

**Scienze del Turismo**  
**Tourism Sciences**

**Vincenzo Asero**  
**Rosario D'Agata**  
**Venera Tomaselli**

# **Turismo e territorio: analisi empiriche e approcci metodologici**



**McGraw-Hill**

M  
c  
G  
r  
a  
w  
-  
H  
i  
l  
l

**Scienze del Turismo**  

---

**Tourism Sciences**

# La collana McGraw-Hill in Scienze del Turismo

---

## DIRETTORE

FRANCO VACCINA

## CO-DIRETTORE

ANTONINO MARIO OLIVERI

## COMITATO EDITORIALE

JUAN GABRIEL BRIDA (Libera Università di Bolzano, Italia)

FABIO BURATTO (Università degli Studi di Udine, Italia)

ALBERTO CAZZOLA (Università di Bologna, Italia)

GIROLAMO CUSIMANO (Università degli Studi di Palermo, Italia)

STEFANO DE CANTIS (Università degli Studi di Palermo, Italia)

VINCENZO FRANCESCHELLI (Università degli Studi di Milano-Bicocca, Italia)

FRANK GO (Erasmus Universiteit, Olanda)

GEOFFREY HEWINGS (University of Illinois, USA)

MARTIN LOHMANN (Leuphana Universität Lüneburg, Germania)

DONALD PARDEW (Cybernetica Consulting Inc., USA)

ANNA MARIA PARROCO (Università degli Studi di Palermo, Italia)

LIONELLO PUNZO (INCT-PPED - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasile; Università degli Studi di Siena, Italia)

ANTONIO PURPURA (Università degli Studi di Palermo, Italia)

ASTERIO SAVELLI (Università di Bologna, Italia)

VENERA TOMASELLI (Università degli Studi di Catania, Italia)

GIOVANNI TONINI (Università degli Studi di Milano-Bicocca, Italia)

STEPHEN WANHILL (Professore Emerito - Bournemouth University, Regno Unito; University of Limerick, Irlanda)

KLAUS WEIERMAIR (Professore Emerito - Universität Innsbruck, Austria)

La collana McGraw-Hill in *Scienze del Turismo* è il risultato della collaborazione tra studiosi, italiani e stranieri, appartenenti a differenti settori disciplinari: statistici, economisti, sociologi, psicologi, giuristi, geografi che operano secondo un approccio fortemente interdisciplinare.

Tale collaborazione è stata sviluppata negli anni anche grazie ai programmi di formazione e supporto alla ricerca attuati all'interno del *Dottorato di Ricerca in Scienze del Turismo* (<http://www.dmq.unipa.it/dottorato.htm>), attivo dal 1997 presso il Dipartimento di Metodi Quantitativi per le Scienze Umane dell'Università degli Studi di Palermo.

Il **Direttore** (*Editor in chief*) della Collana è Franco Vaccina, professore ordinario di Statistica sociale.

Il **Co-Direttore** (*Co-Editor*) è Antonino Mario Oliveri, professore associato di Statistica sociale.

I **componenti del Comitato editoriale** (*Associate editors*) organizzano il referaggio anonimo dei volumi secondo il proprio settore di competenza e garantiscono l'adeguatezza scientifica ed etica dei **revisori** (*referees*) che vengono scelti (in numero non inferiore a due per ciascun volume) tra noti studiosi dei relativi settori di riferimento.

I volumi sono così sottoposti a referaggio a doppio cieco al termine del quale possono essere accettati, rifiutati o restituiti agli autori per modifiche/integrazioni.

La collana McGraw-Hill in *Scienze del Turismo* pubblica principalmente rapporti di ricerca, atti di convegni, monografie in lingua italiana o inglese. I volumi redatti in italiano includono riassunti in inglese.

La collana intende costituire uno spazio per l'esposizione di metodi e risultati empirici prodotti da studiosi di varie discipline che si occupano di turismo. Si auspica così l'attivazione di un dibattito critico che possa condurre ad una compatibile unicità del metodo e ad una progressiva riduzione della parzialità nella visione del fenomeno turistico. A tutt'oggi infatti la ricerca riferibile alle *Scienze del turismo* è caratterizzata da una evidente diversità degli approcci che rende difficile la stessa comprensione di un fenomeno per sua natura complesso e multidisciplinare come pure la concreta utilizzabilità dei risultati di ricerca.

La collana è fondamentalmente indirizzata a soddisfare le esigenze conoscitive di tutti gli studiosi, accademici e non, che vogliono allargare l'orizzonte delle loro conoscenze nel settore, inclusi gli studenti universitari dei corsi avanzati. Gli *stakeholder* delle politiche turistiche e del mondo del lavoro potranno inoltre trovare nei contributi offerti dalla ricerca utili spunti per la soluzione di problemi operativi.

## CONTATTI

Prof. Franco Vaccina - Tel. +39 0 91 23895302 - Fax: +39 0 91 426452 - e-mail: [vaccina@unipa.it](mailto:vaccina@unipa.it)

Prof. Antonino Mario Oliveri - Tel. +39 0 91 23895284 - Fax: +39 0 91 426452 - e-mail: [antoninomario.oliveri@unipa.it](mailto:antoninomario.oliveri@unipa.it)

Università degli Studi di Palermo - Edificio 13, viale delle Scienze - 90128 Palermo

# The McGraw-Hill Book Series in Tourism Sciences

---

## EDITOR IN CHIEF

FRANCO VACCINA

## CO-EDITOR

ANTONINO MARIO OLIVERI

## EDITORIAL BOARD

JUAN GABRIEL BRIDA (Free University of Bozen, Italy)

FABIO BURATTO (Università degli Studi di Udine, Italy)

ALBERTO CAZZOLA (Università di Bologna, Italy)

GIROLAMO CUSIMANO (Università degli Studi di Palermo, Italy)

STEFANO DE CANTIS (Università degli Studi di Palermo, Italy)

VINCENZO FRANCESCHELLI (Università degli Studi di Milano-Bicocca, Italy)

FRANK GO (Erasmus Universiteit, The Netherlands)

GEOFFREY HEWINGS (University of Illinois, USA)

