposizione dei passeggeri un robot in grado di parcheggiare le auto tramite sistema Ray: una volta lasciata l'auto all'ingresso del parcheggio e inseriti in un apposito sistema i dati dei propri voli, il robot solleva e posiziona la vettura a seconda della data del volo di ritorno. Guardando verso il futuro invece, si sta cercando di sviluppare tramite wifi o bluetooth un sistema che permetta la connessione tra il dispositivo del passeggero e il sistema di gestione aeroportuale. Tale introduzione servirà ad aggiornare in tempo reale il viaggiatore riguardo informazioni importanti di vario genere come ad esempio i tempi di attesa al gate durante l'imbarco.

L'uso di tecnologie avanzate inoltre aiuta a prevenire probabili attacchi legati al terrorismo, alla criminalità informatica o al *cyberwarfare*⁵. A tal proposito, l'Unione europea ha stabilito che il settore del trasporto aereo rientra tra le infrastrutture critiche⁶ in quanto soggetto ad attacchi che possono alterare l'operatività di un volo o uno scalo. Aeroporti come quello di Venezia, Roma Fiumicino e Milano Malpensa hanno quindi deciso di installare i cosiddetti *e-gate*, sistemi ultramoderni di riconoscimento facciale in grado di processare migliaia di viaggiatori in poco tempo.

⁵ Cyberwarfare è il termine inglese utilizzato per indicare la guerra cibernetica, il termine indica la distruzione o l'alternazione di dati e informazioni importanti tramite l'uso di tecnologie elettroniche e informatiche.

⁶ La direttiva 2008/114/CE ha individuato e designato le infrastrutture critiche europee che necessitano di maggiore protezione in quanto strategiche per un determinato paese.

Il ruolo degli *e-gate* facilita la collaborazione tra lo Stato e il gestore aeroportuale in quanto, tramite dei database collegati alle centrali di polizia, è possibile identificare in poco più di 20 secondi.

Infine, la tecnologia aiuta a migliorare anche la gestione tecnica e manutentiva di un aeroporto. I droni ad esempio sono un ottimo mezzo di ispezione per quel che riguarda la manutenzione di un aereo, grazie all'utilizzo di tali apparecchiature si ridurrebbe anche il rischio sul lavoro e il tempo impiegato per i controlli di routine. Tornando ai bagagli invece si prevede che entro un paio di anni la tracciabilità di questi ultimi sarà basata sull'uso della tecnologia RFID (Radio Frequency Identification) che permetterà la registrazione dei dati del volo su apposite etichette chiamate tag, in modo da minimizzare la dispersione dei bagagli in stiva.

Se da una parte l'aeroporto catanese potrebbe investire di più sulla tecnologia, dall'altra l'aeroporto ragusano potrebbe assicurarsi la sopravvivenza specializzandosi anche nel settore cargo, oltre che nelle tratte low cost. La gestione del traffico merci in Italia è basata principalmente sul settore nautico e stradale e solo il 2% sul trasporto aereo. Ma considerando che il 35% di tutto il valore monetario proviene solo dal cargo, è facile intuire come sia un settore molto redditizio. Il guadagno sul cargo infatti è molto superiore rispetto ad altre vie di trasporto in quanto spesso implica la gestione di merci dal costo elevato o dalla facile deperibilità. Gestire merci anziché passeggeri, non è un ripiego ma una valida alternativa per tutti quegli scali che non riescono a garantire un flusso di passeggeri cospicuo e costante.

Proprio per questo motivo negli ultimi anni è stato più volte proposto di destinare lo scalo di Comiso al cargo ma sino a qualche mese fa non si era mai passati ad un progetto concreto per mancanza di fondi. La svolta potrebbe finalmente avvenire a partire dal corrente anno, grazie a due avvenimenti accaduti recentemente. Il primo importante passo è stato compiuto a dicembre 2018 durante la finanziaria siciliana poiché è stato approvato un emendamento che ha stanziato ben 1.000.000 di euro da destinare al progetto cargo di Comiso; il secondo passo è avvenuto il 17 gennaio

2019 con la cessione da parte del Ministero della Difesa degli ex territori NATO⁷ alla Regione Sicilia. La cosiddetta zona Usaf (United States Air Force), un tempo abitata dagli americani, è stata data in concessione quarantennale dalla Regione al comune di Comiso. Il sedime ceduto, di oltre 85 ettari, contiene 600 immobili ed è suddiviso in cinque aree: l'insediamento abitativo dove vivevano gli americani con le loro rispettive famiglie, l'area ricreativa formata da palestre e circoli, l'area logistica, la caserma e l'area dei sette bunker. All'interno dell'aeroporto infine sono presenti anche uffici, chiese, banche e negozi di vario genere.

Durante la cerimonia avvenuta presso l'Aeroporto di Comiso, il presidente della commissione Difesa ha dichiarato di nutrire grandi speranze riguardo il futuro dello scalo ragusano poiché l'opportunità data può rappresentare un vero e proprio «cambiamento radicale e una straordinaria occasione di sviluppo». «Per la Sicilia – ha continuato il presidente Rizzo - si apre una nuova pagina che permetterà a Comiso di diventare quell'hub del Mediterraneo di cui la nostra economia ha bisogno per esportare i tanti prodotti della nostra terra, dei nostri artigiani e delle nostre industrie». Anche il Ministro della Difesa Elisabetta Trenta ha dedicato parole importanti al riguardo e in un post del 17 gennaio sulla pagina ufficiale Facebook infatti si può leggere: «Ora l'Aeroporto di Comiso potrà includere svariate possibilità di utilizzo tra cui il "progetto cargo", una grande piattaforma per il trasporto aereo delle merci, unica in Sicilia».

Oltre al progetto cargo infine, data la vastità dell'area concessa, sono già emerse le prime idee di utilizzo di parte del sedime, come ad esempio la creazione di strutture turistiche o la nascita di una base di studi sull'aviation e sui cambiamenti climatici. Le idee dunque non mancano, bisogna però vagliare tutte le alternative possibili e procedere fissando obiettivi a medio e lungo periodo, in modo da poter quantificare e monitorare i risultati ottenuti.

⁷ North Atlantic Treaty Organization: organizzazione internazionale che prevede la collaborazione degli stati membri nel settore della difesa

Per quel che riguarda il settore del trasporto aereo low cost, attualmente Comiso offre sia voli operati da compagnie low fare che tratte gestite da compagnie aeree di bandiera. Tuttavia, data l'espansione dell'offerta di voli intercontinentali con partenza da Catania sarebbe più proficuo per l'aeroporto Pio La Torre dedicarsi esclusivamente alle tratte aeree low cost a corto raggio. Anche in questo caso un ottimo esempio è fornito dal sistema Venezia-Treviso che ha ottenuto ottimi risultati dedicando l'Aeroporto Canova interamente alle compagnie low fare.

La nascita del trasporto aereo low cost è avvenuta in seguito alla liberalizzazione del mercato, causando un vero e proprio cambiamento nel modo di viaggiare. Prima dell'esistenza della liberalizzazione del trasporto aereo i prezzi dei biglietti venivano stabiliti dalle varie compagnie aeree in base al regolamento previsto dall'Associazione Internazionale del Trasporto Aereo (IATA) e con l'approvazione dei vari governi. Le compagnie operanti erano solo quelle appartenenti allo Stato, dette compagnie di bandiera, che detenendo il monopolio non avevano nessuna ragione di essere più competitive.

La prima compagnia low fare che ha rivoluzionato il modo di viaggiare è stata la Southwest Airlines, nata in America negli anni 70 in seguito alla decisione del presidente americano Carter di liberalizzare il mercato. Il business model ideato da questa compagnia prevedeva una riduzione minima dei servizi dedicati ai passeggeri a favore di prezzi molto più economici rispetto alle compagnie tradizionali considerate full service. In Europa invece, si è dovuto attendere sino agli anni '90 prima di ottenere dei cambiamenti normativi simili. La creazione del cosiddetto mercato unico del trasporto aereo fu graduale e si ebbe solo dopo la stipulazione di varie normative, approvate a distanza di anni. La svolta avvenne nel 1993 quando finalmente fu concesso a tutti i vettori aerei di atterrare e decollare in qualsiasi aeroporto dell'Unione Europea liberamente.

A differenza delle compagnie full service, il business model delle compagnie low fare si basa sulla riduzione massima sia dei costi esterni che interni e rappresenta il core dell'azienda; vengono quindi meno i confort e i servizi extra dedicati ai clienti.

La possibilità di offrire voli aerei a volte anche a 0,99 euro è frutto di una strategia di risparmio ben precisa che si basa soprattutto su:

- Utilizzo di aeroporti secondari permettendo alla compagnia aerea di possedere maggiore potere contrattuale
- Standardizzazione della classe dei passeggeri offrendo solo tariffe economy in quanto manca la business class
- Possibilità di acquistare esclusivamente biglietti non rimborsabili
- Mancanza di snack o bevande gratuite offerte a bordo
- Bagaglio in stiva, e adesso anche a mano per alcune compagnie (Ryanair, WizzAir), non incluso nel biglietto aereo
- Dimensione e peso dei bagagli molto limitato che porta al pagamento di un sovrapprezzo
- Obbligo di check-in online con pagamento di un costo extra per i passeggeri che effettuano la registrazione in aeroporto, in modo da ridurre il personale a terra
- Personale di bordo che si occupa anche della pulizia dell'aeromobile evitando l'assunzione di ditte di pulizia
- Incentivi sullo stipendio degli steward e delle hostess al superamento di una determinata soglia per quel che riguarda la vendita di prodotti a bordo
- Uso di aerei che prevedono una capacità di posti a sedere superiore rispetto alle altre compagnie *full service*
- Assenza di spese di alloggio per il personale prevedendo sempre il rientro in giornata presso la base aeroportuale assegnata
- Vendita diretta dei biglietti attraverso il proprio sito in modo da evitare il pagamento di commissione a terzi (agenzie di viaggio o altri portali)
- Co-marketing con aziende locali che consente di guadagnare attraverso la pubblicità a bordo di strutture alberghiere o mezzi di trasporto

La riduzione dei costi ha comportato quindi l'acquisizione di una nuova fetta di mercato e una maggiore competitività. L'aumento esponenziale del flusso di

passaggeri in tutto il mondo è dovuto alla presenza di una nuova domanda che precedentemente non esisteva per due motivi principali: il costo elevato dei voli e la difficile accessibilità dei cittadini ai pochi grandi aeroporti esistenti. Se precedentemente si preferivano mezzi come la macchina, la nave o il treno, adesso invece il trasporto aereo è un servizio largamente accessibile a tutti. I vantaggi derivati dall'introduzione di tratte aeree a basso prezzo sono svariati: ampliamento dell'offerta dei voli, sviluppo di aeroporti prima considerati marginali, crescita economica locale, possibilità di viaggiare anche per i cittadini meno abbienti e sviluppo o crescita del settore turistico.

Uno dei benefici principali dell'affermazione dei vettori low fare è senza alcun dubbio la rinascita di molte aree geografiche prima difficilmente raggiungibili; grazie alla riduzione di tempo e di costo adesso è possibile raggiungere una determinata località molto più facilmente, anche solo per un weekend. Lo sviluppo economico di un territorio dipende anche dall'ottimo funzionamento dell'infrastruttura aeroportuale e dal coordinamento tra i vari servizi e quest'ultimo in quanto permette di creare un "circolo virtuoso" tra l'aeroporto e il territorio circostante. L'unico svantaggio riconducibile all'uso di aeroporti minori infatti è la difficile accessibilità in mancanza di stazioni ferroviarie vicine o autobus extraurbani pubblici, ma il problema può essere risolto attivando specifici servizi. Il piccolo Aeroporto di Beauvais Tillé, distante 95 km da Parigi ad esempio, nonostante sia dislocato in un'area in cui non è previsto alcun collegamento pubblico, coopera con una società di trasporti privata che assicura tratte urbane da e per Parigi centro con orari stabiliti a seconda degli orari di partenza o atterraggio dei voli; se invece si analizzano i trasporti presenti nell'aeroporto ragusano si nota come non vi è alcun coordinamento tra i voli e pochissimi trasporti presenti. Al fine di garantire un'ottima esperienza, risulta dunque fondamentale l'attività di co-marketing tra i vettori aerei, gli aeroporti e le aziende che operano nelle aeree marginali in cui si trovano le piccole aerostazioni.

Le opportunità collegate all'ottimo funzionamento di un aeroporto di dimensioni ridotte sono molte e l'impatto economico derivato può essere suddiviso in diretto,

indiretto, indotto e catalitico. L'impatto economico diretto è collegato alla capacità del gestore aeroportuale di fornire un costante flusso di passeggeri e merci; l'impatto indiretto deriva da tutta quella serie di aziende che ruotano al di fuori dell'aeroporto come gli alberghi, i trasporti, i tour operator, le attrazioni turistiche e i ristoranti. La moltiplicazione della somma dei primi due impatti per un determinato moltiplicatore genera invece l'impatto economico indotto, ovvero l'aumento degli stipendi e la diminuzione della disoccupazione. Infine, l'impatto catalitico è rappresentato da tutte quelle nuove aziende che attratte dall'ottima redditività delle società presenti, decidono di investire nel territorio.

Per quel che riguarda l'impatto turistico, si può affermare che grazie al trasporto aereo low fare aree prima marginali e non prese in considerazione dal turismo oggi hanno trovato una loro dimensione all'interno della domanda di mercato. Tale cambiamento è dovuto alla modifica del comportamento dei viaggiatori. Grazie alla vasta offerta di voli e destinazioni low cost, anche le località meno note hanno avuto la possibilità di farsi conoscere. Se prima il turista durante la programmazione delle proprie ferie aveva già in mente la destinazione del viaggio, adesso sempre più persone scelgono la meta basandosi sulle offerte dei voli. Non a caso metamotori di ricerca voli come Skyscanner o Edreams permettono di effettuare delle ricerche scegliendo come destinazione finale "ovunque" anziché un luogo ben preciso; questa funzione consente al viaggiatore *price sensitive* di risparmiare prenotando la meta più economica a discapito di quella preferita. Le conseguenze relazionate a questo nuovo metodo di viaggio sono almeno tre: una maggiore frequenza di viaggi low-cost, l'apertura al turismo internazionale di realtà assolutamente sconosciute e infine la destagionalizzazione della domanda turistica in quei luoghi presi d'assalto solo in determinati periodi dell'anno.

Riassumendo quanto appena scritto, bisognerebbe dunque delineare ed attivare degli interventi mirati che garantiscano un miglioramento delle attuali condizioni aeroportuali presenti a Comiso (vedi Tabella 6).

Tabella 6. Criticità e soluzioni dell'Aeroporto di Comiso

Punti di debolezza attuali	Possibili soluzioni future
Flussi turistici instabili	Puntare sul settore cargo
Gestione di vettori aerei misti	Specializzarsi in traffico aereo low cost
Trasporto pubblico/privato quasi assente	Coordinare il trasporto in relazione ai voli
Scarsa viabilità	Migliorare i collegamenti stradali
Scarsa pubblicità dell'aeroporto	Incrementare campagne di co-marketing

Si può quindi affermare che l'Aeroporto di Comiso, se sfruttato e gestito adeguatamente, può essere utile per la crescita economica locale e può inoltre aiutare a ridurre la congestione del trasporto aereo dell'Aeroporto di Catania, in costante crescita.

3.3 Analisi dei siti web SAC e SO.A.CO e della recente app CTAairport

La corretta impostazione dell'architettura informativa di un sito Web è fondamentale in quanto deve permettere a qualsiasi tipo di utente di poter interagire facilmente con il sistema e di poter reperire le informazioni che si stanno cercando. In questa sezione analizzeremo la qualità dei siti Web e delle applicazioni degli aeroporti di Catania e Comiso. A tal fine dobbiamo prima introdurre due concetti fondamentali in ambito informatico: l'usabilità e l'accessibilità.

