

Relazione tecnica
attestante la capacità delle
Rappresentazioni classiche – Segesta Eventi 2011
di generare flussi turistici

di Maurizio Giambalvo e Simone Lucido

Next - Nuove Energie X il Territorio

www.nuovenergie.org - www.urbancosmographies.com

Palermo Dicembre 2010

Sommario

1 Note introduttive: il mercato del turismo dopo la “grande crisi” torna a crescere

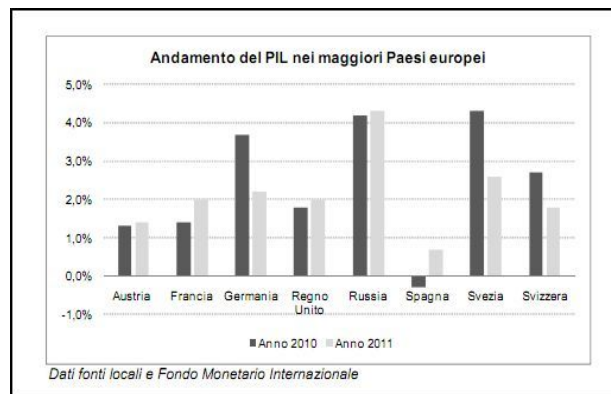
2 Le Rappresentazioni Classiche - Segesta Eventi 2011: una leva per lo sviluppo del turismo culturale nella provincia di Trapani

3 Per l'attrazione di nuovi flussi turistici: il ruolo attuale e potenziale delle Rappresentazioni Classiche – Segesta Eventi

4 Note Conclusive

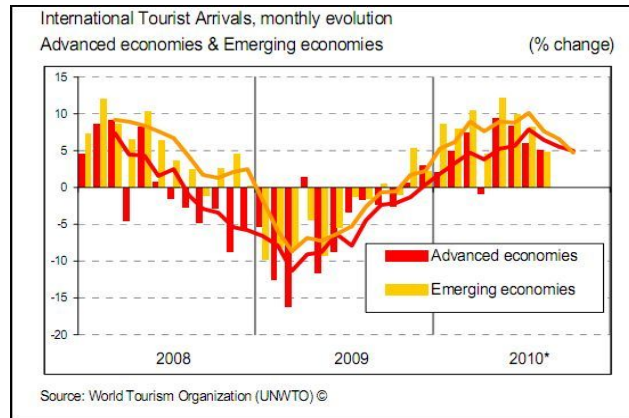
1. Note introduttive: il mercato del turismo dopo la “grande crisi” torna a crescere

Il 2008 e, in parte, il 2009 sono stati anni segnati dagli effetti della crisi economica e finanziaria che hanno sconvolto il Pianeta e soprattutto le economie dei paesi sviluppati nel 2006 e nel 2007. Tuttavia, già nell'ultimo quadrimestre del 2009 i dati su scala globale facevano intravedere i primi sintomi di una ripresa. La ripresa economica a livello internazionale è ora un dato che tende a consolidarsi, pur rimanendo non pochi rischi e incertezze, in particolare legati al debito pubblico e alle oscillazioni



sistema finanziario attraversato da perturbazioni e dinamiche speculative; le stime del Fondo Monetario Internazionale prevedono alla fine del 2010 un aumento del PIL mondiale intorno al 4,8%. Le economie emergenti guidano la ripresa economica - in testa Cina e India rispettivamente con +10,5% e +9,7% - mentre le economie avanzate presentano ritmi di crescita mediamente più contenuti (+2,7%). In forte ripresa nelle economie emergenti, in aumento, ma con tassi inferiori, in quelle avanzate anche i dati sui consumi interni. Date queste queste premesse, le previsioni per il 2011 stimano una crescita del PIL a livello internazionale che dovrebbe attestarsi al 4,2%.

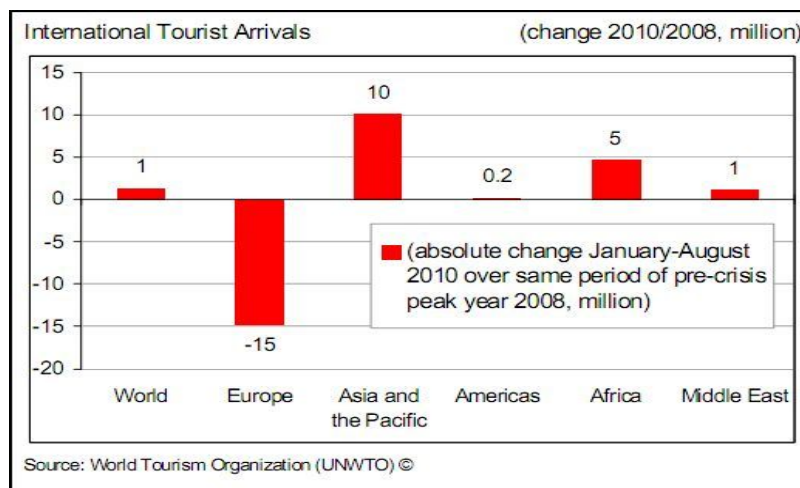
Anche il turismo, dopo aver sofferto come gli altri settori dell'economia, ha confermato nei primi otto mesi dell'anno le previsioni di una crescita attesa da tutti gli operatori.