MARTIN LOHMANN (Leuphana Universität Lüneburg, Germany)

DONALD PARDEW (Cybernetica Consulting Inc., USA)

ANNA MARIA PARROCO (Università degli Studi di Palermo, Italy)

LIONELLO PUNZO (INCT-PPED - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brazil; Università degli Studi di Siena, Italy)

ANTONIO PURPURA (Università degli Studi di Palermo, Italy)

ASTERIO SAVELLI (Università di Bologna, Italy)

VENERA TOMASELLI (Università degli Studi di Catania, Italy)

GIOVANNI TONINI (Università degli Studi di Milano-Bicocca, Italy)

STEPHEN WANHILL (Emeritus Professor - Bournemouth University, UK; University of Limerick, Ireland)

KLAUS WEIERMAIR (Emeritus Professor - Universität Innsbruck, Austria)

The McGraw-Hill Book Series in *Tourism Sciences* is a result of cooperation among Italian and foreign university scholars from different fields: statisticians, economists, sociologists, psychologists, lawyers and geographers.

This cooperation has been developed over the years partly through the multidisciplinary *Ph.D. in Tourism Sciences* program (<http://www.dm.q.unipa.it/dottorato.htm>), established at Dipartimento di Metodi Quantitativi per le Scienze Umane, Università degli Studi di Palermo (Italy) in 1997.

The **Editor in Chief** of the series is Franco Vaccina, Full Professor of Social Statistics.

The **Co-Editor** is Antonino Mario Oliveri, Associate Professor of Social Statistics.

**Associate Editors** manage the anonymous peer-review process in their respective research fields.

They are guarantors of the scholarly and ethic suitability of referees as well (at least two for each book), which they select from well-known scholars in their fields.

The content of books is thus submitted to double blind review, which can determine its acceptance, rejection or return to authors for modification or further development.

The McGraw-Hill Book Series in *Tourism Sciences* mainly publishes research reports, conference proceedings and monographs in Italian or English language (Italian-language publications are provided with English summaries).

The series showcases the methods and empirical findings of scholars from different fields who work with tourism. In this way it aspires to spark a critical debate that can lead to a common method and a gradual reduction of partiality in views of the phenomenon of tourism. In fact, the research referred to Tourism Sciences to date has been characterized by an evident diversity of approaches that makes it harder to understand a phenomenon that is complex and interdisciplinary by nature and to use the results of research concretely.

The series is conceived to meet the needs of all scholars who wish to broaden the horizons of their knowledge in the field, including advanced university students. The business and government stakeholders can also find helpful tips, in the research contributions, for the solution of problems on the ground.

## CONTACTS

Prof. Franco Vaccina - Tel. +39 0 91 23895302 - Fax: +39 0 91 426452 - e-mail: [vaccina@unipa.it](mailto:vaccina@unipa.it)

Prof. Antonino Mario Oliveri - Tel. +39 0 91 23895284 - Fax: +39 0 91 426452 - e-mail: [antoninomario.oliveri@unipa.it](mailto:antoninomario.oliveri@unipa.it)

Università degli Studi di Palermo - Edificio 13, viale delle Scienze - 90128 Palermo, Italy

Vincenzo Asero  
Rosario D'Agata  
Venera Tomaselli

# **Turismo e territorio: analisi empiriche e approcci metodologici**

**McGraw-Hill**

---

Milano • New York • San Francisco • Washington D.C. • Auckland  
Bogotá • Lisboa • London • Madrid • Mexico City • Montreal  
New Delhi • San Juan • Singapore • Sydney • Tokyo • Toronto

Appartengono alla Collana di Scienze del Turismo i seguenti volumi:

1. *Mobilità ed altri comportamenti dei turisti: studi e ricerche a confronto*,  
a cura di Anna Maria Parroco e Franco Vaccina
2. *La comunicazione della destinazione turistica al tempo di Internet*,  
di Gabriella Polizzi
3. *Mobilità del turismo regionale incoming. Aspetti socio-economici  
dei comportamenti e delle motivazioni*,  
a cura di Stefano De Cantis e Antonino Mario Oliveri
4. *Turismo e territorio: analisi empiriche e approcci metodologici*,  
a cura di Vincenzo Asero, Rosario D'Agata e Venera Tomaselli

*Questo volume è stato pubblicato con il contributo della Regione Sicilia – Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, del Dipartimento di Scienze politiche e sociali dell'Università degli Studi di Catania e dell'Università degli Studi di Palermo (progetto ex 60%, anno 2007, "Sfruttamento turistico delle risorse naturali: analisi delle percezioni dei residenti", coordinato da Anna Maria Parroco).*

Copyright © 2013 McGraw-Hill Education (Italy) S.r.l.  
Via Ripamonti 89  
20141 Milano

**McGraw-Hill**



*A Division of the McGraw-Hill Companies*

I diritti di traduzione, di riproduzione, di memorizzazione elettronica e di adattamento totale e parziale con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm e le copie fotostatiche) sono riservati per tutti i Paesi.

Date le caratteristiche intrinseche di Internet, l'Editore non è responsabile per eventuali variazioni negli indirizzi e nei contenuti dei siti Internet riportati.

Nomi e marchi citati nel testo sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici.

Publisher: Paolo Roncoroni  
Acquisition Editor: Daniele Bonanno  
Produzione: Donatella Giuliani  
Stampa: Prontostampa, Verdellino-Zingonia (Bergamo)