L'**accessibilità** di un sito è relazionata soprattutto alla sua fruibilità. Un sito Web ben costruito non deve prevedere barriere digitali e deve poter essere utilizzato da qualsiasi tipo di utente, soprattutto da persone con disabilità che utilizzano speciali apparecchiature come ad esempio lettori o ingranditori di schermo. Un sito può definirsi accessibile se è [33]:

- *percepibile*: presenza di contenuti fruibili attraverso mezzi differenti e alternative di testo per la visione delle immagini e l'ascolto dei video
- *utilizzabile*: mancanza di barriere che ostacolano l'utilizzo dell'interfaccia

- *comprensibile*: chiarezza nella modalità di utilizzo e nei funzionamenti del sito, facile lettura del testo ed esplicitazione di eventuali abbreviazioni
- *robusto*: utilizzo di un codice che possa essere supportato da diversi browser o dispositivi, tenendo in conto anche delle tecnologie assistive che permettono una diversa interpretazione dell'interfaccia.

La normativa vigente in Italia riguardo l'accessibilità dei siti Web è la n. 4 del 9 gennaio 2004, chiamata anche "Legge Stanca".

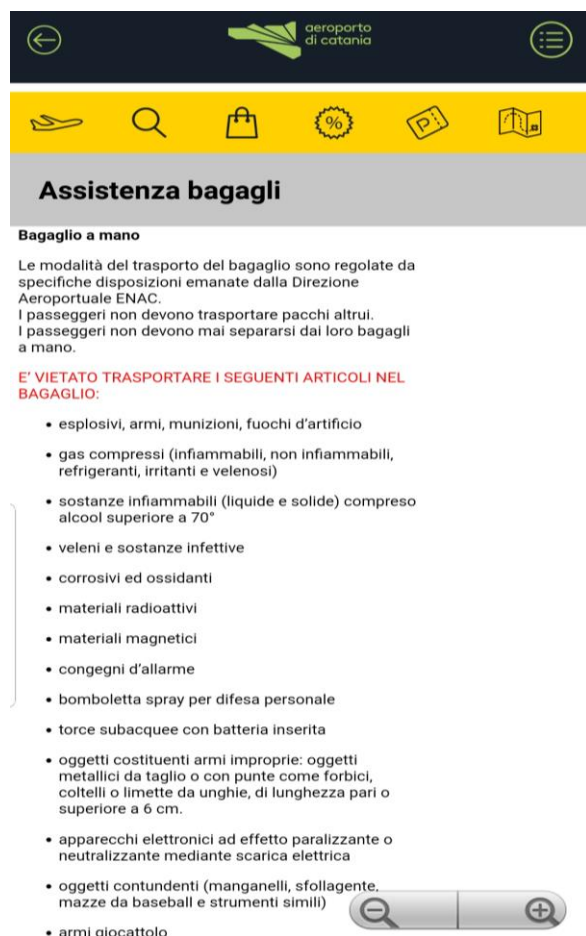
Il concetto di **usabilità** fa riferimento al "grado in cui un prodotto può essere usato da specifici utenti per raggiungere specifici obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d'uso" [29].

Quando si progetta un sito o un'applicazione Web bisogna tenere in conto non solo della sua fruibilità ma anche della facilità attraverso cui si trovano i contenuti o le informazioni che uno specifico utente sta cercando. Le risorse devono dunque essere disposte in modo intuitivo e devono rendere piacevole la navigazione.

L'Aeroporto di Catania presenta in generale un sito abbastanza intuitivo e di facile utilizzo (www.aeroporto.catania.it). L'interfaccia si adatta a seconda del dispositivo utilizzato e la pagina funziona correttamente da diversi browser. I colori e il testo utilizzato sono ottimi in quanto permettono di leggere senza particolari disturbi; il sito nel complesso risulta essere armonioso grazie ad una corretta alternanza di immagini e parte testuale. Le informazioni legate all'ambito aeroportuale sono aggiornate in tempo reale e facilmente reperibili e quando il sito non prevede delle spiegazioni esaustive riguardo un determinato tema, sono presenti dei link che indirizzano l'utente alle relative pagine di riferimento. L'applicazione ufficiale dell'aeroporto è "CTAairport", scaricabile sia su *Google Play* che su *Apple Store*. L'app è molto intuitiva: presenta una homepage dove è prevista la scelta della lingua tra italiano e inglese e un menu a tendina laterale con varie voci, a seconda

di cosa si sta cercando; è possibile inoltre ingrandire il testo attraverso lo strumento “zoom” in modo da facilitare la lettura a chi ha problemi di vista (vedi Figura 6).

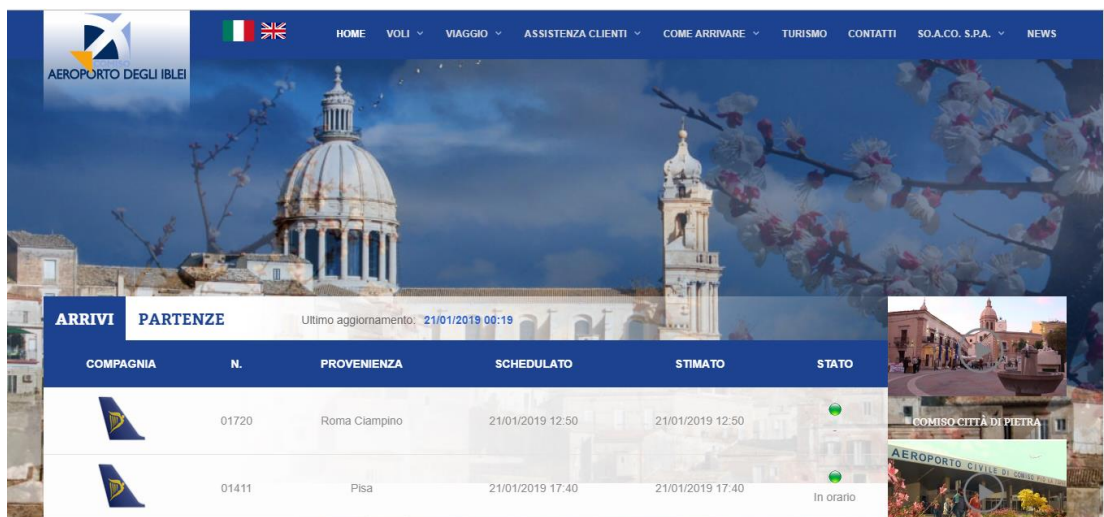
Figura 6. Schermata dell'applicazione "CTAairport"



Al contrario dell'Aeroporto di Catania, il sito Web dell'Aeroporto di Comiso (www.aeroportodicomiso.eu/) presenta una homepage poco gradevole. Lo sfondo della pagina principale ad esempio è costituito da delle foto di bassa qualità che si succedono tra loro. Risulta essere poco fruibile anche per quel che riguarda i colori

e la posizione delle varie immagini o sezioni, che spesso si sovrappongono tra loro (vedi Figura 7).

Figura 7. Homepage dell'Aeroporto di Comiso



Non tutte le sezioni sono aggiornate come ad esempio la sezione presente nella pagina principale “news” che porta come data dell’ultimo articolo il 5 giugno 2018. Alcuni percorsi infine sono dei vicoli ciechi in quanto non hanno alcuna utilità: se si clicca la voce “assistenza clienti” dal menu a tendina orizzontale, si apre un sottomenu in cui la sezione “food & shopping” è completamente vuota.

Tirando le somme su quanto appena approfondito, si può constatare che l’Aeroporto etneo è fornito di un’applicazione e un sito Web adeguati, l’Aeroporto di Comiso invece risulta avere un sito abbastanza datato che dovrebbe essere assolutamente rivisto. Usando diversi validatori online infatti sono stati riscontrati diversi problemi: errori durante la riproduzione di contenuti video, audio e animazioni, sito web poco distinguibile, tempo di caricamento della pagina abbastanza lento, sito poco navigabile. È importante correggere tali errori perché spesso avere un sito Web poco soddisfacente e funzionale comporta la chiusura della pagina Web appena visitata dall’utente.

Capitolo IV

Le opportunità del turismo digitale

Dopo aver approfondito la situazione attuale degli aeroporti di Catania e Comiso, nel presente capitolo si tratterà dell'importanza del Web e dei cambiamenti avvenuti nel settore turistico in seguito alla rivoluzione digitale. La nascita di Internet ha rivoluzionato completamente la quotidianità delle persone, rappresentando un cambio epocale nella storia della comunicazione e dell'informazione. Oramai è impensabile vivere senza uno smartphone, una smart tv o un computer [22].

Oggi giorno l'unico modo per rimanere competitivi nel mondo del turismo è proprio quello di sfruttare le opportunità offerte dal turismo digitale. Dopo aver analizzato l'evoluzione del turismo in seguito alla nascita del "Social Web" si è deciso di intervistare il tour operator incoming Dimensione Sicilia, leader nel panorama del turismo incoming siciliano, che recentemente ha deciso di investire parte del proprio business nel marketing digitale e dell'e-commerce.

4.1 L'avvento di Internet

La prima versione di Internet risale al 1969 ed è ideata da un gruppo di americani che lavorava per il Ministero della Difesa durante gli anni della Guerra Fredda. Il progetto ARPA (Advanced Research Projects Agency), gestito dall'architetto polacco Paul Baran, prevedeva la creazione di un network sicuro tramite cui i militari statunitensi potessero comunicare in maniera puntuale informazioni segrete. La prima rete ideata era capace di trasmettere solo informazioni testuali tramite protocolli FTP⁸ e si chiamava ARPANET. Viaggiava molto lentamente (50Kbit/s) e si basava sull'architettura client/server. La rete servì a collegare quattro nodi dislocati in diverse parti dell'America: l'Università dello Utah, l'SRI di Stanford,

⁸ File Transfer Protocol, protocollo utilizzato per lo scambio di file

l'Università di Los Angeles e l'Università di Santa Barbara. Un ulteriore passo avanti venne fatto nel 1972 poiché in quell'anno cadde il segreto militare e la rete diventò pubblica. Vennero dunque create la rete francese CYCLADES e la rete norvegese NORSAR che permisero il collegamento tra l'University Collage di Londra e ARPANET. Sempre nello stesso anno lo scienziato Ray Tompson inventò la posta elettronica, comunemente detta e-mail, mezzo di comunicazione che consente di inviare un messaggio dall'altra parte del mondo in soli pochi secondi. La funzione di Internet stava dunque cambiando: da rete "per pochi" dedicata a scopi militari e governativi si stava trasformando in rete "per tutti".

L'anno della svolta fu il 1982, anno in cui vennero introdotti i protocolli IP (Internet Protocol) e TCP (Transmission Protocol Control) che permisero il collegamento e lo scambio di informazioni tra le varie reti⁹. Questi due protocolli, tutt'oggi utilizzati per la comunicazione online, assegnavano un codice univoco ad ogni singolo nodo e gestivano le informazioni che intercorrono tra i vari nodi. Nel 1991 invece, alcuni informatici crearono il protocollo HTTP (HyperText Transfer Protocol) e quindi il primo sito Web. Quest'ultimo permetteva l'inserimento di pagine di testo connesse fra loro tramite collegamenti ipertestuali chiamati link (dall'inglese collegare).

Nacque infine il World Wide Web: una sorta di contenitore pieno di migliaia di siti Web, strutturati tramite il linguaggio HTML (HyperText Markup Language), dove era possibile inserire testi, immagini, musica e video. L'HTML nello specifico, oltre all'impaginazione del sito, consente di impostarne il layout. Tramite i primi browser Web quindi sempre più utenti riuscivano a effettuare una ricerca su Internet. L'architettura della ricerca, detta *query*, è quella del client/server: il client (normalmente un browser Web) dopo aver formulato e inviato una domanda ottiene una risposta da uno dei tanti Web server appartenenti al World Wide Web. Per rendere più facile la ricerca delle informazioni nel Web, vennero creati anche i

⁹ La parola internet significata infatti "rete di reti" ed è formata dalla parola latina inter (tra) e dalla parola inglese net (rete)

search engine come Google o Bing, motori di sono in grado di cercare i contenuti desiderati e ordinarli per ordine di rilevanza in pochi millesimi di secondo.

L'attuale rete informatica è dunque formata da milioni e milioni di computer che interagiscono tra loro tramite reti locali, reti metropolitane e reti geografiche. La prima tipologia di rete, detta anche LAN (Local Area Network) è la rete nella sua forma essenziale, ovvero un insieme di computer collegati tra loro e circoscritti in una piccola area. Il secondo tipo di rete, chiamata MAN (Metropolitan Area Network) connette invece una zona più ampia, come ad esempio un comune o un'intera città. Infine, la rete WAN (Wide Area Network) tramite l'uso dei router permette la copertura di zone geografiche molto estese. Recentemente sono anche state inserite due nuove tipologie di rete dette PAN (Personal Area Network) E WLAN (Wireless Local Area Network): la prima è una rete che unisce, via cavo o senza, dispositivi situati nel raggio di pochi metri, la seconda adotta solo l'uso delle radio frequenze, permettendo la connessione fra vari HOST all'interno un'area relativamente circoscritta.

4.2 Il Web 2.0 o “Social Web”

Il Web 2.0 rappresenta la fase successiva rispetto a quanto precedentemente scritto riguardo la nascita e lo sviluppo di Internet, definito Web 1.0. La differenza tra queste due fasi non è basata sul cambiamento della struttura attraverso cui funziona il Web, rimasta pressoché immutata. Ciò che li differenzia è il modo in cui viene inteso oggi il mondo di Internet: da un contenitore di informazioni statiche, utilizzato esclusivamente come mezzo di consultazione, si è trasformato in un luogo virtuale dove è possibile comunicare con gli altri, cercare informazioni, comprare online, condividere i propri contenuti e molto altro ancora. Il cambiamento sostanziale sta quindi nel modo e nel motivo per cui adesso si naviga su Internet; l'utente, dapprima definito solamente *consumer*, adesso è diventato un *prosumer* ossia un consumatore e produttore di contenuti e servizi allo stesso tempo.

Il passaggio al Web 2.0 ha significato la nascita di nuove realtà virtuali sempre più interattive, stravolgendo completamente le abitudini di migliaia di persone. Lo sviluppo dell'aspetto relazionale del Web è stato sicuramente una delle novità più importanti e anche per questo si parla di "Social Web": social network come Facebook, Twitter o Myspace ma anche blog, chat e siti Web come Wikipedia, Youtube o Tripadvisor si basano infatti sulla creazione e la condivisione di contenuti, oltre che sulla comunicazione tra i vari iscritti.

Un'altra novità importante infine è stata l'introduzione delle applicazioni mobile, chiamate normalmente app. Si tratta di programmi software ideati per essere installati su dispositivi smartphone o tablet con il fine di agevolare l'uso di determinati siti Web anche senza l'utilizzo di un computer. Le app, scaricabili dai cosiddetti *market* o *store*, sono la naturale conseguenza del Web 2.0 o Social Web. Nel mondo reale, sempre più frenetico, spesso non si ha tempo per fare tutto ciò che si vorrebbe, come ad esempio concedersi del tempo per socializzare o dedicarsi tranquillamente allo shopping; nel mondo virtuale invece tutto ciò è più facile in quanto proprio grazie all'invenzione delle app oggi è possibile fare più cose contemporaneamente. Fare la spesa tramite cellulare mentre si viaggia sul treno per andare in ufficio, chattare con i propri amici durante la pausa pranzo o prenotare appuntamenti mentre si cucina sono solo alcune delle infinite possibilità che offre la nuova tecnologia digitale. La quotidianità della maggior parte delle persone vede dunque la coesistenza di due mondi: quello virtuale e quello reale.