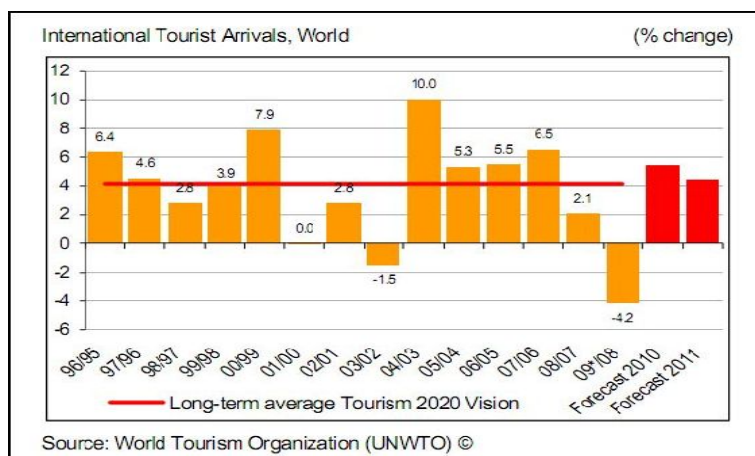
Il dato complessivo del declino del turismo mondiale nel 2009 era stato, rispetto all'anno precedente, di -4,2%; invece, nel periodo gennaio-agosto del 2010 registriamo un dato che segna un risultato superiore a quello dello stesso periodo precedente alla crisi del 2008 che, in termini assoluti, attesta 642 milioni di turisti che hanno viaggiato nel periodo indicato.

Si è trattato dunque di un aumento di circa 40 milioni di turisti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (e di 1 milione rispetto al periodo pre-crisi); la crescita percentuale rispetto al 2009 è dunque, per il periodo del quale sono disponibili i dati, di circa il 7%. Seguendo questo trend, alla fine dell'anno la crescita registrata dovrebbe attestarsi fra il 5 e il 6% mentre, per il 2011, le stime degli analisti confermano il trend positivo che, però, dovrebbe attestarsi intorno al 4%, registrando dunque un leggero rallentamento della ripresa che comunque, su scala globale, dovrebbe continuare a far segnare un saldo positivo.

Il dato globale assume valori differenti se analizzato alle differenti scale geografiche; una prima distinzione va fatta distinguendo le economie tradizionalmente considerate avanzate e quelle emergenti; queste ultime mostrano risultati sensibilmente migliori ri-



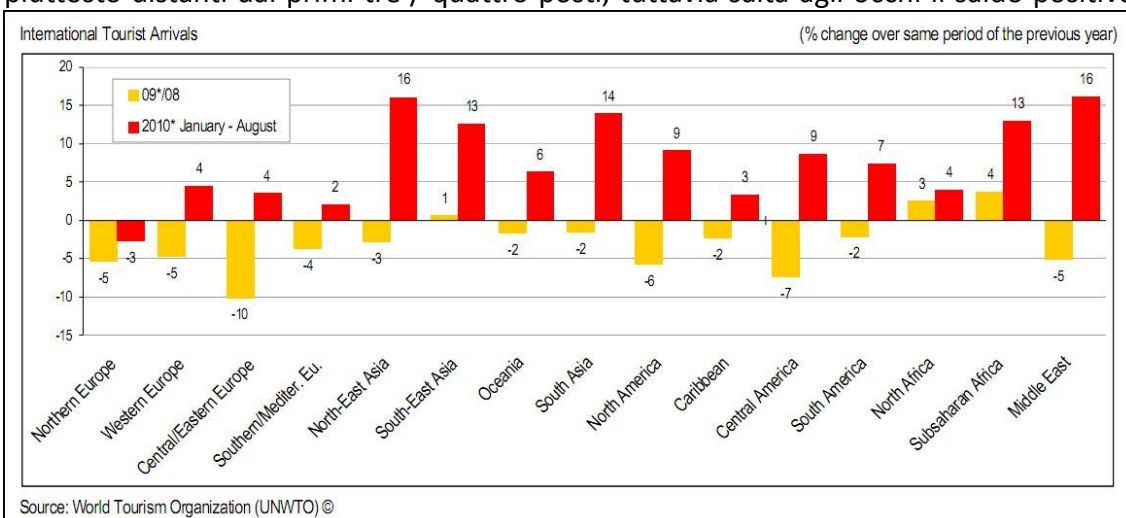
petto alle altre, sfruttando evidentemente i più ampi margini di miglioramento dei quali dispongono: così, mentre le economie emergenti crescono di circa l'8%, quelle dei paesi avanzati si arrestano attorno al 5% (grazie, come vedremo, al significativo apporto del Giappone). Brasile, Russia e Cina sono i paesi che fanno registrare i risultati più positivi fra quelli emergenti, mentre Stati Uniti e Italia (3%), insieme al Giappone (8%) che mostra il migliore risultato dopo aver scontato una crisi piuttosto seria, sono in testa alla classifica dei paesi economicamente più avanzati, seguiti da Francia e Germania (2%).