Printed in Italy

Presentazione	IX
---------------	----

## Sezione I. *Analisi della domanda turistica*

<b>1</b>	<b>Analisi della domanda: approcci teorici, metodi e strumenti</b>	<b>3</b>
	<i>V. Tomaselli</i>	
<b>2</b>	<b>Una nota sul campionamento in Sicilia e Sardegna per l'analisi della mobilità: le probabilità di selezione e il processo di calibrazione</b>	<b>9</b>
	<i>S. De Cantis, M. Ferrante, R. Scuderi</i>	
<b>3</b>	<b>La Network Analysis per lo studio della mobilità turistica</b>	<b>21</b>
	<i>V. Asero, R. D'Agata, S. Gozzo, V. Tomaselli</i>	
<b>4</b>	<b>Viaggi multi-destinazione in Sicilia: principali determinanti ed effetti distorcenti nelle statistiche sul turismo</b>	<b>39</b>
	<i>F. Vaccina, A. M. Parroco, M. Ferrante</i>	
<b>5</b>	<b>Distorsioni nel ricordo della spesa dei turisti: alcune evidenze empiriche</b>	<b>51</b>
	<i>Alessandra Di Caccamo, Giuseppe Notarstefano, Raffaele Scuderi</i>	
<b>6</b>	<b>La rilevazione della soddisfazione e dell'insoddisfazione dei turisti: una proposta operativa</b>	<b>61</b>
	<i>A. M. Oliveri, G. Polizzi</i>	
<b>7</b>	<b>La competitività e l'attrattività delle destinazioni congressuali italiane: un'analisi empirica</b>	<b>75</b>
	<i>G. Del Chiappa</i>	
<b>8</b>	<b>Il profilo dei turisti con motivazioni culturali: analisi comparata attraverso GPS e questionari sui visitatori del Lago d'Orta</b>	<b>85</b>
	<i>C. Guccio, G. B. Pollicchino, S. Levi Sacerdotti, I. Rizzo</i>	

**Sezione II. Mercato turistico e nuove tendenze**

- 9 Turismo e nuove tendenze** 99  
*V. Asero*
- 10 Golf tourism in Sicily: traiettorie e prospettive di sviluppo** 105  
*T. Abbate*
- 11 Le strade del vino come strumento di sviluppo sostenibile dei territori** 117  
*M. Rizzo, S. Moscato*
- 12 Il fenomeno dei low cost in Sicilia: alcuni effetti sul sistema turistico** 129  
*M. Giannone*
- 13 Il turista digitale: formatore di tendenza e vero promoter turistico** 139  
*F. Grasso, S. G. Paratore*
- 14 Destination Management per la promozione del turismo. Analisi dei modelli regionali e provinciali nel web** 151  
*M. Platania, D. Privitera*
- 15 Il "Cammino" per la Madonna Nera di Tindari come risorsa turistica** 163  
*F. Famoso, A. Incognito, G. Petino*

**Sezione III. Turismo e territorio**

- 16 Turismo e territorio: tra mutamenti e nuove opportunità** 179  
*R. D'Agata*
- 17 Politiche del turismo e nuovi paesaggi urbani** 185  
*L. Ruggiero*
- 18 Politiche per il turismo. Il ruolo della conoscenza dei fenomeni turistici nella promozione degli eventi culturali** 197  
*L. Canova, A. Pezzano, A. Pedroncelli*
- 19 L'analisi della sostenibilità del turismo in Sicilia attraverso un indicatore globale** 209  
*M. Giacalone, L. La Tona, C. Marino*



- 20 Milano: *cultural destination*? Le 'industrie creative' come *driver* di valorizzazione turistica** 219  
*M. Morazzoni, D. Colombo, P. De Ponti*
- 21 Le potenzialità di sviluppo turistico del Parco Nazionale dell'Appennino Lucano, Val d'Agri, Lagonegrese tra natura ed energia** 231  
*M. Cassinelli, L. Chiarullo*
- 22 Il Turismo residenziale. I modelli urbani ed il *carrying touristic* nella regione etnea** 243  
*S. Di Bella*
- 23 Il turismo in Basilicata secondo la percezione degli operatori** 251  
*F. D. d'Ovidio, E. S. De Giacomo, M. M. Visceglia*

# Presentazione

---

Anche se ciò che osserviamo può essere ammesso come una realtà a noi esterna, il risultato dell'osservazione non può esprimerla ma solo indicarla, e di questa indicazione si fanno carico in vari modi le diverse metodologie utilizzate.

Le metodologie osservative, anche ridotte a semplici tecniche, sono però condizionate dall'oggetto di osservazione, oltre che dal modo di osservarlo, e l'ambizioso e da noi dichiarato tentativo di unificazione metodologica per le diverse scienze del turismo, deve necessariamente elevare la metodologia a metodo scientifico<sup>1</sup> e quindi al linguaggio logico che lo caratterizza. Orbene, seguendo Aristotele e facendo però attenzione anche alla distinzione tra logica e dialettica, abbiamo cercato di assumere questa generale discriminante, la presenza cioè di metodo scientifico con adeguato linguaggio logico, nell'accettare per la pubblicazione i numerosi articoli presentati in questo volume. Articoli tanto diversi tra loro per contenuto, almeno secondo le tradizionali partizioni disciplinari, che si è pensato di separarli graficamente in tre blocchi con relative responsabilità di curatela.

Il turismo non avrebbe certamente bisogno di ulteriori partizioni anche se, non essendo oggetto ma concetto, pur scontrandosi con le critiche di Occam, può essere disarticolato con un appropriato linguaggio che, per dirla con Heidegger<sup>2</sup>, procura l'essere alla cosa. Del resto, vista la numerosità confusa e sovrapposta delle tipologie già presenti nella descrizione del fenomeno e negli approcci per il suo studio, soddisfare le esigenze editoriali di presentazione dei lavori con un'ulteriore aggregazione tipologica corrispondente alle tre sezioni del volume, denominate a) analisi della domanda; b) turismo e nuove tendenze c) turismo e territorio, ci è sembrato compatibile con i contenuti degli articoli disponibili ed esaustivo, in potenza, della classica distinzione vecchio e nuovo mercato, con il primo distinto in domanda e offerta e il secondo aperto in forma residuale. Un'articolazione indicativa della pervasività e persistenza del 'mercato' e degli altri aspetti economici e gestionali che lo caratterizzano.

Non mancano ovviamente altri aspetti, soprattutto nella prima sezione di analisi della domanda, nella quale le determinanti del 'valore' dato al turismo non sono semplicemente quelle legate al pacchetto offerto nel mercato, ma investono la

---

<sup>1</sup> Metodo che secondo Naville si compone di tre elementi: osservazione, supposizione e verifica, Naville E. (1989), *La logica dell'ipotesi*, Rusconi.