4.3 Il turismo digitale

La nascita della tecnologia, e in particolar modo del Web 2.0, ha inevitabilmente cambiato e stravolto il settore turistico in tutti i suoi aspetti. Grazie alla facilità con cui è possibile reperire informazioni, le ITC hanno contribuito soprattutto alla crescita del turismo di massa (vedi Grafico 4), incoraggiando a viaggiare sempre più persone. In Italia ad esempio il settore turistico nel 2017 è valso ben 70 miliardi

di euro, pari al 10,3% del PIL complessivo nazionale. Il MIBACT¹⁰ inoltre ha affermato che nel biennio 2015-17 si è assistito alla crescita degli arrivi internazionali, generando un volume di affari di circa 6.500 miliardi di euro e un'occupazione diretta intorno ai 108 milioni di posti di lavoro [37].

Grafico 4 [37]



Prima dell'avvento di Internet, chi desiderava prenotare una vacanza doveva obbligatoriamente recarsi presso un'agenzia di viaggi e consultarsi con l'agente o documentarsi tramite le brochure e i cataloghi cartacei a disposizione. Le informazioni riguardo una destinazione erano limitate e mirate alla vendita della meta piuttosto che disinteressate e imparziali. Tutti i vari passaggi dunque erano gestiti dall'agenzia che si occupava di prenotare i biglietti, la struttura alberghiera dove pernottare, le escursioni da effettuare e così via, creando infine dei pacchetti

¹⁰ Ministero dei beni e delle attività culturali del turismo

turistici pronti per essere venduti. Il cliente non aveva spesso la minima possibilità di personalizzare o cambiare i dettagli del viaggio soprattutto durante la vacanza.

Oggi, grazie alla celerità e alla pervasività di Internet il turismo è diventato sempre più digitale e il modo in cui viene organizzato il viaggio è completamente cambiato. Poiché proprio per la sua intangibilità il viaggio è un prodotto che si presta perfettamente per essere distribuito e venduto online. Secondo le recenti ricerche effettuate dall'Osservatorio per l'Innovazione Digitale, si stima che il turismo digitale vale più di 14 miliardi di euro, rappresentando un quarto del valore complessivo del turismo (58,3 miliardi di euro) [30]. Il trend è in costante aumento non solo perché sempre più persone prenotano e reperiscono informazioni tramite Internet ma anche perché è in crescita il numero di piccole realtà aziendali disposte ad investire nel campo dell'innovazione e della tecnologia per rimanere competitive. Non va infine dimenticata l'importanza delle OTA (Online Travel Agency) come Booking.com o Expedia, colossi del settore.

Il Web oramai è determinante in tutte le fasi del viaggio. Il potenziale viaggiatore prima di scegliere tra varie mete adesso ha a disposizione un'infinità di informazioni, immagini e opinioni che può consultare comodamente da casa. Queste ultime, oltre a essere reperibili nei siti Web dei vari attori che operano nel turismo, provengono anche dai cosiddetti *prosumer*, ovvero viaggiatori che sono già stati in una determinata meta. Il consumatore infatti diventa produttore nel momento in cui condivide la propria esperienza con il Web tramite social network come Instagram, blog personali dedicati ai viaggi o siti Web come TripAdvisor, nato proprio con lo scopo di recensire attrazioni turistiche, strutture alberghiere e ristoranti. Il passaparola virtuale generato spesso nella fase post viaggio assume dunque un ruolo decisivo dato che la parola degli altri consumatori viene spesso considerata più attendibile e veritiera rispetto a quanto detto dai vari operatori turistici.

Tornando al processo d'acquisto, una volta raccolti i dati necessari si passa all'acquisto di un pacchetto turistico o delle varie componenti di viaggio. Proprio per

l'aspetto immateriale ed esperienziale del prodotto in questa fase è decisivo per le aziende avere siti Web o pagine sui social network che attirino l'interesse del potenziale compratore ed è importante pubblicare contenuti chiari e d'impatto, in modo da stimolare il desiderio di acquisto.

Oltre che durante la fase pre e post viaggio, Internet viene utilizzato anche durante il viaggio vero e proprio. Secondo uno studio condotto sul turismo digitale [22] il 44% dei turisti italiani mentre è in vacanza utilizza varie app come quelle dedicate alla prenotazione di strutture ricettive e ristoranti, alla consultazione del meteo o delle mappe geografiche (vedi Grafico 5).

Grafico 5 [22]



Infine, sempre per quanto concerne il turismo digitale, oramai sono molte le tecnologie usate nel settore dei viaggi e dell'accoglienza: robot concierge, intelligenza artificiale, chat bot e realtà aumentata sono solo alcune delle tecnologie attualmente in atto. Un esempio recente è dato dalla creazione del Livebot da parte dell'azienda LiveHelp, leader nel settore dell'assistenza clienti in ambito turistico.

Nello specifico, la chat bot creata per la compagnia aerea Airtaly si occupa di interagire con il cliente nella fase di prevendita dei biglietti aerei. Lo scopo non è ovviamente quello di ridurre il personale dedicato all'assistenza clienti, bensì è quello di velocizzare i tempi di attesa, gestendo le domande di routine automaticamente, senza bisogno dell'intervento del customer care. A tale proposito il direttore commerciale dell'azienda ha stimato che le chat gestite dal personale sono calate da 15mila a 9mila al mese, garantendo un servizio più efficiente e standardizzato [25].

4.3.1 L'evoluzione della catena distributiva turistica

Le tecnologie digitali hanno cambiato completamente non solo le abitudini dei consumatori ma anche il modo di lavorare degli operatori del settore. Il Web ha portato principalmente due grandi novità: la nascita di nuovi intermediari come le OTA (Online Travel Agency) e la proliferazione di figure professionali come il social media marketing manager o il travel blogger. Ma ha causato anche la progressiva scomparsa di altre professioni.

Per restare competitivi gli operatori del settore hanno dovuto reinventarsi investendo nel settore digitale per promuovendo e vendendo prodotti online. Oggi il processo e la modalità di prenotazione avvengono prettamente tramite Web e non avere un canale digitale equivale sostanzialmente a non essere sul mercato.

Prima dello sviluppo di Internet vi era una netta distinzione tra il produttore di un bene o di un servizio turistico e il distributore di quest'ultimo. Come già scritto, fino a qualche tempo fa per prenotare una vacanza i viaggiatori si affidavano alle agenzie di viaggio del loro comune di residenza. Una volta scelta la meta, gli agenti tramite comunicazione telefonica si occupavano di stipulare accordi con i produttori (tour operator, alberghi, ristoranti) in modo da vendere i diversi servizi. Il processo iniziò a cambiare a partire degli anni '60, grazie all'introduzione dei sistemi di prenotazione informatizzati definiti CRS (Computer Reservation System). I CRS

furono utilizzati per la prima volta dalle compagnie aeree per permettere la facile gestione e vendita dei singoli biglietti aerei. Successivamente la digitalizzazione del servizio di vendita interessò anche le agenzie di viaggio. Gli agenti iniziarono quindi a fruire dapprima dei CRS e in un secondo momento dei GDS (Global Distribution System), ovvero sistemi capaci di inserire più di un fornitore all'interno del sistema, rendendo globale l'offerta dei prodotti turistici.

I GDS tuttora utilizzati sono Amadeus e Galileo ma si tratta di sistemi privati e costosi utilizzabili solo dai professionisti del settore. Proprio per questa ragione negli anni '90 sono nate le prime agenzie di viaggio online (OTA): intermediari che basandosi sul principio dei GDS permettono al cliente finale di acquistare un pacchetto o vari servizi con un solo "click". Con la crescita dell'e-commerce viene a mancare quasi totalmente la figura professionale dell'agente di viaggio tradizionale: adesso il consumatore può assemblare il proprio pacchetto e personalizzarlo entrando direttamente in contatto con i tour operator, gli alberghi e le guide locali che operano in una determinata meta e che si sono saputi ritagliare il proprio spazio all'interno del Web.

4.4 Il caso del Tour Operator Incoming Dimensione Sicilia

Dimensione Sicilia Incoming Operator & DMC¹¹ (www.dimensionesicilia.it) è un tour operator leader nel settore turistico siciliano che opera sin dal 1985. Nonostante l'azienda sia nata con lo scopo di vendere pacchetti turistici alle varie agenzie di viaggio italiane, oggi vanta un portfolio di clienti internazionali molto ampio. Oltre ai mercati affermati come Francia, Spagna, Germania, Regno Unito o Australia, Dimensione Sicilia opera anche in mercati emergenti come Giappone, Cina, Brasile, Russia o Turchia. Come riportato nell'intervista effettuata al manager aziendale (vedi appendice allegato B), l'azienda è riuscita a trovare il proprio spazio all'interno del mercato del turismo globale perché è riuscita a sfruttare sin da subito

¹¹ Destination Management Company

il potenziale offerto dal Web proponendo i propri servizi non solo alle agenzie ma anche ai clienti finali. Nonostante la crescita del settore “viaggi fai da te”, l’azienda crede molto nel valore aggiunto offerto ai propri clienti e spiega così il motivo del loro successo aziendale:

“Chi prenota con Dimensione Sicilia si affida a esperti che conoscono il territorio, a uno staff specializzato e affidabile. Inoltre, il tour operator è in grado di offrire dei pacchetti turistici a dei prezzi competitivi grazie alla rete di contatti che riesce a instaurare con operatori e fornitori locali. Per ultimo ma non meno importante, Dimensione Sicilia garantisce al cliente assistenza non solo nelle prime fasi di creazione e organizzazione del viaggio, ma anche durante la vacanza, instaurando un rapporto di fiducia con la clientela [B].”

Il core business dell’azienda è rappresentato da:

- Viaggi incentive: esperienze create ad hoc in base alle richieste delle aziende per i propri dipendenti
- Viaggi congressuali: organizzazione nei minimi dettagli dei viaggi business
- Viaggi leisure tailor made: costruzione di itinerari su misura a seconda delle esigenze dei clienti
- Viaggi di gruppi organizzati: tour di Sicilia standardizzati e all’inclusive
- Viaggi scolastici: itinerari educativi pensati apposta per studenti

Tutte queste tipologie di viaggio sono create da uno staff composto da ben 27 dipendenti suddivisi tra il dipartimento commerciale, il dipartimento marketing, l’amministrazione e l’ufficio legale. L’azienda nel 2018 ha gestito ben 36.765 viaggiatori [B] soprattutto grazie al loro prodotto di punta, i tour Sicilian Secrets. La vendita di questi itinerari nel 2018 ha addirittura subito un incremento del 45% [B] rispetto all’anno precedente, soprattutto grazie alle campagne di marketing online e al sito web dedicato: www.siciliansecretstour.eu (vedi Figura 8). Il tour operator organizza ben 8 tour con partenze regolari da Catania e Palermo ed è attivo da marzo a ottobre. L’offerta include anche estensioni di viaggio presso altre rinomate località italiane come la Costiera Amalfitana, la Puglia, Roma e anche la vicina isola

di Malta. Si tratta di viaggi *all inclusive* che comprendono i servizi principali (trasporto, albergo, cena, guide locali e degustazioni).

Figura 8. Homepage del sito Web www.siciliansecretstour.eu



Il profilo generale dei clienti del Sicilian Secrets è prevalentemente composto da persone di età compresa tra i 50 e gli 80 anni che preferiscono viaggiare in gruppo e accompagnati da una guida esperta. Il 33% circa sono privati, i restanti prenotano tramite agenzie e tour operator nazionali e internazionali. Si tratta di una fascia di mercato che comprende i turisti di lingua inglese, spagnola e italiana [B].

Data la strategia vincente adottata riguardo l'organizzazione dei tour preimpostati si è infine chiesto al manager un parere rispetto al piccolo aeroporto ibleo e alle opportunità ad esso legate, come ad esempio la creazione di tour ad hoc con partenza e rientro da Comiso. L'azienda oltre ad avere un giudizio positivo riguardo la funzionalità dell'Aeroporto, ha dichiarato di essere disposta a investire nella creazione di nuovi tour. Questi ultimi, secondo Dimensione Sicilia, permetterebbero infatti di far defluire i grandi flussi anche in altre zone meno conosciute della Sicilia ma ugualmente meravigliose [B].

4.5 L'importanza del marketing digitale per un prodotto turistico

Il mondo del turismo e dell'accoglienza, ma più in generale il settore dei servizi, proprio per la sua l'intangibilità ha trovato nel marketing digitale un ottimo alleato.

Prima di spiegare cosa sia il marketing digitale e la sua importanza è necessario innanzitutto capire di cosa si occupa il marketing in generale. Il marketing è quel processo sociale e manageriale diretto a soddisfare bisogni ed esigenze attraverso processi di creazione e scambio di prodotti e valori. È l'arte e la scienza di individuare, creare e fornire valore per soddisfare le esigenze di un mercato di riferimento, realizzando un profitto [4]. Il marketing non si esplica in una singola azione, è piuttosto l'insieme di più azioni volte al soddisfacimento del consumatore finale e quindi al successo aziendale. Il ruolo del marketing è quello di individuare i bisogni e le esigenze degli utenti in modo tale da offrire prodotti¹² specifici in base alle loro richieste. Comprendere le necessità dei vari consumatori non è facile e per questo bisogna sfruttare il più possibile i dati raccolti e i risultati dei propri competitor. Non bisogna inoltre dimenticare l'importanza dei fattori culturali e sociali che influenzano un determinato target. La soddisfazione finale dell'acquirente dipende tanto dalle aspettative derivanti da precedenti acquisti quanto dalle informazioni fornite dall'azienda. La prestazione percepita deve dunque rispecchiare il trasferimento di valore promesso dal produttore, solo così è possibile generare un *customer value* positivo.

Il marketing digitale è una branca del marketing che comprende tutte le attività intraprese da un'azienda attraverso l'uso di tecnologie e canali digitali, spesso in sinergia con altri strumenti del marketing tradizionale. Lo scopo è quello di creare una comunicazione integrata, personalizzata e interattiva in grado di sviluppare e fidelizzare maggiormente la propria clientela [4]. Gli strumenti principali di cui si

¹² Nel marketing un prodotto è qualsiasi cosa (bene o servizio) che possa essere offerto per soddisfare un bisogno o un'esigenza.

avvale il *digital marketing* sono: i canali digitali, la personalizzazione, l'integrazione, l'ascolto, la misurazione e la relazione [23].

Differentemente da quanto accade con i prodotti fisici, beni intangibili come i viaggi non possono essere provati prima dell'acquisto e quindi generano maggiore insicurezza. Proprio per la sua funzione informativa, Internet rappresenta dunque un mezzo di comunicazione e di vendita valido soprattutto per il settore dei servizi. Tramite i vari canali digitali è possibile reperire informazioni dettagliate e opinioni riguardo qualsiasi prodotto. Le tecnologie digitali hanno cambiato l'intera esperienza del consumatore: dal pre-acquisto all'e-commerce, al post-acquisto. Oggi non essere presenti su World Wide Web equivale a rimanere fuori dal mercato: un'azienda che non ha un almeno un canale digitale è un'azienda che comunica la propria assenza [19]. Internet ha infatti permesso anche alle piccole realtà di trovare il loro target all'interno di un mondo sempre più proiettato verso la globalizzazione. Non sfruttare le sue potenzialità significa rimanere fuori dal mercato, specialmente dopo che mass media come la tv o la radio hanno perso la loro efficacia iniziale.

Per quel che riguarda la creazione di siti Web, o contenuti come newsletter, post o articoli di blog, il *digital marketing* si basa sui principi del content marketing. Quest'ultimo ha come obiettivo principale la creazione di contenuti strategici da condividere o pubblicare sui vari canali social, sul blog o sul proprio sito Web. In un mondo in cui si è costantemente bombardati da messaggi pubblicitari, bisogna saper fare la differenza e riuscire ad attirare l'attenzione dell'utente. Un messaggio efficace deve essere dunque d'impatto, comprensibile, originale e credibile. Deve essere pubblicato su più canali possibili e riformulato a seconda delle caratteristiche di ciascun canale (un contenuto pubblicizzato sul social network LinkedIn non può avere le stesse caratteristiche di un post pubblicato su Facebook).

