Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Sicilia

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Ecco il Piano Strategico, operatori possono ancora contribuire

notizia pubblicata **17 Dicembre 2014** alle ore **13:18** nella categoria **Cronaca**

Un piano di rottura. E' stato definito così il Piano strategico di sviluppo turistico 2014-2020 presentato stamattina nei locali del Servizio Turistico Regionale di Palermo a Villa Igiea dall'assessore regionale al Turismo Cleo Li Calzi.

Di rottura perché per la prima volta si cerca di attuare una sinergia concreta con gli altri rami del governo co-interessati come Beni Culturali, Infrastrutture, Attività Produttive, Agricoltura e Territorio e Ambiente. E poi perché fino al 20 gennaio gli operatori turistici potranno offrire i propri contributi attraverso un format on line (a questo link) che dovrà essere spedito all'indirizzo pianosviluppoturismo@regione.sicilia.it.

"Il Piano strategico – ha sottolineato Li calzi – delinea la Sicilia che vogliamo fino al 2020 ma abbiamo previsto anche un piano di medio periodo: il Programma Triennale 2015-2017 che partirà subito per valutare se le intuizioni contenute nel Piano sono valide". Li Calzi ha anche posto l'accento sul coinvolgimento attivo del partenariato Politico-istituzionale e Socio-economico che dovrà raccogliere le istanze del territorio.

Cinque i punti centrali del Piano strategico 2014-2020: le imprese turistiche devono essere messe nelle condizioni di investire; urge quindi trasformare i distretti in Dmo, aumentare il numero delle reti d'impresa e attrarre investitori internazionali. Per far questo la nuova strategia prevede meno adeguamenti burocratici e più collaborazione con le banche per favorire l'accesso al credito.

Potenziare l'accessibilità ai mercati potendo contare su una vera industria turistica, aeroporti sempre più

competitivi (ma siamo già sulla buona strada) e azioni sul trade.
Lavorare sulla reputazione turistica facendo aumentare il desiderio dei viaggiatori di trascorrere una vacanza in Sicilia. Per farlo non serve più investire sul consumer ma sui moltiplicatori (tour operator e giornalisti) e non presentare la Sicilia come area geografica ma come prodotto/esperienza.
è opportuno cogliere la domanda di diversificazione di prodotti turistici (cultura, benessere e scoperta del territorio) già esistente nei mercati sui quali la Sicilia è presente, ma non ancora soddisfatta se è vero che il 70% dei turisti che sceglie la Sicilia ha motivazioni diverse dalla vacanza prettamente balneare. Urge, dunque, ridare dignità ai siti Unesco e investire sulle infrastrutture adeguando anche la normativa regionale e a quella europea in tema di demanio e guide turistiche.
Infine, migliorare la qualità dell'esperienza turistica. Finora infatti i turisti premiano con buone recensioni on line la ricettività e la ristorazione siciliana. Va male invece la fruizione turistica, dal problema collegamenti al problema rifiuti. In questo senso una strategia possibile è premiare i comuni che mantengono gli standard minimi e lanciare bandi aperti e trasparenti per le imprese del trasporto pubblico.
Il piano è consultabile cliccando qui.