<sup>2</sup> Heidegger M. (1999), *In 'Cammino' verso il linguaggio*, Mursia, Milano.

soddisfazione del servizio ricevuto. Servizio che include motivazioni personali a seguito di bisogni in gran parte ancora fuori mercato. E sono queste determinanti residuali (per ora) a costituire il 'brodo' generatore delle nuove tendenze.

Nella seconda sezione, le nuove tendenze che non sono esclusivamente rivolte ai nuovi bisogni dei turisti potenziali, ma anche ai bisogni degli studiosi di turismo. Studiosi da sempre alla ricerca di più sofisticate tecniche per costruire nuove informazioni. Nella terza, infine, accanto alla descrizione investigativa del turismo in specifici territori e, quindi, dell'offerta di questi ultimi, appaiono tentativi di visualizzazione sintetica della realtà locale con proposte di soluzione gestionale e di politica territoriale.

Questa divisione in sezioni, operata per l'occasione, non deve far pensare ad un abbandono del progetto iniziale della collana, perché riducendo il tutto a metodo e linguaggio, sovrapponibili nella logica scientifica<sup>3</sup>, l'obiettivo finale unificante delle scienze del turismo permane. Permane, soprattutto, nell'attesa di riproporre la nascita di un linguaggio logico simile al mito dell'antica Roma riportato da Marziano Capella (V secolo d.C.) con le nozze di Mercurio e Filologia. Metafora dell'indirizzo divino che sintetizza il collegamento dei saperi attraverso il matrimonio tra il dio del linguaggio (Mercurio) e la vergine romana amante del logos (Filologia) con le sue sette ancelle (trivio e quadrivio)<sup>4</sup>. Collegamento ancor oggi ritenuto indispensabile per la ricerca della verità. Diversità occasionale e temporanea quindi, oggi ancora riconosciuta e riconoscibile ma con l'auspicio unificante della consumazione di un matrimonio che si spera non tarderà a dare i suoi frutti.

*Prof. Franco Vaccina*  
Direttore della collana

---

<sup>3</sup> Nel trattato di Wittgenstein si afferma addirittura un sostanziale isomorfismo tra linguaggio, pensiero e mondo.

<sup>4</sup> Teoria unificante del Mithos con il Logos perché non è solo il Mithos ad illuminare il logos ma anche l'opposto.

Sezione III

---

*Turismo e territorio*

# L'analisi della sostenibilità turistico-ricettiva: il caso della regione Sicilia

*Massimiliano Giacalone<sup>1</sup>, Letizia La Tona<sup>2</sup>, Calogero Marino<sup>3</sup>*

The aim of paper is to create a global indicator of tourism to study the sustainability of a territory in touristic-receptive field. It is created making a synthesis of several well-known indicators that take in account several aspects related to the sustainability. The proposed indicator allows to obtain a rank of considered territories. The application of this indicator to the Sicilian case shows the contraposition of territories where tourism has a considerable role in the economy and other internal territories of island where this economic field is rather marginal.

**Key words:** indicator; rank; sustainability; tourism.

**Parole chiave:** indicatore; graduatoria; sostenibilità; turismo.

## 19.1 Introduzione

Il concetto di sostenibilità, nato in campo ambientalista, è diffuso e condiviso in ambito internazionale per definire un "equilibrio fra il soddisfacimento delle esigenze presenti senza compromettere la possibilità delle future generazioni di sopperire alle proprie" (The World Commission on Environment and Development, 1987).

Tale concetto è stato successivamente esteso ad altri settori delle attività umane tra cui il turismo, dove è riferito ai molteplici aspetti che si possono in vario modo attribuire al rispetto e alla salvaguardia dell'ambiente, della cultura, delle tradizioni e delle risorse socio-economiche delle popolazioni locali (Williams, 2001).

In questo lavoro viene proposto un indicatore 'globale' del turismo, in seguito indicato con G, in grado di tener conto della domanda, dell'offerta e dell'impatto del settore turistico sull'ambiente. Tale indicatore, attraverso le variabili relative ai flussi turistici e alla ricettività (posti letto, durata del soggiorno, numero degli esercizi

<sup>1</sup> Università degli Studi della Calabria, Professore a contratto di Statistica.

<sup>2</sup> Università degli Studi di Messina, Professore ordinario di Statistica.

<sup>3</sup> Regione Siciliana, Dipartimento Turismo, Istruttore direttivo dell'Osservatorio Turistico.

ricettivi, popolazione residente, superficie del territorio, presenze e arrivi), fornisce il livello di *stress* del territorio, riferito alle circoscrizioni territoriali predeterminate e a dati ufficiali annui, e contribuisce alla valutazione della sostenibilità turistica sul territorio. L'indicatore G è ottenuto sintetizzando adeguatamente alcuni indicatori che esprimono le varie dimensioni del fenomeno e consente di ottenere una graduatoria, in cui la posizione di ciascuna località risulta stabilita dalla media ponderata tra i punti ottenuti dagli indicatori considerati. Dopo aver introdotto la batteria degli indicatori ed avere esposto il criterio di sintesi, segue un'analisi della situazione siciliana monitorata utilizzando il data-base dei territori facenti capo ai Servizi Turistici della Regione (Osservatorio Turistico della Regione Siciliana, 2010).

L'obiettivo è quello di evidenziare l'esistenza di un dualismo fra aree ancora poco sfruttate (nonostante di potenziale di interesse turistico), ed aree ai limiti della saturazione, determinandone anche un ordinamento (Sharpley, 2000).