È fondamentale misurare l'impatto generato da un determinato contenuto e il tasso di gradimento di quest'ultimo. Misurare e monitorare i propri prodotti permette all'azienda di capire quali sono gli aspetti da migliorare e i punti di forza aziendali.

Nel caso dei social network il successo si misurerà attraverso i “like” ottenuti, i commenti postati e le condivisioni. Nel caso di un sito Web, per misurare e monitorare le visite e le interazioni bisogna ricorrere a degli specifici strumenti digitali. Google Analytics ad esempio è un servizio offerto da Google che in maniera gratuita ti permette di esaminare in maniera puntuale le statistiche sugli utenti che hanno visitato il tuo sito (provenienza, tempo di navigazione, pagine più visitate). Questo strumento è in grado di rintracciare i visitatori che sono arrivati su un determinato sito Web anche attraverso *referral*, annunci pubblicitari *pay per clic* o newsletter. In conclusione, si può affermare che il sito Web o i contenuti digitali hanno bisogno di essere monitorati, aggiornati e studiati di continuo. Una volta che un prodotto viene sponsorizzato o venduto online, tramite sito Web e i canali social, si dovrà pertanto analizzare il comportamento degli utenti per poter capire se si è fatto un buon lavoro o se bisogna aggiustare il tiro riformulando il proprio concept e analizzando più dettagliatamente le esigenze del target prescelto.

Capitolo V

Flussi turistici attuali e potenziali della Sicilia Sud Orientale

Capire il grado di attrattività e l'opinione rispetto a una determinata meta sia di chi è già stato in un territorio che di chiunque voglia recarvisi è fondamentale poiché permette di individuare le preferenze dei vari target. Attraverso un questionario riguardo la Sicilia Sud Orientale, si svilupperà dunque un'offerta turistica che terrà in considerazione da una parte le esigenze dei vari target di viaggiatori e dall'altra i limiti che permettono il pieno sviluppo del territorio come destinazione turistica principale.

4.1 Presentazione dell'indagine

L'indagine, somministrata sia a cittadini italiani che europei, ha permesso attraverso delle semplici domande di capire le scelte effettuate o potenziali dei partecipanti. È stato scelto il questionario online come strumento metodologico di raccolta dati poiché rappresenta il metodo di distribuzione meno invadente tra tutte le opzioni disponibili. Inoltre, avendo preso in esame soggetti residenti in città che in nazioni differenti, è risultato essere il metodo più adeguato al fine di raggiungere virtualmente quante più persone possibili. Le domande sottoposte sono state utili per:

- Identificare area geografica di appartenenza, sesso ed età media dei partecipanti
- capire se la Sicilia è in generale una destinazione turistica affermata
- analizzare le scelte di viaggio dei turisti durante il loro soggiorno nella Sicilia Sud Orientale e le opinioni riguardo la destinazione e i servizi di cui hanno usufruito
- capire se chi non è mai stato in Sicilia Sud Orientale sarebbe interessato a recarvisi qualora fosse presente un volo diretto verso l'Aeroporto di Comiso

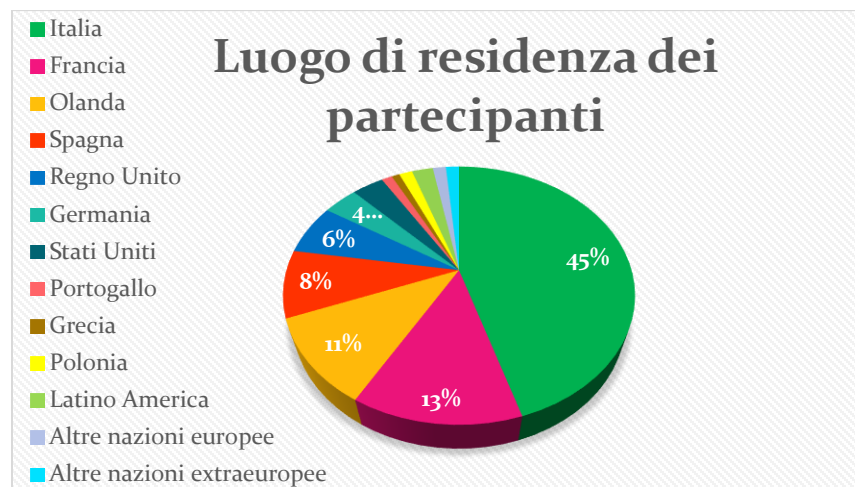
- Identificare vari target turistici in modo da offrire soluzioni mirate a seconda del budget che si intende spendere

Per motivi di tutela della privacy è stato deciso di non indicare nome e cognome o indirizzo e-mail dei soggetti in esame, in quanto non indispensabili ai fini dell'analisi dei risultati. Per avere un quadro chiaro delle risposte, sono stati utilizzati i grafici in quanto consentono un impatto visivo immediato dei risultati. Il questionario è visionabile in appendice.

4.2 Analisi dell'indagine

L'indagine svolta ha raccolto i dati di 355 partecipanti attraverso due questionari: il primo è stato sottoposto a cittadini italiani mentre il secondo, redatto in lingua inglese, è stato indirizzato principalmente a cittadini dell'Unione Europea. Le risposte provenienti da partecipanti che risiedono in Italia sono 150, gli altri 205 soggetti risiedono rispettivamente in Francia (45), Olanda (37), Spagna (29), Regno Unito (22), Germania (13) e altri paesi europei ed extra-europei, come riportato nel seguente grafico a torta (Grafico 6).

Grafico 6



All'indagine hanno partecipato 251 persone di sesso femminile e 104 persone di sesso maschile. Il 61% degli intervistati ha un'età compresa tra i 18 e i 30 anni, il 35% ha un'età compresa tra i 30 e i 55 anni e il 4% tra i 55 e gli 80 anni.

In seguito alla raccolta dei dati anagrafici, ai partecipanti è stato chiesto se fossero mai stati in Sicilia. I dati raccolti mostrano chiaramente che la maggioranza degli utenti che non risiedono in Italia non vi è mai stata (60%), al contrario il 76,7% degli italiani vi si è recato almeno una volta (vedi Grafico 7).

Grafico 7



Che la Sicilia sia una delle mete più gettonate di tutto il Mar Mediterraneo appare chiaro. Il quotidiano inglese *The Telegraph*, ad esempio, l'articolo intitolato "*Why Sicily is Europe's greatest island for a family holiday*" [34] loda l'intera isola spiegando perché vale la pena visitarla: il clima, il cibo, l'accoglienza della gente, il mare e la cultura, sono i principali motivi elencati. Il giornale francese *Le Figaro*, invece, nell'articolo "*Où partir en Europe? Notre sélection d'escapades dépayantes*" [28] inserisce la Sicilia tra le migliori destinazioni europee per chi è in cerca di un week-end lontano dalle grandi città, descrivendola come una meta bucolica e piena di fascino. Nonostante ciò, come si evince dall'indagine, sono

ancora tanti i turisti stranieri che hanno preferito esplorare altre mete anziché la Sicilia. Tale decisione spesso non dipende dalla scarsa attrattività della destinazione in relazione ai suoi principali competitor, ma piuttosto è influenzata dai punti di debolezza dell'isola che frenano i potenziali viaggiatori. I 19 intervistati che sono stati nella Sicilia Sud Orientale e che hanno risposto alla domanda facoltativa "Suggerimenti" hanno scritto principalmente riguardo la carenza di trasporti pubblici (8 risposte) e dei servizi dedicati al turista (3 risposte). Di seguito alcune risposte date

[ENG]

- "Having a car is crucial to be reaching the most beautiful places, but traffic can be quite a problem specially around the big cities or touristic destinations. But definitely a must visit place, specially Siracusa is an authentic gem."
- "I have been to Modica area and to the beach nearby there for 2 nights, 3 days, but I had to rely on a car of a friend who was with me and who is local, to be able to easily go to my holiday destination and move around. If you don't rent a car it's very difficult to visit a lot of beautiful places by transports"
- "The public transportation was absent."
- "The potential is massive. I believe they can improve the service level being opened to learn English so being able to better share the local products."

[ITA]

- "Migliorare i collegamenti extraurbani ed urbani."
- "La rete di collegamenti (treni e mezzi pubblici in genere) è insufficiente. Potenziale enorme ma inespresso, purtroppo."
- "Incrementare il trasporto pubblico."
- "Migliorare i servizi di trasporto pubblici e mantenere più pulite le città turistiche più visitate della Sicilia."
- "Maggiore informazione per aiutare i turisti e marketing territoriale per pubblicizzare una destinazione meravigliosa come la Sicilia."

Dai commenti soprariportati si può evincere come i cittadini italiani e stranieri abbiano riscontrato le stesse problematiche. Considerando che nel resto d'Europa

spostarsi tramite mezzi pubblici quali autobus e treni sia la normalità, è evidente come il fattore “trasporti” incida sulla decisione finale del vacanziero. Significativi a tale proposito sono i dati emersi dalle seguenti domande del questionario: “Come preferiresti muoverti?” per chi non vi è mai stato ma vorrebbe andarci (Grafico 8) e “Con quale mezzo ti sei mosso?” per chi è stato in Sicilia (Grafico 9).

Grafico 8

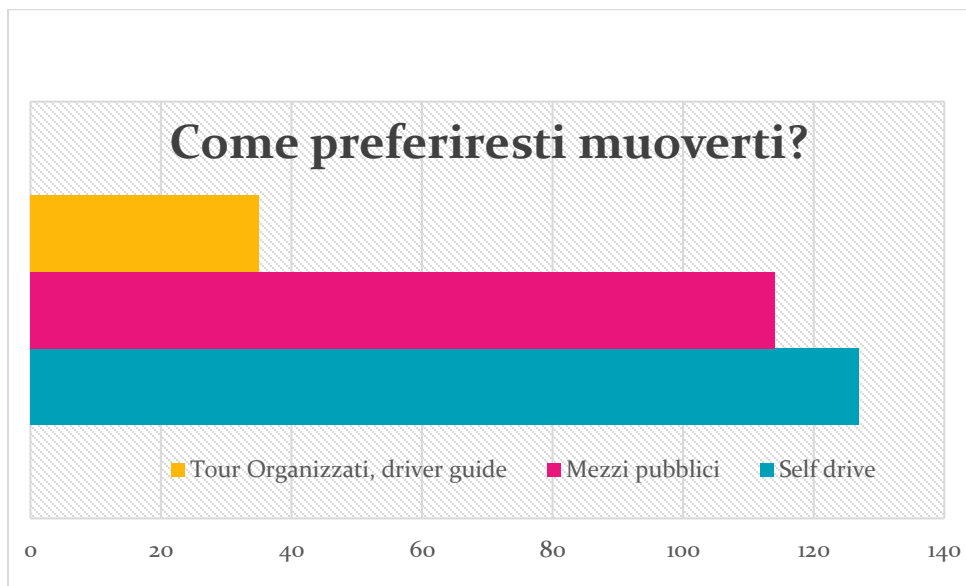
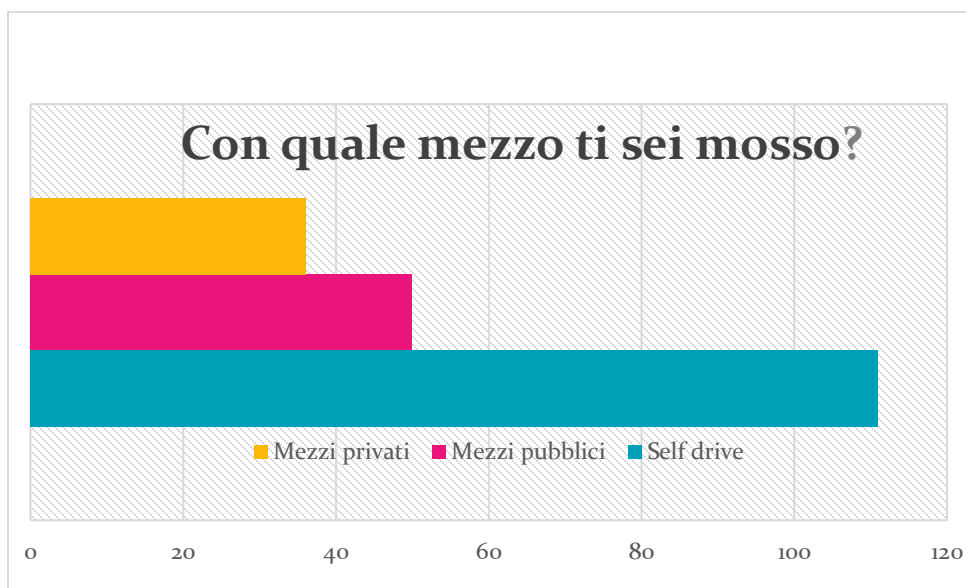


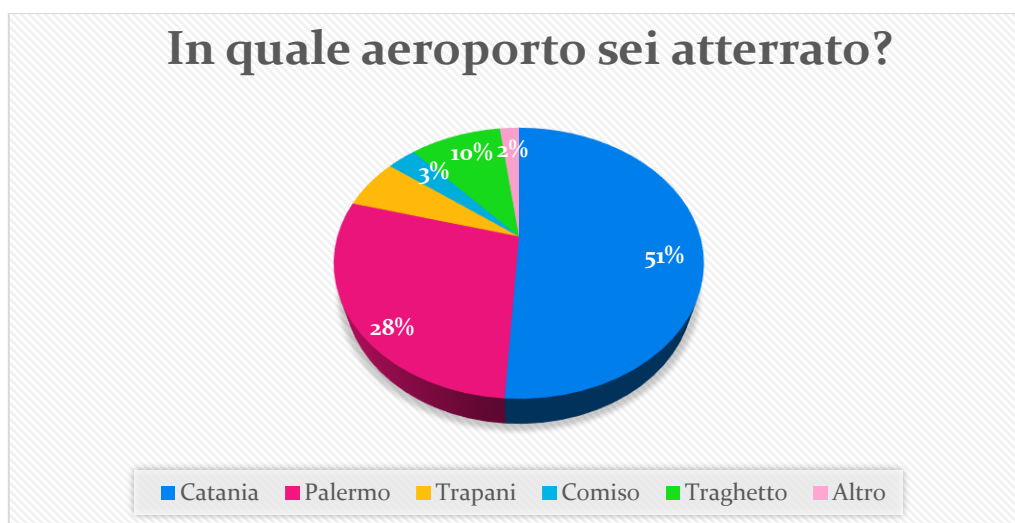
Grafico 9



Osservando i due grafici si noti come i soggetti che non sono mai stati in Sicilia Sud Orientale si dividono principalmente tra chi vorrebbe noleggiare un'auto (50,7%) e chi vorrebbe muoversi tramite trasporto pubblico (37,3%), la restante parte preferirebbe viaggiare tramite tour organizzati, driver guide o taxi (12%). Chi ha già visitato l'isola invece, ha deciso di muoversi per lo più tramite un'auto a noleggio o il proprio mezzo (54.4%) e solo il 28,7% è riuscito ad organizzare il viaggio tramite i trasporti pubblici. Il 16,9% infine ha optato per tour organizzati, driver guide o taxi. Come già detto, si può presumere dunque che una delle cause per cui i potenziali turisti non si trasformino in turisti effettivi sia proprio la difficoltà organizzativa in assenza di un mezzo privato. Tale condizione porta o alla scelta quasi obbligata di un'auto a noleggio o tour organizzati, oppure alla rinuncia del viaggio, a favore di qualche destinazione con un migliore trasporto locale.

