

Mercury: in Sicilia in 10 anni più turisti e hotel

notizia pubblicata **04 Dicembre 2009** alle ore **13:00** nella categoria **Travelexpo**



Nell'ultimo decennio, la Sicilia è cresciuta in campo turistico, sia per numero di turisti che per offerta ricettiva, recuperando in parte il gap che la distanziava da altre realtà del Centro-Nord. Tra il '97 e il 2007, infatti, il numero di presenze complessive, tra italiani e stranieri, è passato da 10 milioni 292 mila a 14 milioni e 602 mila. Ma è cresciuta anche la dotazione ricettiva e il peso esercitato sul complesso del patrimonio ricettivo nazionale è sempre più consistente: nel 2000 gli esercizi alberghieri dell'isola incidevano sul complesso degli alberghi italiani per il 2,6% mentre nel 2007 la quota è salita al 3,5%. Sempre nel 2000 i posti letto delle strutture alberghiere siciliane incidevano per il 3,5% del totale, ma dopo sette anni la percentuale è salita al 5,3%. Nel 2000 gli esercizi alberghieri erano 868 e nel 2007 hanno toccato quota 1.192.

Le stesse dinamiche hanno segnato l'evoluzione della ricettività complementare: gli esercizi extralberghieri dell'Isola rappresentavano lo 0,6% del totale nel 2000 ed il 2,9% nel 2007, mentre il peso percentuale dei posti letto è passato dal 2,4% del 2000 al 2,9% del 2007. Gli ultimi anni hanno infatti segnato un boom di B&B e affittacamere: il loro numero è passato da 537 a 2.562.

Sono questi alcuni dati contenuti nel XVI Rapporto sul turismo in Italia curato da Mercury e presentato stamattina a Palermo, al San Paolo Palace Hotel, come anteprima di Travelexpo In, il salone dell'offerta turistica siciliana d'eccellenza e la cui cerimonia di inaugurazione è prevista alle 15 alla presenza del presidente della Provincia di Palermo Giovanni Avanti e dell'assessore al turismo della Regione Siciliana

Nino Strano.

Secondo Emilio Becheri, amministratore unico di Mercury Srl e curatore del Rapporto, "la Sicilia continua ad essere una delle poche regioni in cui è maggiore il divario tra potenzialità e realtà in ambito turistico. Infatti, mentre l'offerta è ancora orientata al comparto balneare, il segmento culturale ha tante possibilità inesprese. Inoltre, un altro problema è la capacità di attrarre investimenti oltre al fatto che la Regione ci ha messo troppo tempo tempo per fare la legge sul turismo". Infine una battuta di Becheri sull'incoming, il segmento su cui ha deciso di puntare Travelexpo In. "Con l'avvento di internet, il ruolo dell'incoming è stato profondamente rivalutato e tante adv si stanno adeguando orientandosi sul segmento".