## 19.2 Indicatori

L'indicatore turistico globale G è stato costruito utilizzando la seguente batteria di indicatori basati sulle comuni variabili di interesse (Leti, 1990):

$$D = \frac{PL}{S} \quad - \text{Indice di densità territoriale del turismo} \quad (4.1)$$

$$F = \frac{PL}{P} 1000 \quad - \text{Indice di funzione turistica di Défert} \quad (4.2)$$

$$T = \frac{P}{PR} 100 \quad - \text{Indice di turisticità} \quad (4.3)$$

$$S = \frac{AR + P}{S} \quad - \text{Indice di sfruttamento territoriale} \quad (4.4)$$

$$Pm = \frac{AR}{PR} \quad - \text{Permanenza media} \quad (4.5)$$

$$U = \frac{PR}{PL \cdot 365} \quad - \text{Indice di utilizzazione lorda dei posti letto} \quad (4.6)$$

$$R = \frac{P}{P + PR^m} \quad - \text{Indice di resistività di Kostrowicki} \quad (4.7)$$

$$Am = \frac{PL}{N_{es}} \quad - \text{Ampiezza media delle strutture ricettive} \quad (4.8)$$

$$I = \frac{PL}{PL_{tot}} : \frac{P}{P_{tot}} \quad - \text{Indice di insediamento di Florence} \quad (4.9)$$

$$L = \frac{P}{N_{es}} \quad - \text{Indice di connotazione turistica di Lundgren} \quad (4.10)$$

$$St = \frac{PR^m}{g^m} : \frac{PR}{g} \quad - \text{Indice di stagionalità} \quad (4.11)$$

dove,  $PL$  è il numero dei posti letto totali disponibili nell'ambito territoriale prescelto,  $S$  è l'estensione dell'area oggetto di studio,  $P$  è la popolazione dell'area oggetto di studio,  $PR$  sono le presenze totali registrate nell'ambito territoriale prescelto,  $AR$  sono gli arrivi totali registrate nell'ambito territoriale prescelto,  $PR^m$  sono le presenze nel mese di massima affluenza,  $N_{es}$  è il numero degli esercizi ricettivi nell'ambito territoriale prescelto,  $PL_{tot}$  è il numero dei posti letto dell'intera regione,  $P_{tot}$  è la popolazione dell'intera regione,  $g^m$  è il numero dei giorni di massima affluenza e  $g$  è il numero dei giorni dell'anno di riferimento.

L'indicatore  $D$  (4.1) è usato per valutare l'impatto dell'offerta turistica sul territorio fisico, a valori più grandi di  $D$  corrisponde un maggiore impatto territoriale del settore turistico-ricettivo. L'indicatore  $F$  (4.2) (Défert, 1967) misura l'impatto dell'offerta turistica sul substrato socio-economico del territorio oggetto di indagine. A valori più grandi di  $F$  vengono associate realtà territoriali in cui il comparto turistico-ricettivo è maggiormente presente nell'economia locale. L'indicatore  $T$  (4.3) evidenzia il rapporto esistente nelle località considerate fra il turista e la comunità locale, nel senso che a più bassi valori di  $T$  corrispondono situazioni di maggiore attrito fra queste due realtà. L'indicatore  $S$  (4.4) si propone, infine, di valutare il grado di utilizzazione del territorio fisico da parte dell'uomo, sia che esso sia indigeno che turista. La permanenza media (4.5) e l'indicatore di utilizzazione lordo (4.6) dei posti letto vengono utilizzati come indicatori economici dell'impatto turistico. L'indicatore  $R$  (4.7) è utilizzato con una connotazione sociale, in quanto espressione della capacità di turisti e residenti di coesistere nel territorio. L'ampiezza media (4.8) delle strutture ricettive assume una connotazione ambientale in quanto indica l'impatto che queste hanno sul territorio. L'indicatore  $I$  (4.9) (Florence, 1948) assume un carattere economico poiché mette in relazione l'offerta turistico-ricettiva con la popolazione residente. L'indicatore  $L$  (4.10) (Lundgren, 1966) ha l'intento di esprimere la connotazione turistica di una determinata area ed assume quindi un significato economico. Infine, l'indicatore  $St$  (4.11) rapporta le presenze giornaliere nel mese di massima affluenza alle presenze giornaliere dell'intero anno ed assume una caratteristica ambientale.

Partendo da questi indicatori, scelti in maniera ragionata fra quelli che utilizzano, tra le variabili disponibili, quelle molto correlate con l'aspetto territoriale, sociale ed economico del fenomeno studiato, si è cercato di formulare un indicatore bilanciato che riassume le peculiarità riguardanti la sostenibilità del comparto turistico.

Il procedimento consiste nel costruire un punteggio per ciascun indicatore, ottenuto assegnando 100 punti alla provincia con il miglior risultato e a tutte le altre un valore proporzionale al primo nel seguente modo:

$$T(x_i) = \frac{\min\{x_i\}}{x_i} 100 \quad (4.12a)$$

oppure

$$T(x_i) = \frac{x_i}{\max\{x_i\}} 100 \quad (4.12b)$$

dove  $x_i$  è il valore riportato da ogni provincia e  $T(x_i)$  il valore trasformato con la (4.12a) o con la (4.12b), a seconda che il miglior risultato sia, in funzione della natura dell'indicatore, rispettivamente, il valore più basso o il valore più alto. Si procede poi con la costruzione di undici graduatorie di area (Horn, 1993).

L'effetto delle trasformazioni non ha alterato la classifica delle distribuzioni delle unità territoriali, per cui, sulla base di tali valori, viene realizzato un ordinamento finale in cui la posizione di ciascuna località è determinata dalla media degli indicatori utilizzati, ponderati nella seguente maniera:

$$G_i = \frac{T(D_i) + T(S_i) + T(A_i) + T(St_i)}{12} + \frac{T(F_i) + T(Pm_i) + T(U_i) + T(I_i) + T(L_i)}{15} + \frac{T(T_i) + T(R_i)}{6} \quad (4.13)$$

La ponderazione tiene conto dei tre ambiti (addendi) che definiscono l'indicatore  $G$  (4.13): quello ambientale, quello economico e quello sociale. A ciascuno è stato dato un peso di  $1/3$  distribuendolo fra le trasformate degli indicatori semplici che definiscono ciascun ambito (es.: nel settore sociale agiscono due indicatori semplici, per cui alle trasformate "sociali" è stato dato un peso pari a  $1/3:1/2=1/6$ ).

### 19.3 Il caso della regione Sicilia

L'indicatore globale  $G$  (4.13) proposto è stato utilizzato per analizzare il caso della regione Sicilia nell'anno 2009. Si è fatto ricorso principalmente al *database* dell'Osservatorio Turistico della Regione relativo ai flussi turistici *ingoing* e alla consistenza ricettiva delle località siciliane facenti capo ai Servizi Turistici Regionali.