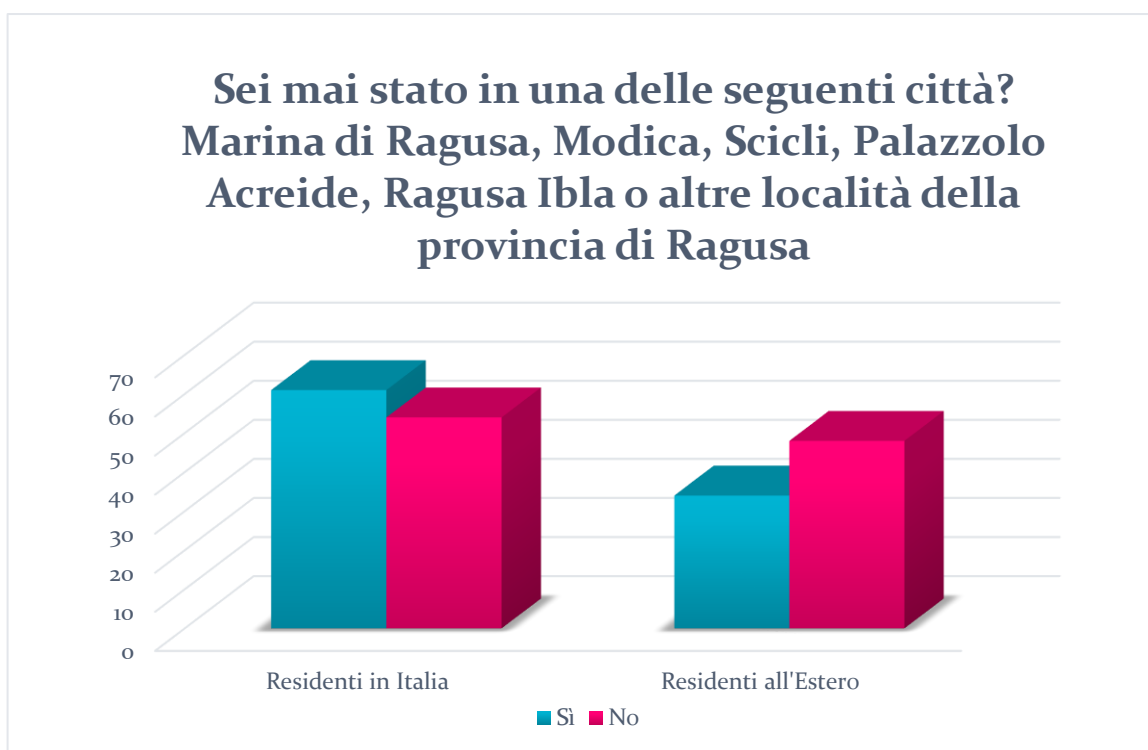
Procedendo con le domande, a coloro i quali hanno risposto sì al quesito: "Sei mai stato in Sicilia?" sono state poste delle domande utili a delineare un quadro generale del viaggio. Nello specifico, oltre al mezzo di trasporto utilizzato, è stato chiesto presso quale aeroporto fossero atterrati (vedi Grafico 10), e se fossero stati in una delle seguenti località tra: Ragusa Ibla, Modica, Scicli, Palazzolo Acreide, Marina di Ragusa o altre località della provincia di Ragusa.

Grafico 10



A chi ha risposto affermativamente alla domanda precedente, è stato successivamente chiesto se vi si fossero recati solo per un'escursione o se avessero soggiornato in uno dei precedenti luoghi e presso che tipologia di struttura avessero alloggiato (vedi Grafico 11).

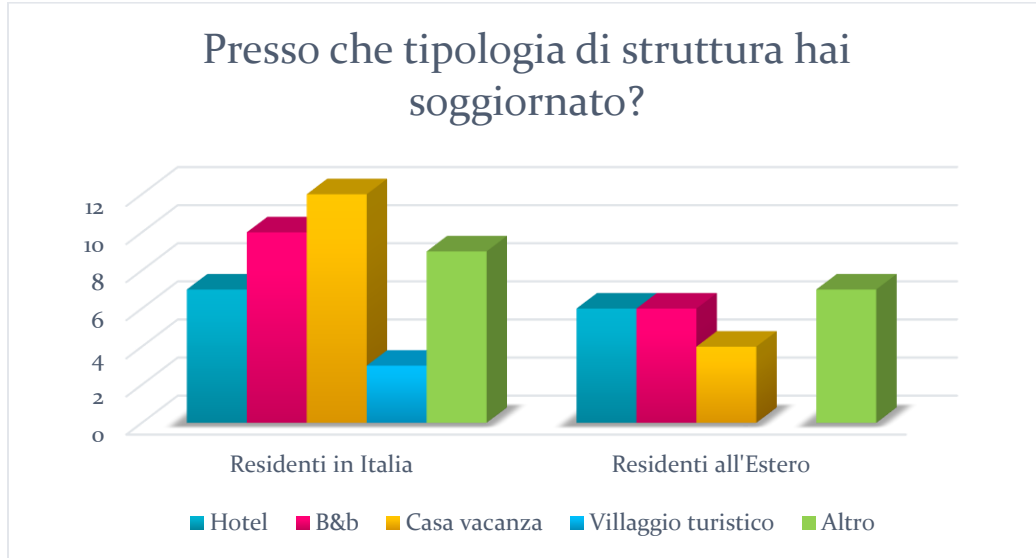
Grafico 11



Dai dati raccolti si evince che la maggioranza dei cittadini italiani abbia visitato almeno una volta anche le località della provincia di Ragusa. Al contrario la maggior parte dei cittadini stranieri non vi è mai stata, nonostante la vicinanza con l'Aeroporto di Catania che è il principale punto di arrivo dei turisti (51%).

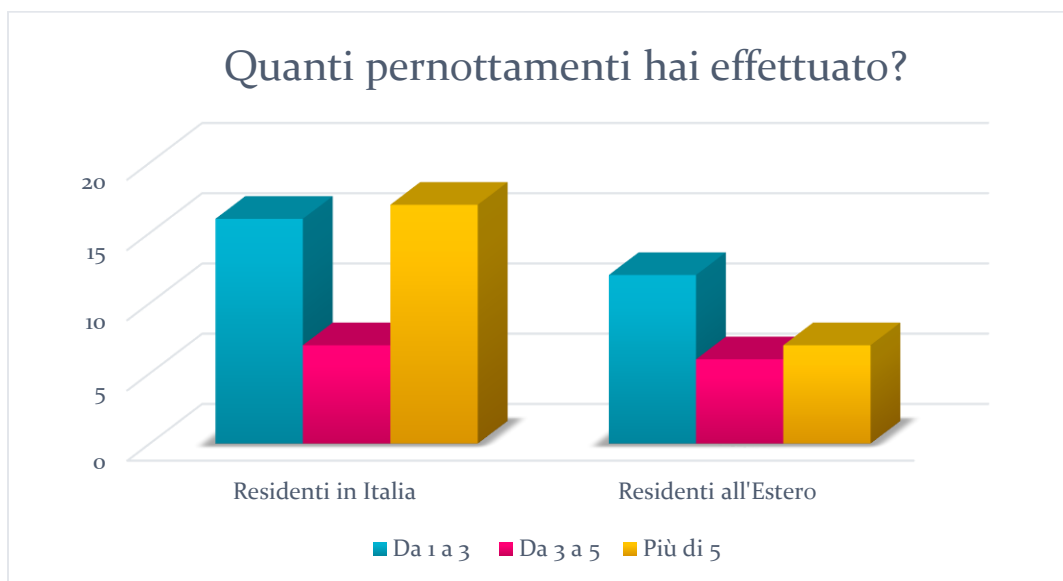
Più del 60% dei residenti in Italia e dei residenti all'Estero ha pernottato almeno una notte in Provincia di Ragusa prenotando un B&B (25,2%), Case Vacanze (23,3%) e altre tipologie di strutture come Agriturismi o case di parenti/amici (26%); un risultato contrastante si ha invece per quanto riguarda la scelta dell'hotel come tipologia preferita in quanto vi ha pernottato solo il 17% degli intervistati residenti in Italia, rispetto al 30,4% dei residenti all'estero (vedi Grafico 12).

Grafico 12



Ai pernottanti è stato quindi domandato anche il numero di notti trascorse presso le località interessate. La maggior parte degli stranieri ha soggiornato da 1 a 3 notti (52,2%), ma vi è anche un numero discreto di soggetti che ha effettuato più di 5 pernottamenti (30,4%); la risposta degli italiani si divide in due risultati principali: il 42,5% ha soggiornato più di 5 notti e il 40% da 1 a 3 notti, solo il 17,4% dei partecipanti totali da 3 a 5 notti (vedi Grafico 13).

Grafico 13



Incrociando i risultati appena descritti si possono delineare 2 tipologie principali di turisti: coloro che hanno effettuato solo un'escursione o hanno soggiornato in un hotel o in un B&B per un massimo di tre notti e coloro i quali hanno soggiornato più di 3 notti, prevalentemente in case vacanze o da amici/parenti. La prima tipologia di viaggiatore probabilmente ha effettuato un tour della Sicilia, visitando anche altre zone dell'isola; la seconda presumibilmente si è recata in vacanza da parenti o amici o ha trascorso le vacanze estive soggiornando in località marittime.

Infine, a tutti i soggetti che sono stati almeno una volta nella provincia di Ragusa è stato chiesto di esprimere un giudizio di gradimento dei servizi e dei luoghi visitati prendendo come riferimento una scala da 1 a 10. Complessivamente quasi la totalità dei partecipanti ha giudicato positivamente la destinazione e ben 39 persone su 86 hanno promosso la destinazione con 10 (vedi Grafico 14).

Grafico 14



Ritornando a uno dei quesiti iniziali, si analizzeranno adesso le risposte di chi visiterebbe volentieri le località della provincia di Ragusa e i suoi dintorni. Durante l'indagine, a chi non è mai stato in Sicilia o, nel caso in cui ci sia stato, non ha visitato la parte sudorientale dell'isola è stato mostrato un collage di immagini rappresentanti alcuni dei principali siti di interesse ragusani e i paesaggi tipici del territorio (vedi Collage 1) in modo da avere un'immagine complessiva dell'area. Infine, è stato domandato se, potendo comprare un volo per Comiso lo avessero acquistato (vedi Grafico 15).

Collage 1



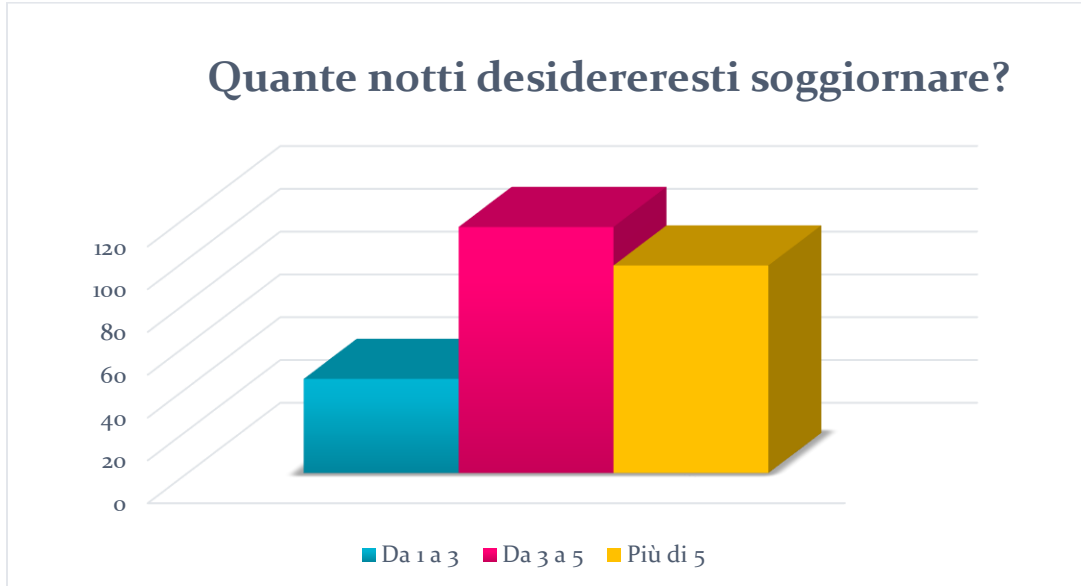
Grafico 15



Dal grafico sopra riportato appare evidente che i luoghi illustrati risultino abbastanza attrattivi da generare una risposta affermativa quasi all'unanimità, anche da parte di chi è già stato in altre zone della Sicilia. Solo 4 persone su 156 hanno risposto negativamente.

Per poter sviluppare un'idea di collaborazione sinergica tra enti locali che porti alla creazione di offerte turistiche mirate, si è infine chiesto ai potenziali turisti quanti giorni vorrebbero pernottare (vedi Grafico 16), come vorrebbero muoversi (vedi Grafico 6) e quanto sarebbero disposti a spendere per acquistare il biglietto aereo. Riguardo quest'ultima domanda è emerso che il 49,4% dei cittadini italiani spenderebbe sino a 50,00 euro mentre il 48,6% sino a 100,00 euro e solo il 2% anche di più. Agli stranieri invece è stata data una fascia di spesa leggermente più alta: spenderebbe sino a 80,00 euro il 43,1% degli intervistati, sino a 150,00 euro il 38,3% e anche oltre tale cifra il 18,6%. Osservando i risultati appena riportati, l'idea di specializzare l'Aeroporto Pio La Torre di Comiso in tratte aeree low-cost seguendo l'esempio dell'Aeroporto di Treviso (vedi Capitolo 3) sembra combaciare perfettamente.

Grafico 16



Tenendo conto della provenienza e della ricorrenza settimanale dei voli che atterrano e decollano dall'Aeroporto Pio La Torre di Comiso, i dati sino ad ora elaborati serviranno a creare degli itinerari self-drive e dei tour organizzati specifici che potranno essere inseriti in diversi portali OTA e/o rivenduti ad agenzie di viaggio locali situate in Italia, ma soprattutto all'Estero.

Oltre a delineare vari segmenti di mercato a seconda delle preferenze espresse dagli utenti, l'indagine è servita a sottolineare due fattori principali: la presenza di un target potenzialmente interessato alle località della Sicilia Sud Orientale e un'opinione generale positiva da parte di chi ha già visitato i luoghi in questione.

Capitolo VI

Caso studio: sviluppo di itinerari con partenza dall'Aeroporto di Comiso

Alla luce di quanto scritto sino ad adesso riguardo le potenzialità non ancora sfruttate dell'Aeroporto di Comiso e considerato l'alto tasso di gradimento della Sicilia Sud Orientale emerso dal questionario precedentemente analizzato, nel seguente capitolo si tenterà di delineare dei tour *ad hoc* da promuovere e vendere tramite canale digitale. È stato quindi sviluppato un sito Web dove sono stati inseriti i diversi tour proposti. Tale sito verrà successivamente inserito tra i prodotti turistici venduti dal Tour Operator Incoming Dimensione Sicilia. Quest'ultimo si è infatti mostrato favorevole all'avvio di un nuovo business incentrato sui turisti che usufruiscono dell'Aeroporto di Comiso.

6.1 Sviluppo dei tour della Sicilia Sud Orientale

I tour delineati prevedono la visita dell'area circostante all'aeroporto ma non solo. La zona inclusa nei pacchetti turistici creati comprende le località turistiche di Ragusa Ibla, Modica e Scicli ma anche siti un po' più distanti quali Noto, Piazza Armerina o Caltagirone. Quasi tutti questi luoghi sono stati nominati dall'UNESCO Patrimonio Mondiale dell'Umanità tanto per la loro bellezza quanto per la loro importanza storico-culturale. La zona del ragusano, famosa anche grazie al romanzo di Camilleri, è rinomata soprattutto per i tanti palazzi storici e per le magnifiche chiese costruite nel '700 in stile tardo-barocco. Ma è conosciuta anche per le splendide spiagge e per i paesaggi caratterizzati dalla macchia mediterranea. Oltre quanto appena detto, la Provincia di Ragusa è famosa per gli ottimi prodotti locali, come ad esempio i formaggi e il cioccolato modicano, che vengono esportati in tutto il mondo.