Di seguito sono riportate le seguenti tabelle: le 19.1 e 19.2 nelle quali sono presentati i valori assunti dagli indicatori di base nelle località considerate; la 19.3 che mostra la graduatoria finale, ottenuta applicando l'indicatore  $G$  (4.13). Di tale graduatoria viene illustrata una rappresentazione grafica nella figura 19.1.

Il risultato ottenuto dai dati ufficiali disponibili, che necessariamente non tiene conto della dimensione sommersa, indica una suddivisione dei siti turistici in tre tipologie. La prima è rappresentata da siti con evidente saturazione turistica come Giardini Naxos, Taormina, le Isole Eolie, Cefalù e Sciacca, nella seconda troviamo un folto gruppo di località che presentano delle potenzialità non del tutto sfruttate (Acireale, Palermo, Ragusa, Trapani, Siracusa, Catania, Agrigento, ecc.), infine l'ultima categoria, in cui si trovano le ultime cinque località a partire da Gela fino a Caltagirone, dove l'impatto del settore turistico è pressoché assente, pur essendo alcune di queste ad alto potenziale di attrattività.



**Tabella 19.1** Distribuzione degli indicatori  $D_i$ ,  $F_i$ ,  $T_i$ ,  $S_i$  e  $P_m$ 

<b>Località</b>	<b><math>D_i</math></b>	<b><math>F_i</math></b>	<b><math>T_i</math></b>	<b><math>S_i</math></b>	<b><math>P_m</math></b>
AGRIGENTO	20,1	83,2	18,8	1066,7	1,6
SCIACCA	33,5	156,5	8,6	618,3	6,2
ALTRI COM. AG	3,8	27,6	66,3	185,3	4,2
CALTANISSETTA	2,8	19,3	106,0	202,8	2,3
GELA	1,9	6,7	225,9	330,2	2,4
ALTRI COM. CL	1,2	12,7	146,7	103,3	7,2
ACIREALE	145,5	110,0	18,0	4110,9	2,6
CALTAGIRONE	1,9	18,4	113,5	153,1	1,8
CT E ACICASTELLO	45,1	27,2	36,0	3599,3	2,4
NICOLOSI	16,4	98,8	25,8	495,8	2,0
ALTRI COM. CT	2,8	12,0	174,3	272,0	3,3
ENNA	1,9	23,5	56,5	122,9	3,1
P.ZZA ARMERINA	3,6	52,8	66,9	142,7	1,4
ALTRI COM. EN	0,5	8,3	253,4	73,5	3,3
C. D'ORLANDO	110,2	122,6	15,8	2777,1	3,0
GIARDINI NAXOS	1401,1	797,4	1,3	33235,3	4,4
ISOLE EOLIE	55,8	466,6	3,2	1073,8	3,9
MESSINA	16,7	14,5	86,1	1531,7	3,5
MILAZZO	70,4	52,2	33,7	3127,8	2,2
PATTI	37,0	138,5	16,4	654,4	4,2
TAORMINA	527,0	625,0	1,4	17698,9	3,6
ALTRI COM. ME	6,4	56,3	29,5	201,3	4,3
CEFALÙ	96,8	462,6	2,4	1999,4	4,9
PALERMO	67,8	16,3	55,6	7954,1	2,0
ALTRI COM. PA	4,4	36,6	55,2	174,9	4,0
RAGUSA	11,0	104,7	15,1	275,0	4,1
ALTRI COM. RG	7,4	28,1	61,9	365,8	4,1
SIRACUSA	40,6	66,7	17,3	1678,0	3,3
ALTRI COM. SR	4,5	30,5	114,8	180,3	3,8
ERICE	24,7	41,0	37,5	1257,1	2,4
TRAPANI	4,8	18,3	50,7	467,4	2,5
ALTRI COM. TP	11,2	71,1	21,2	356,6	3,7
<b>SICILIA</b>	<b>7,6</b>	<b>38,6</b>	<b>37,9</b>	<b>353,8</b>	<b>3,3</b>

Fonte: elaborazione propria su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Siciliana e ISTAT, 2009.

Tabella 19.2 Distribuzione degli indicatori *U, R, Am, I, L e St*

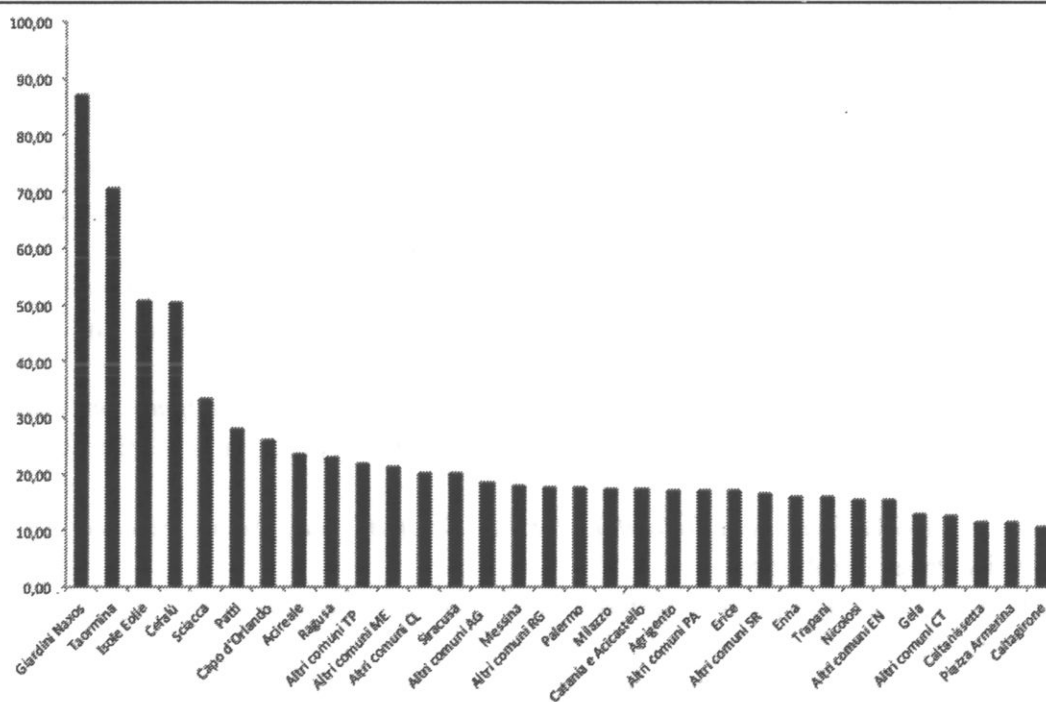
Località	<i>U</i>	<i>R</i>	<i>Am</i>	<i>I<sub>i</sub></i>	<i>L<sub>i</sub></i>	<i>St</i>
AGRIGENTO	0,2	0,5	40,0	2,2	480,8	2,0
SCIACCA	0,2	0,3	130,7	4,1	835,3	2,8
ALTRI COM. AG	0,1	0,7	48,3	0,7	1748,9	3,1
CALTANISSETTA	0,1	0,9	50,6	0,5	2619,3	0,9
GELA	0,2	1,0	47,0	0,2	7010,6	1,3
ALTRI COM. CL	0,1	0,9	52,0	0,3	4088,7	2,8
ACIREALE	0,1	0,5	90,8	2,9	825,8	2,5
CALTAGIRONE	0,1	0,9	19,6	0,5	1067,7	1,5
CT E ACICASTELLO	0,3	0,7	37,2	0,7	1368,1	1,6
NICOLOSI	0,1	0,6	21,2	2,6	214,0	2,0
ALTRI COM. CT	0,1	0,9	23,3	0,3	1944,6	2,0
ENNA	0,2	0,7	24,5	0,6	1039,9	2,4
P.ZZA ARMERINA	0,1	0,8	19,0	1,4	359,3	2,0
ALTRI COM. EN	0,1	0,9	18,7	0,2	2265,4	3,6
C. D'ORLANDO	0,1	0,3	39,1	3,2	319,2	4,4
GIARDINI NAXOS	0,3	0,1	105,9	20,7	132,8	2,3
ISOLE EOLIE	0,2	0,1	27,3	12,1	58,6	4,2
MESSINA	0,2	0,9	73,4	0,4	5070,4	1,6
MILAZZO	0,2	0,6	35,5	1,4	680,1	2,5
PATTI	0,1	0,3	88,5	3,6	638,7	4,3
TAORMINA	0,3	0,1	45,9	16,2	73,5	2,2
ALTRI COM. ME	0,2	0,5	50,9	1,5	905,1	3,4
CEFALÙ	0,2	0,1	109,8	12,0	237,4	2,4
PALERMO	0,3	0,9	46,8	0,4	2867,1	1,1
ALTRI COM. PA	0,1	0,7	55,4	0,9	1515,9	2,3
RAGUSA	0,2	0,4	48,8	2,7	466,4	3,0
ALTRI COM. RG	0,2	0,7	27,4	0,7	976,3	3,2
SIRACUSA	0,2	0,5	40,6	1,7	608,3	2,0
ALTRI COM. SR	0,1	0,8	32,8	0,8	1076,3	3,6
ERICE	0,2	0,6	32,4	1,1	788,4	2,7
TRAPANI	0,3	0,8	18,2	0,5	993,6	1,9
ALTRI COM. TP	0,2	0,4	47,6	1,8	670,0	3,3
<b>SICILIA</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>44,2</b>	<b>1,0</b>	<b>1145,5</b>	<b>2,5</b>

Fonte: Elaborazione propria su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Siciliana e ISTAT, 2009.

**Tabella 19.3** Graduatoria finale delle località rispetto all'indicatore G (ordine decrescente)

Rango	Località	$G_i$	Rango	Località	$G_i$
1	GIARDINI NAXOS	87,16	17	PALERMO	17,72
2	TAORMINA	70,56	18	MILAZZO	17,36
3	ISOLE EOLIE	50,71	19	CT E ACICASTELLO	17,33
4	CEFALÙ	50,39	20	AGRIGENTO	17,17
5	SCIACCA	33,44	21	ALTRI COMUNI PA	17,13
6	PATTI	28,11	22	ERICE	17,00
7	CAPO D'ORLANDO	25,99	23	ALTRI COMUNI SR	16,46
8	ACIREALE	23,47	24	ENNA	15,87
9	RAGUSA	23,10	25	TRAPANI	15,86
10	ALTRI COMUNI TP	21,90	26	NICOLOSI	15,45
11	ALTRI COMUNI ME	21,26	27	ALTRI COMUNI EN	15,34
12	ALTRI COMUNI CL	20,09	28	GELA	12,88
13	SIRACUSA	20,08	29	ALTRI COMUNI CT	12,72
14	ALTRI COMUNI AG	18,51	30	CALTANISSETTA	11,59
15	MESSINA	17,88	31	PIAZZA ARMERINA	11,52
16	ALTRI COMUNI RG	17,78	32	CALTAGIRONE	10,65

Fonte: Elaborazione propria su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Siciliana e ISTAT, 2009.



**Figura 19.1** Classifica delle principali località siciliane ricavata dalla elaborazione dei dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Siciliana e ISTAT, 2009

## 19.4 Conclusioni

L'indicatore proposto ha consentito di ottenere per la regione Sicilia una valutazione globale della rilevanza turistica delle singole località esaminate e un chiaro raffronto fra di esse. I risultati confermano che vi sono località in cui l'industria turistico-ricettiva ha una forte incidenza ed altre dove è piuttosto marginale. Da ciò nasce la necessità di adottare provvedimenti che consentano di realizzare maggiore sostenibilità nel settore. In particolare, si rivela necessario dirottare il flusso turistico dalle zone dove è solitamente pressante alle aree dove è meno intenso; destagionalizzare i flussi, in quanto il concentrarsi delle presenze in alcuni periodi dell'anno rende gli ecosistemi particolarmente fragili; spalmare la presenza di visitatori in maniera omogenea durante l'anno per apportare alle economie locali più legate al settore turistico un flusso di reddito regolare e, quindi, un maggior beneficio per le comunità autoctone; infine, porre in essere politiche turistiche atte a valorizzare le località svantaggiate che, pur avendo risorse turistiche, si trovano in fondo alla graduatoria.