Un altro luogo inserito nel tour è Noto, culla del barocco siciliano. Questa città è conosciuta anche per altre due ragioni: l'Infiorata, ovvero il festival dei fiori che si

svolge ogni primavera e la produzione di mandorle pregiate, specialmente la varietà Pizzuta d'Avola.

Nella la zona centro-orientale, poco distanti da Comiso, si trovano le città di Caltagirone e Piazza Armerina. La prima è famosa per ceramica pregiata e per l'abilità dei mastri artigiani nella lavorazione e nella pittura di quest'ultima; mentre Piazza Armerina è il luogo in cui si trova la Villa Romana del Casale, un'antica villa romana extraurbana risalente al IV secolo in cui è possibile ammirare degli splendidi mosaici perfettamente conservati.

Considerando le preferenze dei viaggiatori si struttureranno due itinerari e due diverse tipologie di viaggio. Il primo itinerario - "Grand Tour of South East Sicily" - prevede un tour di 8 giorni mentre il secondo - "Long week-end in South East Sicily" - è un city-break di 3 pernottamenti. Questi due percorsi saranno proposti al cliente in due versioni: tour di gruppo organizzato (minimo 10 partecipanti) o self-drive in libertà. Quest'ultima scelta è stata pensata per permettere a diversi tipi di viaggiatore quale opzione fa più al caso loro.

L'opzione self-drive in particolar modo è dedicata a quel tipo di persona che durante la propria vacanza preferisce muoversi in totale libertà, senza avere schemi prefissati. Questa scelta viene spesso effettuata da chi viaggia con bambini piccoli o dai giovani che amano l'avventura.

L'opzione tour organizzato, al contrario, è progettata per chi vuole rilassarsi e viaggiare senza il problema di pensare a cosa fare e dove andare. Generalmente, come riscontrato nell'intervista a Dimensione Sicilia, questa tipologia di pacchetto è preferita dai viaggiatori di terza età in quanto meno propensi alla guida e al viaggio "improvvisato" e quindi disposti a spendere un budget più alto per usufruire di più comodità e servizi.

Il primo fattore da tenere in conto durante l'ideazione dei tour organizzati è certamente la frequenza delle tratte attualmente presenti presso l'aeroporto ibleo (vedi Tabella 9). È importante conoscere la cadenza giornaliera dei voli per poter stabilire se è possibile viaggiare in Sicilia anche solo per un weekend o se è

necessario soggiornare una settimana intera a causa di voli esclusivamente settimanali. Inoltre, tramite la frequenza delle tratte è possibile capire quale sia il giorno in cui vi sono più aerei che atterrano e partono verso diverse destinazioni. Nel caso specifico, osservando la Tabella 7 si può constatare che il venerdì è sicuramente il giorno in cui operano più voli rispetto al resto della settimana. Ogni venerdì infatti atterrano e partono voli provenienti da: Milano Malpensa, Roma Ciampino, Pisa, Londra Stansed, Bruxelles Charleroi, Dusseldorf Weeze e Malta. Alcuni di essi sono voli che operano annualmente mentre altri sono attivi solo durante il periodo compreso tra la primavera e l'autunno.

Tabella 7. Tabella dei voli operanti presso l'Aeroporto di Comiso

DESTINAZIONE	COMPAGNIA	VOLO	FREQUENZA	VALIDITÀ
MILANO - MALPENSA (MXP)	RYANAIR	FR 8731	L M M G V S D	volo annuale
PISA - (PSA)	RYANAIR	FR 1412	L M M G V S D	volo annuale
ROMA FIUMICINO - (FCO)	RYANAIR	FR 5022	L M M G V S D	volo annuale
BRUXELLES - CHARLEROI (CRL)	RYANAIR	FR 4443	L M M G V S D	volo annuale
LONDRA - STANSTED (STN)	RYANAIR	FR 3074	L M M G V S D	marzo - ottobre
FRANCOFORTE - HAHN (HHN)	RYANAIR	FR 4074	L M M G V S D	volo annuale
DUSSELDORF - WEEZE (NRN)	RYANAIR	FR 9950	L M M G V S D	marzo - ottobre
BRUXELLES - (BRU)	Brussels Airlines	SN 3214	L M M G V S D	03/06/2018 - 30/09/2018
BIRMINGHAM - (BHX)	Thomas Cook	MT 1997	L M M G V S D	03/05/2018 - 25/10/2018
MALTA - (MLA)	Malta Air		L M M G V S D	03/07/2018

Si è deciso di far iniziare il tour vero e proprio il sabato mattina in modo che il venerdì venga dedicato esclusivamente all'organizzazione del trasferimento di tutti i partecipanti dall'aeroporto al punto di partenza del tour.

Il tour di 8 giorni prevede un giro abbastanza ampio e include anche alcuni luoghi delle province di Agrigento, Caltanissetta, Catania e Siracusa; tali località sono state scelte poiché oltre ad essere importanti siti turistici si trovano in aree relativamente vicine rispetto all'Aeroporto di Comiso. L'itinerario è così strutturato:

- 1° Giorno – venerdì: Arrivo presso Aeroporto di Comiso
- 2° Giorno – sabato: Agrigento, Scala dei Turchi e Favara
- 3° Giorno – domenica: Castello di Donnafugata – Scicli
- 4° Giorno – lunedì: Modica – Marzamemi
- 5° Giorno – martedì: Siracusa
- 6° Giorno – mercoledì: Noto – Caltagirone
- 7° Giorno – giovedì: Piazza Armerina – Ragusa Ibla
- 8° Giorno – venerdì: partenza da Aeroporto di Comiso

L'itinerario di 4 giorni invece si concentra esclusivamente sul territorio ibleo, caratterizzato dall'architettura barocca tardo-rinascimentale tipica del '700. Il tour, che consente di scoprire le immediate vicinanze dell'aeroporto ragusano, si svolge secondo il seguente ordine:

- 1° Giorno – venerdì: Arrivo presso Aeroporto di Comiso
- 2° Giorno – sabato: Ibla – Marzamemi –
- 3° Giorno – domenica: Scicli – Castello di Donnafugata – Modica
- 4° Giorno – lunedì: partenza da Aeroporto di Comiso

Il secondo fattore tenuto in conto durante la creazione dell'itinerario è stato senza dubbio l'attrattività dei luoghi. Se da una parte non possono mancare siti importanti come Siracusa, Agrigento o la zona del Barocco Siciliano, dall'altra è importante inserire luoghi un po' meno noti ma ugualmente ricchi di bellezza e storia. L'inserimento di questi ultimi permette di attivare o di rafforzare cicli turistici nuovi o

in parte esistenti e di far defluire il turismo di massa dalle solite mete. Per tale ragione sono stati inseriti luoghi come Marzamemi o Favara. Marzamemi è un pittoresco borgo marinaro molto amato dai registi internazionali mentre Favara è un piccolo paese vicino Agrigento divenuto importante in seguito all'apertura del primo parco turistico culturale di Sicilia. Il Farm Cultural Park è una galleria d'arte a cielo aperto ma anche una residenza per artisti provenienti da tutte le parti del mondo.

Nonostante i tour organizzati siano pensati per essere venduti così come proposto, qualsiasi itinerario può essere personalizzato e arricchito in base alle richieste specifiche delle agenzie di viaggio qualora abbiano già un gruppo precostituito o vogliano organizzare dei viaggi di gruppo a raccolta. Nel caso dei self drive invece, poiché l'organizzazione è più semplice, è possibile prevedere un itinerario *tailor made*¹³ ed effettuare qualsiasi tipo di cambio rispetto al percorso e ai servizi proposti.

Infine, per quel che riguarda i costi dei vari servizi e la stipulazione delle tariffe finali si è ricorso all'aiuto di esperti del settore. Nello specifico, gli operatori di Dimensione Sicilia hanno suggerito dei costi forfettari per ognuno dei servizi inclusi, in base ai loro contratti vigenti con i vari attori turistici del luogo (strutture ricettive, ristoranti, ditte di noleggio bus e auto e guide locali). In generale si è tentato di offrire un servizio di qualità in entrambe le tipologie di tour rimanendo comunque in una fascia di prezzo media. Le strutture ricettive prese in riferimento sono dunque alberghi tre stelle superior o Bed & Breakfast di charme mentre i ristoranti presi in considerazione sono trattorie o locali di cucina tipica siciliana che vendono ai tour operator locali menù turistici ad un ottimo rapporto qualità-prezzo.

¹³ Tailor made è un termine inglese che significa letteralmente “su misura”, viene usato spesso nel mondo dei viaggi per indicare pacchetti o servizi personalizzati

6.2 Creazione del sito Web dedicato ai tour della Sicilia sudorientale

In seguito all'elaborazione dei quattro itinerari si è pensato di creare un sito Web dove inserire i diversi tour. Nonostante la risposta positiva del tour operator Dimensione Sicilia, le quattro tipologie di tour non sono state inserite direttamente all'interno del sito dell'azienda in quanto si dovrebbe prima stipulare una serie di contratti con operatori locali quali strutture ricettive, ditte bus, ristoranti e guide.

Il nome quindi scelto per la simulazione del tour operator locale è "Sicilian Treasures", il sottotitolo è "Tour of South East Sicily". L'indirizzo del sito Web è il seguente: www.balquadrato.it/siciliantreasurestour. La parte superiore dell'homepage del sito è composta dal logo dell'azienda, dal menù orizzontale, da un header di tre foto che rimanda ai colori e alle immagini tipiche della Sicilia e da una breve intestazione (vedi Figura 9).

Figura 9. Header e menù del sito Web "Sicilian Treasures Tour"



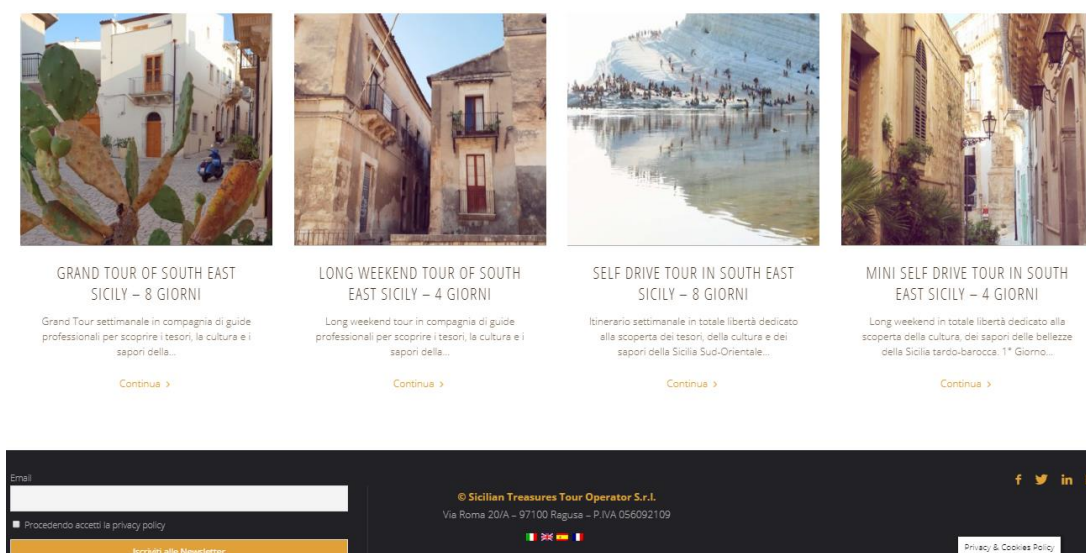
Sicilian Treasures Tour, la Sicilia come non l'avete mai immaginata..

Tour guidati o itinerari self drive tra i tesori nascosti della Sicilia Sud Orientale

La parte centrale del sito invece è dedicata esclusivamente ai quattro tour proposti. Vi sono dunque quattro riquadri, ognuno contenente un'immagine e un'anteprima del testo dettagliato del tour. È possibile visualizzare i tour cliccando sopra le immagini inserite nei riquadri o sul tasto "continua" (vedi Figura 10).

Il footer del sito Web è diviso in tre sezioni. Nella prima è stato inserito il riquadro per l'iscrizione alla newsletter; nella seconda vi è la ragione sociale, la partita iva della società e le lingue in cui è tradotto il sito; nella terza i canali social collegati all'azienda ovvero Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram.

Figura 10. Sezione centrale e footer del sito Web “Sicilian Treasures Tour”



Il menù è formato da:

- “Home”
- “Tour della Sicilia Sud Orientale”
- “About us”
- “Dove siamo & come contattarci”

La seconda voce del menù, a sua volta, contiene un sottomenù con quattro voci:

- Grand Tour of South East Sicily – 8 giorni
- Long Weekend Tour of South East Sicily – 4 giorni
- Self drive tour in South East Sicily – 8 giorni
- Mini Self drive tour in South East Sicily – 4 giorni

Ognuna delle quattro pagine dedicate ai tour è suddivisa in due sezioni (Figura 11). La sezione principale contiene l’itinerario dettagliato giorno per giorno e le descrizioni dei vari luoghi che si andranno a visitare. Nella sezione laterale vi sono

una piccola galleria fotografica di cibo e luoghi caratteristici, le tariffe e i supplementi del tour e il riquadro tramite cui poter prenotare e contattare il tour operator.

Figura 11 Pagina Web “Grand Tour of South East Sicily”

1° Giorno – venerdì: Arrivo a Comiso

Arrivo presso l'Aeroporto di **Comiso** e trasferimento privato in hotel a Ragusa Ibla. In base all'orario di arrivo tempo libero per visitare il centro storico e pernottamento.

2° Giorno – sabato: Agrigento, Scala dei Turchi e Favara

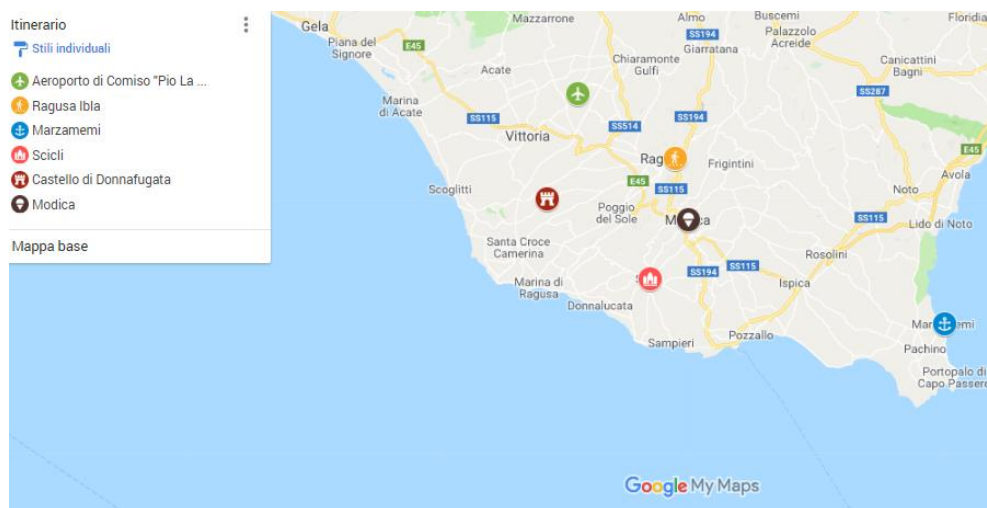
Il tour tra le meraviglie della Sicilia inizia da **Agrigento**. Si visiterà la celebre Valle dei Templi, Patrimonio Mondiale dell'Umanità, dove tra i mandorli sorgono i resti dell'antica Akragas, definita da Pindaro “la più bella città costruita dai mortali”. Si potranno ammirare il tempio di Giunone, quello della Concordia e il tempio di Ercole. Piccolo stop presso una delle spiagge più caratteristiche della Sicilia, la **Scala dei Turchi**. Rimarrete incantati dalla bellezza di questa immensa parete rocciosa di colore bianco a picco sul mare. Infine arrivo presso il paesino di Favara dove si trova il Farm Cultural Park, una galleria d'arte moderna a cielo aperto, ma anche una residenza per artisti provenienti da tutto il mondo. Rientro in hotel a Ragusa Ibla, cena e pernottamento.

3° Giorno – domenica: Castello di Donnafugata – Scicli



Inoltre, in fondo alla pagina si trova anche una mappa creata tramite Google My Maps. Sono state anche inserite delle icone personalizzate dove è possibile individuare i luoghi dell'itinerario (vedi Figura 12).

Figura 12. Mappa del tour con icone personalizzate



Un'altra pagina del sito, "about us", è dedicata alla storia del tour operator e agli obiettivi aziendali di quest'ultimo. Non presenta dunque alcuna immagine in quanto è stata volutamente inserita solo una parte descrittiva.

Infine, la pagina "dove siamo & come contattarci" presenta le informazioni di contatto dell'azienda, il luogo in cui si trova e un modulo di contatto rapido.

6.2.1 Usabilità e accessibilità del sito Web

Il sito Web in generale ha una struttura abbastanza semplice e permette quindi di trovare le informazioni desiderate abbastanza facilmente, anche tramite l'icona "cerca". È stato scelto uno sfondo bianco per mettere in risalto sia le parole che le immagini all'interno del sito. Nella homepage si è voluto appositamente inserire un numero ridotto di contenuti così da ottenere la totale attenzione del fruitore sul prodotto principale, ovvero i tour.

È stato preferito un font semplice e si è prediletto lo stampatello per le voci della home in quanto si agevola la lettura anche alle persone con disturbi visivi. I testi inseriti sono formati da periodi brevi e da un linguaggio abbastanza comprensibile, in modo da permettere a qualsiasi utente di comprendere i contenuti. È stato inoltre inserito il grassetto per mettere in risalto le parole chiave all'interno dei testi. Il sito Web inoltre, è stato creato tenendo in considerazione la visualizzazione dello stesso anche tramite dispositivi come tablet o smartphone.

Per quanto riguarda le immagini inserite nel sito, si è cercato di inserire foto attrattive di luoghi meno conosciuti. Il colore predominante è l'arancio, presente nel logo, nel menù e nei riquadri, in quanto è un colore che ben si associa con l'immagine che si ha della Sicilia.

6.3 Questionario di gradimento del sito Web e dei tour proposti

Dopo aver creato le varie pagine Web si è deciso di raccogliere dei pareri riguardo la struttura e i contenuti inseriti in modo da capire se il sito è risultato gradevole e

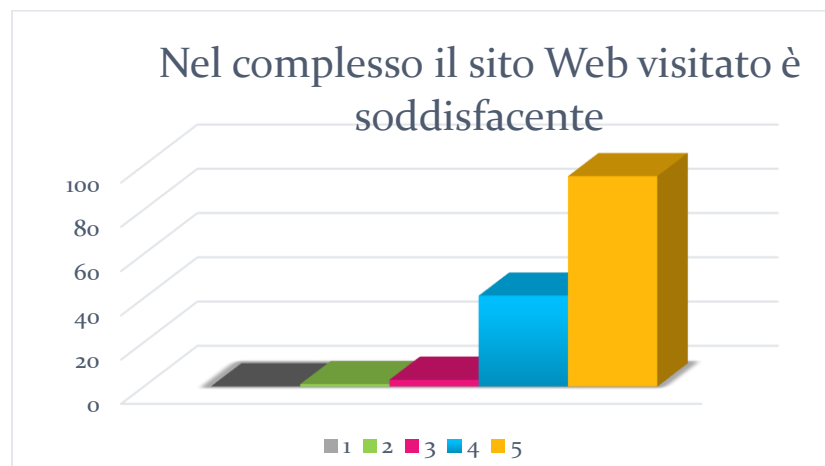
facile da usare. L'indagine è stata somministrata a utenti italiani ed; è stato scelto il questionario online come strumento metodologico di raccolta dati in quanto è risultato essere il metodo più adeguato al fine di raggiungere virtualmente quante più persone possibili. Le domande sottoposte sono state utili per:

- Identificare sesso ed età media dei partecipanti
- Capire se il sito Web creato è stato considerato attrattivo
- Capire se il sito Web ha soddisfatto i criteri di usabilità
- Capire se i tour proposti sarebbero stati effettivamente acquistati

Per motivi di tutela della privacy è stato deciso di non indicare nome e cognome o indirizzo e-mail dei soggetti in esame. Per avere un quadro chiaro delle risposte, sono stati utilizzati i grafici in quanto consentono un impatto visivo immediato dei risultati. Il questionario è visionabile in appendice. L'indagine svolta ha raccolto 145 opinioni, di cui 106 provenienti da utenti di sesso femminile. Il 66,9% dei partecipanti ha un'età compresa tra i 18 e i 30 anni, il 24,8% tra i 31 e i 50 e l'8,3% tra i 51 e gli 80 anni.

Per quel che riguarda le domande sulla grafica, la struttura e i contenuti del sito, è stato chiesto di esprimere un voto su una scala da 1 a 5. Una volta utilizzato il sito Web, è stata posta una domanda di carattere generale; nello specifico è stato chiesto se il sito nel complesso fosse risultato soddisfacente o meno (Grafico 17).

Grafico 17



Le persone che hanno replicato con la votazione massima sono state 95, quelle che hanno assegnato un voto pari a 4 sono state 41 mentre 4 persone hanno espresso un voto compreso tra 2 e 3.

Successivamente si sono poste domande più specifiche riguardo le informazioni inserite, la comprensione del testo e la struttura del sito. Alla domanda “è stato facile trovare le informazioni che cercavo” 63 persone hanno risposto assegnando un voto pari a 5, 43 un voto pari a 4 e 9 utenti un voto pari a 3. In generale, nessun partecipante ha espresso un giudizio inferiore a 3 (vedi Grafico 18).

Grafico 18



La terza domanda posta riguarda la comprensione dei testi inseriti all'interno del sito web, ovvero i titoli e le descrizioni degli itinerari. Il 75,2% degli intervistati ha risposto con un 5, il 20% ha attribuito un punteggio pari a 4 e il 4,8% ha assegnato un voto uguale a 3. Non è stato riscontrato nessun voto compreso tra 1 e 2 (vedi Grafico 19). Riguardo questa domanda si può pensare che la risposta è stata influenzata anche dalle parole in lingua inglese inserite nel sito Web, anche la traduzione in lingua italiana di tali vocaboli risulta essere facilmente intuibile.

Grafico 19



La quarta domanda invece è stata dedicata alla struttura del menu di navigazione. La maggioranza degli utenti ha assegnato un voto compreso tra 4 (26,9%) e 5 (67,6%), sette intervistati hanno attribuito un punteggio uguale a 3 (4,8%) e solo un utente un voto pari a 2 (0,7%) (vedi Grafico 20).

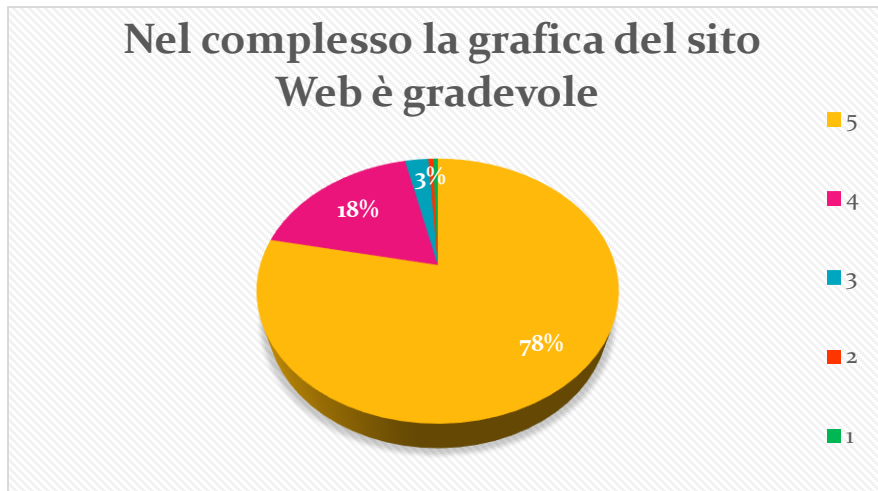
Grafico 20



In seguito, è stato domandato agli utenti un giudizio rispetto l'attrattività del sito, ponendo due domande: la prima riguardo la grafica Web, la seconda circa le intestazioni presenti nelle diverse pagine. Nel complesso la grafica del sito Web è

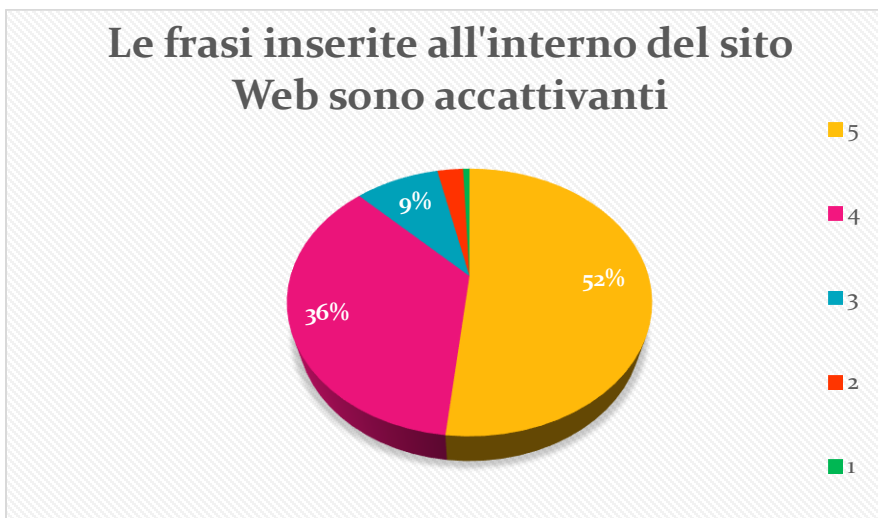
risultata molto gradevole, ben 102 partecipanti hanno infatti risposto con il massimo del punteggio attribuibile, 36 hanno replicato assegnando un punteggio uguale a 4 e 5 persone hanno attribuito 3. Due utenti hanno assegnato una votazione compresa tra 1 e 2 (vedi Grafico 21).

Grafico 21



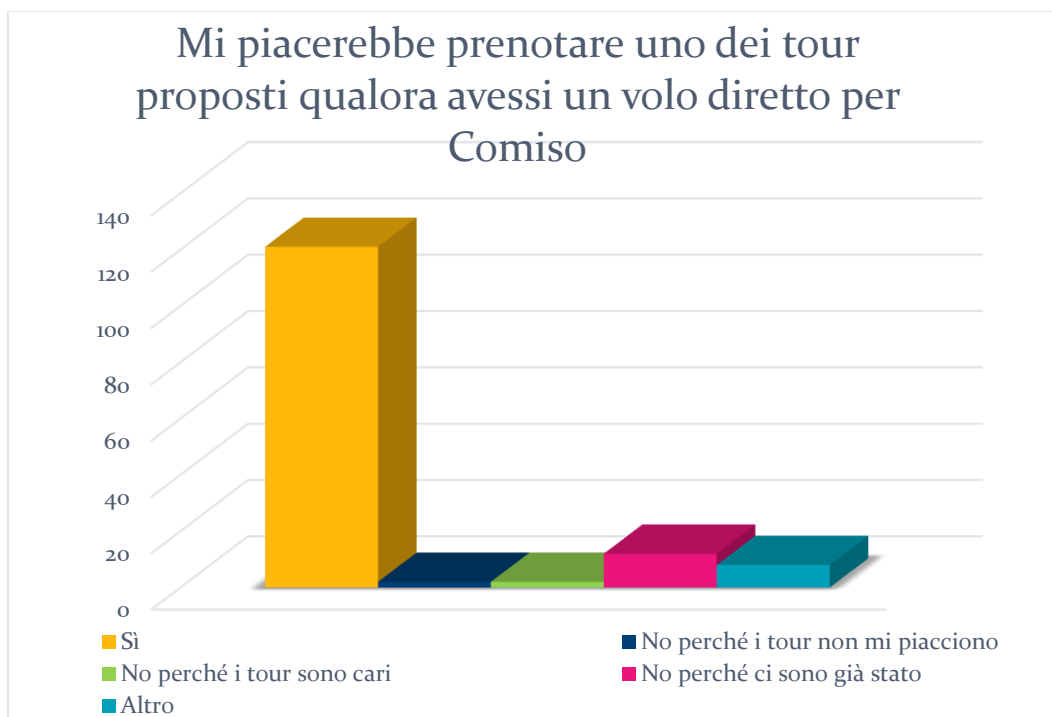
Rispetto all'attrattività delle intestazioni inserite nel testo, 75 persone hanno espresso un voto pari a 5, 52 persone hanno assegnato un voto uguale a 4, 13 hanno attribuito un punteggio uguale a 3 e infine 5 persone un voto compreso tra 1 e 2 (vedi Grafico 22).

Grafico 22



Infine, è stato chiesto se in presenza di un volo diretto per Comiso l'utente avrebbe acquistato uno dei tour proposti. La maggioranza dei partecipanti ha risposto positivamente (83,4%) mentre la restante parte (16,6%) ha risposto negativamente per diversi motivi. Nello specifico, 12 persone hanno affermato di aver visitato i luoghi proposti, 2 utenti non hanno trovato interessanti i tour e altri 2 intervistati hanno ritenuto i tour troppo cari. Altri 8 utenti invece hanno replicato tramite la risposta in "altro" specificando che preferiscono non acquistare tour in quanto prediligono organizzare i viaggi in autonomia, senza dover sottostare a dei programmi prefissati (vedi Grafico 23).

Grafico 23



Dall'analisi appena effettuata si può affermare che nel complesso sia i tour proposti, sia il sito Web creato hanno avuto un riscontro positivo. Gli itinerari sono stati considerati abbastanza attrattivi da quasi tutti gli utenti; questi ultimi infatti, considerando anche il rapporto qualità-prezzo, si sono mostrati interessati all'acquisto di uno dei quattro tour offerti. Si riscontra quindi l'esistenza di una domanda latente potenzialmente interessata al prodotto turistico offerto, ma

bisogna saperla intercettare e stimolare tramite specifiche campagne di marketing. Stimolare la domanda latente vuol dire convertire l'interesse vago di un individuo in un reale bisogno e in un futuro acquisto. Tramite il questionario è stato infatti dimostrato che anche un individuo non interessato, o non a conoscenza di un determinato prodotto, può trasformarsi in un potenziale acquirente. Nel caso specifico dunque, si può evincere che sono presenti dei flussi turistici interessati alla visita della Sicilia Sud Orientale che non sono stati ancora ben individuati dagli operatori locali del settore turistico siciliano.

Conclusioni

I risultati analizzati nel presente studio sono il frutto di una ricerca sviluppata nel corso di diversi mesi. Durante l'indagine sono state coinvolte diverse persone: lo staff del tour operator Dimensione Sicilia e tutti i partecipanti dei due questionari somministrati.

Attraverso la presente ricerca è stato possibile evincere che le opportunità economiche collegate all'apertura dell'Aeroporto di Comiso non sono ancora state sfruttate al massimo in quanto non è chiaro e ben sviluppato l'obiettivo principale del piccolo aeroporto, soprattutto in relazione allo scalo catanese. Inoltre, un altro problema riscontrato è rappresentato dalla carenza di mezzi pubblici e strade a scorrimento veloce che collegano l'infrastruttura aeroportuale con le principali destinazioni turistiche limitrofe.