### Riferimenti bibliografici

- DEFERT P. (1967), *Le taux de fonction touristique: mise au point et critique – Cahiers du Tourisme*, n. C-13, C.H.E.T, Aix-en-Provence.
- DELVECCHIO F. (1995), *Scale di misura e indicatori sociali*, Cacucci, Bari.
- FERRARI F. - GRUGNALE B. (2003), *La sostenibilità del turismo nella regione Abruzzo*, Università "G. d'Annunzio", all'url:  
<http://geolab.unich.it/ricercadir/TurismoCompatibile.pdf>.
- FLORENCE P. S. (1948), *Investment, location and size of plant*, University Press Cambridge, Cambridge.
- GIACALONE M. - LA TONA L. - MARINO C. (2005), "Sustainability in the Receptive-Tourist Field in Sicily", Atti della Riunione Scientifica Intermedia della Società Italiana di Statistica - Statistica e Ambiente. Università di Messina, pp. 159-162.
- HARDY A. L. - BEETON R. J. S. - PEARSON L. (2002), *Sustainable tourism: an overview of the concept and its position in relation to conceptualizations of tourism*, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10, n. 6, pp. 475-496.
- HEINEN J. T. (1994), *Emerging, diverging and converging paradigms on sustainable development*, in *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, vol. 1, pp. 22-32.
- HORN R. V. (1993), *Statistical Indicators for the Economic and Social Science*, Cambridge University Press, Cambridge.
- HUNTER C. (1997), *Sustainable tourism and an adaptive paradigm*, in *Annals of Tourism Research*, vol. 24, n. 4, pp. 850-867.
- LETI G. (1990), *Distanze e Indicatori Statistici*, Euroma La Goliardica, Roma.
- MCINTOSH R. W. - GOELDNER C. R. (1984), *Tourism - Principles, Practices, Philosophies*, 4a ed. J. Wiley & Sons, New York.

- LUNDGREN J. O. J. (1966), *Tourism in Quebec*, in *Revue de Geographie de Montreal*, vol. 20, n. 1-2, pp. 59-74.
- OSSERVATORIO TURISTICO DELLA REGIONE SICILIANA (2010), *"Il Turismo in Sicilia" I flussi dell'incoming nazionali ed internazionali 2006-2007*, Eurografica, Palermo.
- REGIONE SICILIANA, ASSESSORATO TURISMO, COMUNICAZIONI E TRASPORTI (2003), *Rapporto sul Turismo in Sicilia 2003*, Mercury s.r.l., Firenze.
- SHARPLEY R. (2000), *Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide*, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 8, n. 1, pp. 1-19.
- THE WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (1987), *Our Common Future (Rapporto Brundtland)*, Oxford University Press, London, all'url:  
<http://www.earthsummit2012.org/about-us/historical-documents/92-our-common-future>.
- WEAVER D. B. (2001), *The Encyclopedia of ecotourism*, CABI Publishing, Wallingford (UK).
- WILLIAMS D. R. (2001), *Sustainability and public access to nature: contesting the right to roam*, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 9, n. 5, pp. 361-371.

**Vincenzo Asero, Rosario D'Agata, Venera Tomaselli**

## **Turismo e territorio: analisi empiriche e approcci metodologici**

Il volume raccoglie contributi su aspetti teorici ed empirici relativi all'analisi del fenomeno turistico affrontando tematiche relative a motivazioni, comportamenti di spesa, soddisfazione, nuove tendenze del mercato e sviluppo del territorio. Sono presenti approfondimenti su questioni metodologiche inerenti criteri di selezione campionaria e di trattamento dei dati.

All'interno di un contesto di analisi che implica metodi e strumenti propri di specifici orientamenti disciplinari, i differenti approcci proposti si declinano secondo una logica di sostanziale unificazione delle scienze del turismo, in cui l'applicazione del metodo scientifico all'osservazione del fenomeno consente di superare le peculiarità metodologiche delle discipline.

Il volume è suddiviso in tre sezioni tematiche, con relative responsabilità di curatela, denominate rispettivamente: analisi della domanda turistica, turismo e nuove tendenze, turismo e territorio.

I contributi derivano da una selezione dei lavori presentati in occasione del convegno "Turisti per caso?... Il turismo sul territorio: motivazioni e comportamenti di spesa", organizzato dall'unità locale dell'Università degli Studi di Catania nel giugno 2011, nell'ambito delle attività di ricerca del PRIN 2007-2009 del Ministero dell'Istruzione, della Ricerca e dell'Università (MIUR) dal titolo "Mobilità del turismo regionale incoming. Aspetti socio-economici dei comportamenti e delle motivazioni", coordinato dal Prof. Franco Vaccina dell'Università degli Studi di Palermo.

**Vincenzo Asero** è ricercatore in Economia Politica, docente di Economia Politica ed Economia Regionale presso l'Università degli Studi di Catania, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. La sua attività di ricerca riguarda principalmente lo sviluppo del territorio ed il turismo, con particolare riferimento alla Sicilia.

**Rosario D'Agata** è ricercatore in Statistica Sociale presso l'Università degli Studi di Catania, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. Tra i suoi principali interessi scientifici, l'analisi delle reti sociali, dei modelli multilevel e dei modelli spaziali che applica prevalentemente in ambiti di studi elettorali, flussi migratori e fenomeni turistici.

**Venera Tomaselli** è professore associato in Statistica Sociale presso l'Università degli Studi di Catania, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. Insegna Statistica, Statistica Sociale e Statistica Applicata alla Medicina. I suoi interessi di ricerca riguardano principalmente l'analisi di fenomeni politico-elettorali, turistici, formativi e clinico-sperimentali con applicazioni di strumenti di analisi statistica multivariata.

ISBN 978-88-386-6844-9



9 788838 668449

► [www.mcgraw-hill.it](http://www.mcgraw-hill.it)

► [www.ateneonline.it](http://www.ateneonline.it)

€ 19,00 (i.i.)