Secondo il nostro parere, lo scalo di Comiso è in grado di uscire dall'ombra dell'Aeroporto di Catania e trovare la propria dimensione, soprattutto grazie alle nuove opportunità offerte dal turismo digitale. Vi è però bisogno di una maggiore azione di co-marketing con le compagnie aeree low cost e di una robusta collaborazione con gli scali aeroportuali italiani ed esteri che sono direttamente collegati a Comiso.

Solo quando vi sarà una migliore governance si potrà attivare il circolo virtuoso tanto desiderato dall'amministrazione locale. Fare sistema purtroppo non è facile ma è possibile, come dimostrato nel caso di benchmarking riguardo il sistema aeroportuale Venezia-Treviso.

In questa tesi abbiamo voluto mettere in evidenza la presenza di una domanda turistica potenziale per quel che riguarda i territori della Sicilia Sud Orientale che non trova riscontro con l'attuale offerta turistica del territorio. Per questo motivo si è deciso di intervistare un tour operator locale, leader nel settore, e di progettare un sito Web dove proporre concretamente un nuovo business.

In futuro si cercherà dunque di contattare i soggetti direttamente coinvolti e di presentare l'indagine svolta e le soluzioni proposte agli organi pubblici competenti e alle società aeroportuali coinvolte. In particolare, si tenterà di esporre le possibili soluzioni strategiche delineate all'interno dell'elaborato: specializzazione in settore cargo, incremento del trasporto aereo low fare, coordinamento dei trasporti e avvio di attività di co-marketing con le compagnie aeree low cost. Con l'auspicio che questa indagine possa essere presa in considerazione soprattutto dalla Provincia di Ragusa e dalla Regione Sicilia e che possa in qualche modo aiutare a incrementare i flussi e la redditività dell'aeroporto ibleo.

Bibliografia

- [1] O. Bacelli, Aeroporti e compagnie aeree low cost: la nuova geografia del turismo, articolo, Trasporti & Cultura n°15, Verona, 2006.
- [2] S. Freud, S. Ferenczi, Lettere, Volume Primo 1908-1914, Cortina, Milano, 1993.
- [3] J. W. Goethe, Viaggio in Italia, Mondadori, Milano, 1816.
- [4] P. Kotler, J. Bowen, J. Makens, Marketing del turismo, Pearson, Milano, 2010.
- [5] A. L. Lafuente, M. Righi, Internet e Web 2.0, UTET, Torino, 2010.
- [6] G. Maupassant, Viaggio in Sicilia, Sigma, Palermo, 1998.
- [7] D. Ryan, C. Jones, Marketing Digitale, Tecniche Nuove, Milano, 2013.
- [8] A. Serra Cantallops, J. Ramón Cardona, M. Galbis Matarredona. The impact of Serch Engines on the Hotel Distribution Value Chain, CIECID, A Coruña, 2013.
- [9] K. Thakran, R. Verma, The Emergence of Hybrid Online Distribution Channels. in Travel, Tourism and Hospitality, Cornell University, Ithaca, 2013.
- [10] Y. Wang, A. Pizam, Destination Marketing and Management: Theories and Applications, CABI, University of Central Florida, 2011.

Sitografia

- [11] Aeroporto di Catania <http://www.aeroporto.catania.it/>
- [12] Aeroporto di Comiso www.aeroportodicomiso.eu/
- [13] Aeroporto di Lampedusa <http://www.aeroportodilampedusa.com/>
- [14] Aeroporto di Palermo <http://www.gesap.it/>
- [15] Aeroporto di Pantelleria <https://www.aeroportodipantelleria.it/>
- [16] Aeroporto di Trapani <http://www.airgest.it/>
- [17] Aeroporto di Treviso <https://www.trevisoairport.it/>
- [18] Art. 10, LG-1993/537, Gazzetta Ufficiale, Interventi correttivi di finanza pubblica <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1993/12/28/093G0621/sq>
- [19] Bonacina D. Internet Story <http://www.dariobonacina.net/Internetstory.pdf>
- [20] Dimensione Sicilia <https://www.dimensionesicilia.com/it/chi-siamo/>
- [21] Dipartimento Turismo, Sport e Spettacolo - Osservatorio Turistico <https://osservatorioturistico.regione.sicilia.it/public/default>
- [22] Doxa, Mercato digitale del turismo <https://www.doxa.it/mercato-digitale-del-turismo-vale-95-miliardi-doxa-osservatorio-innovazione-digitale-turismo/>
- [23] Glossario Marketing.it <https://www.glossariomarketing.it/significato/digital-marketing/>
- [24] Gruppo Save <https://www.grupposave.it/il-gruppo/profilo-e-attivita.html>
- [25] Il Sole 24 Ore, Il turismo digitale vale più di 14 miliardi di euro 10-08-2018 <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-10-09/il-turismo-digitale-vale-piu-14-miliardi-euro-172418.shtml?uuid=AEHuVxJG>
- [26] Rapporto Censis, Il sistema aeroportuale italiano, 2017

- [27] Izi e S. Intelligence, “Sicilia. Il mito e la sua immagine turistica nel mondo” 2014 http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/PIR_PORTALE/PIR_LaStrutturaRegionale/PIR_TurismoSportSpettacolo/PIR_Turismo/PIR_Attrattiva_Sicilia2014/Sicilia_Attrattiva.turistica.pdf
- [28] Le Figaro Magazine, *Où partir en Europe? Notre sélection d'escapades Dépayssantes* 21-06-2018 <http://www.lefigaro.fr/voyages/2018/04/13/30003-20180413ARTFIG00036-special-escapades-echappees-belles-en-europe.php>
- [29] Ministero dell'Interno <http://www.interno.gov.it/it/usabilita-0>
- [30] Osservatori.net https://www.osservatori.net/it_it/osservatori/comunicati-stampa/turismo-in-italia-digitale
- [31] Osservatorio Turistico della Regione Siciliana, Documento propedeutico alla stesura del Piano Regionale di sviluppo turistico 2015-2020, 2014 http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/PIR_PORTALE/PIR_LaStrutturaRegionale/PIR_TurismoSportSpettacolo/PIR_Turismo/PIR_Osservatorio_Turistico/PIR_Pianotrennale20142016/Documento%20PT_Sicilia_07.pdf
- [32] Osservatorio Turistico della Regione Siciliana, Piano strategico di sviluppo turistico 2015-2020, Programma Triennale 2015-2017, 2014 http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/PIR_PORTALE/PIR_LaStrutturaRegionale/PIR_TurismoSportSpettacolo/PIR_Turismo/PIR_Areetematiche/PIR_Osservatorio_Turistico/PIR_Pianotrennale20142016
- [33] The World Wide Web Consortium, Web Content Accessibility Guidelines <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-it/>
- [34] Telegraph, *Why Sicily is Europe's greatest island for a family holiday* 25-09-2018 <https://www.telegraph.co.uk/travel/family-holidays/why-sicily-is-the-best-part-of-italy-for-kids/>
- [35] Unesco, Italian World Heritage list <https://whc.unesco.org/en/statesparties/it>

[36] World Economic Forum, The Global Competitiveness Index - Report 2016-2017

http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf

[37] World Tourism Organization <http://media.unwto.org/content/infographics>

Appendice

A) Questionnaire: “Southern Orient of Sicily as main holiday destination”

Hello, my name is Lucy. I'm a Master's Degree student in Intercultural Development of Tourist Systems at the Ca' Foscari University, in Venice. If you have ever been to Sicily, or you would like go, I kindly ask you to take five minutes of your time in order to help me to judge the touristic potential development of the Southern Orient of Sicily, after the opening of the Airport of Comiso “Pio La Torre”. Thank you in advance for your participation.

Gender *

Male
Female

Age *

18/30
30/55
55/80

Where do you live?*

Country:

Have you ever been to Sicily? *

Yes
No

If your local airport provided direct flights to the new Sicilian airport situated in Comiso to the places in the photos below, would you purchase a ticket to visit these spots? *

I would like to go
I don't think I would go

Where did you land? *

Catania
Palermo
Comiso
Trapani

If more than one airport, specify where:

What means of transportation did you mostly use during your holidays?

Rent-a-car (or own car)
Public transports
Private transports (taxi, driver escort, guided tour)
Other:

Have you ever been to one of the following places: Ragusa Ibla, Modica, Scicli, Palazzolo Acreide, Marina di Ragusa or other places situated near Ragusa? *

Yes
No

During your trip:

I stayed at least 1 night in one of the previous places
I only went for a day trip

On a scale of 1-10, in general, how much did you enjoy the places you visited and the services they offered? *

Vote
Suggestions:

How many nights did you spend there?

1 - 3
3 - 5
More than 5

What kind of accommodation did you stay in? *

B&B
Hotel
Summer Resort
Holiday home
Other

How many nights would you like to stay? *

1 -3
Up to 5
More than 5

How would you like to travel around? *

Public transport
Guided tour
Self drive
Private transport (driver guide, taxi)

How much would you pay for a round-trip flight to the airport located in South East Sicily?

Up to 80,00 euro
Up to 150,00 euro
Up to 200,00 euro
Other:

B) Intervista a Dimensione Sicilia, Incoming Tour Operator 26-01-2019

Gentile Lucy,

nel ringraziare per aver pensato a Dimensione Sicilia per la tesi di laurea, trasmetto di seguito le nostre risposte

1. DS nasce nel 1985 come tour operator e non come agenzia di viaggi. Quando e perché avete deciso di vendere i vostri prodotti ai clienti finali?

Dimensione Sicilia ha deciso di vendere i suoi prodotti all'utente finale tramite il Web quando si è reso conto che durante gli ultimi anni sono cambiate repentinamente le dinamiche di acquisto e fruizione dei vari servizi turistici. Dopo l'avvento di Internet, i turisti hanno avuto modo di ricercare, accedere alle informazioni e prenotare autonomamente i servizi basilari (voli, hotel, trasferimenti) senza l'ausilio di intermediari, mettendo in serie difficoltà la figura professionale dell'agente di viaggio. Per riuscire a far fronte a questa nuova era il Tour Operator si è posto l'obiettivo di offrire un valore aggiunto agli utenti creando pacchetti turistici rivolti direttamente al cliente finale grazie alla perfetta conoscenza del territorio. Insieme a questa nuova modalità di acquisto dei prodotti turistici il turista ha inoltre la possibilità di interagire direttamente con il suo intermediario locale e personalizzare le sue vacanze secondo le sue preferenze e necessità.

2. Il vostro prodotto di punta è il Sicilian Secrets Tour, un tour organizzato con partenze regolari, acquistabile anche online. Come mai avete deciso di entrare a far parte del mondo dell'e-commerce? Avete avuto un riscontro positivo?

Con la vendita del nostro tour Sicilian Secrets abbiamo avuto un immediato riscontro positivo e nel corso degli anni i partecipanti aumentano in maniera considerevole. L'edizione del 2018 si è conclusa con un incremento del 45%. Come qualsiasi nuovo prodotto sul mercato all'inizio è stata importante l'attività di marketing volta a pubblicizzare e far conoscere il tour e la Sicilia. Adesso, grazie anche alle recensioni positive, al passaparola dei nostri turisti e al costante lavoro del nostro staff, la clientela acquista facilmente perché il nostro prodotto si differenzia per la qualità dei servizi offerti e per la versatilità dei tour. Inoltre, si tratta di un prodotto unico già preconstituito che trasmette la passione per la nostra terra, propone circuiti garantiti completi e ricchezze enogastronomiche locali, mostrando gli aspetti culturali-artistici della nostra meravigliosa isola. L'e-commerce, pertanto, si è rivelato indispensabile per rispondere in maniera immediata alla crescente domanda proveniente da paesi sempre più lontani.

3. Qual è il profilo generale dei clienti che scelgono il Sicilian Secrets?

Il profilo generale dei clienti del Sicilian Secrets è prevalentemente composto da persone di età compresa tra i 50 e gli 80 anni che preferiscono viaggiare in gruppo accompagnati da una guida esperta. I clienti arrivano esclusivamente dai Tour operator nazionali e internazionali che abbiamo fidelizzato negli anni. Si tratta di una fascia di mercato che comprende i turisti di lingua inglese, spagnola e italiana, essendo il nostro un tour multilingue.

4. Oggi grazie a Internet sempre più viaggiatori assemblano le varie parti della vacanza senza l'aiuto di intermediari, creando i cosiddetti viaggi "fai da te". Nonostante ciò, una discreta fetta di mercato preferisce ancora prenotare tramite agenzie o tour operator. Qual è il vantaggio di prenotare tramite la vostra azienda?

Nonostante Internet abbia dato la possibilità a tutti di creare i cosiddetti viaggi fai da te, assemblando i vari servizi e non usufruendo dell'aiuto di intermediari esperti, aziende come la nostra riescono a dare un valore aggiunto, proponendo esperienze di viaggio e non semplici servizi. Chi prenota con Dimensione Sicilia si affida a esperti che conoscono il territorio, a uno staff specializzato e affidabile, in grado di personalizzare ogni singola proposta. Inoltre il nostro tour operator offre dei pacchetti turistici a dei prezzi competitivi grazie alla rete di contatti che riesce a instaurare con operatori e fornitori locali. Per ultimo ma non meno importante, Dimis garantisce al cliente assistenza non solo nelle prime fasi di creazione e organizzazione del viaggio, ma anche durante la vacanza, instaurando un rapporto di fiducia con la clientela.

5. Con la nascita del nuovo Aeroporto di Comiso si sta cercando di incrementare anche lo sviluppo turistico della zona iblea. Sareste disposti a creare dei tour ad hoc, pensati per essere venduti al cliente finale o alle agenzie di viaggi che operano nelle città in cui vi sono dei voli diretti per l'aeroporto ibleo?

Certo, anche se non ci capita spesso di ricevere richieste rivolte alla creazione di tour su misura con partenza prevista dall'Aeroporto di Comiso, saremo senz'altro disposti a creare itinerari ad hoc pensati per quei clienti che possono usufruire di voli diretti destinati all'aeroporto ibleo. La zona di Ragusa è molto bella, ricca di paesaggi unici e monumenti in stile barocco che appartengono al "tardo barocco della Val di Noto", patrimonio dell'umanità UNESCO. Potrebbe inoltre essere interessante sfruttare la possibilità di decentrare i grandi flussi turistici di Catania a Ragusa e usufruire dei collegamenti aerei operati da compagnie low cost che offrono soluzioni a prezzi inferiori.

A disposizione per chiarimenti,

saluti

Ada

Ada Bentivoglio
Group & Incentive Department

Dimensione Sicilia Incoming Operator & DMC
Ph. +39.095.7676562 – ph. + 39.095.7676511
www.dimensionesicilia.com www.siciliansecretstour.eu

C) Questionario relativo al sito www.balquadrato.it/siciliantreasurestour

Gentile intervistato sono una studentessa del corso di Laurea Magistrale in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Le chiedo 5 minuti del suo tempo per aiutarmi ad analizzare il sito Web creato da me e dedicato alla vendita di tour della Sicilia Sud Orientale. Il sito Web è stato ideato esclusivamente per scopi didattici. Le ricordo che i dati da Lei inseriti in modo anonimo verranno trattati nel rispetto e secondo le modalità previste dal D.Lgs 36/06/2003 n.196 e successive modifiche. Grazie in anticipo per la disponibilità.

Nel complesso il sito Web visitato è soddisfacente *

1 2 3 4 5

È stato facile trovare le informazioni che cercavo *

1 2 3 4 5

I testi inseriti sono di facile comprensione *

1 2 3 4 5

Il menù di navigazione è ben strutturato *

1 2 3 4 5

Nel complesso la grafica del sito Web è gradevole *

1 2 3 4 5

Le frasi inserite all'interno del sito Web sono accattivanti *

1 2 3 4 5

Mi piacerebbe prenotare uno dei tour proposti qualora avessi un volo diretto per l'Aeroporto di Comiso *

Sì

No perché non mi piacciono i tour proposti

No perché ci sono già stato

No perché i tour sono troppo cari

Altro:

Sesso *

Uomo

Donna

Età *

18-30

31-50

51-80