In questa sede il dato che più ci interessa è quello relativo all'andamento dei flussi in Europa e, in particolare, nell'Europa meridionale (sugli altri torneremo più avanti); la media di crescita dell'Europa è dunque del 3%, dato che è dovuto a ritmi di ripresa

economica piuttosto disomogenei e differenziati fra i vari paesi del vecchio continente, ciò non toglie che, soprattutto a partire dal mese di maggio molte destinazioni abbiamo mostrato risultati incoraggianti. Solo l'Europa settentrionale ha mantenuto un segno negativo (-2% dovuto in parte anche alle eruzioni vulcaniche Islandesi che hanno pesato sull'andamento del traffico aereo) che ha contribuito ad abbassare il risultato complessivo fatto registrare dall'Europa; invece per quanto riguarda la parte occidentale del continente si è registrata una crescita del 4%, stesso risultato per l'Europa centro-orientale, mentre l'area Euromediterranea ha fatto registrare una crescita del 2%.

Senza entrare troppo nei dettagli, per rendersi meglio conto della consistenza dei flussi e delle performances delle principali macro aree subcontinentali, è interessante notare come i migliori risultati su scala mondiale li abbiano fatti registrare a parimerito il Middle Est degli Stati Uniti e il nord est dell'Asia, seguiti da altre due regioni asiatiche e dall'Africa subsahariana. I risultati fatti registrare dalle varie regioni d'Europa sono piuttosto distanti dai primi tre / quattro posti, tuttavia salta agli occhi il saldo positivo



International Tourist Arrivals by (Sub)region	Full year		Share		Change		Monthly or quarterly data series																
							(percentage change over same period of the previous year)																
	2000	2005	2008	2009	2009	08/07	09/08	2010*								2009							
	(million)				(%)		(%)		YTD	Q1	Q2	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	J.-J.	J.-D.	Q1	Q2	Q3	Q4
World	683	801	919	880	100	2.1	-4.2	6.8	7.1	7.4	8.9	1.8	10.7	9.3	7.0	5.0	-8.3	-0.6	-10.3	-6.7	-1.8	1.6	
Advanced economies	423	451	495	470	53.4	-0.3	-4.9	5.4	4.9	5.9	7.3	-0.8	9.4	8.3	5.9	5.0	-9.0	-1.5	-11.8	-6.9	-2.4	0.1	
Emerging economies	260	350	424	410	46.6	5.0	-3.3	8.1	8.9	8.8	10.3	4.4	12.2	9.9	8.2	4.8	-7.5	0.5	-9.0	-6.7	-1.1	3.0	
Europe	392.2	439.9	486.3	459.3	52.2	0.5	-5.6	2.6	1.5	2.8	4.0	-2.5	5.8	4.2	3.2	2.8	-9.6	-2.3	-12.9	-7.4	-2.1	-2.7	
Northern Europe	43.7	52.8	56.4	53.4	6.1	-2.9	-5.5	-2.7	-5.6	-3.6	-8.4	-11.4	1.1	-1.7	1.0	-0.7	-8.3	-3.0	-11.6	-5.9	4.2	-0.7	
Western Europe	139.7	141.7	153.2	146.0	16.6	-0.4	-4.7	4.5	3.1	5.4	9.0	1.7	7.9	5.9	5.2	3.6	-9.2	-1.1	-13.1	-6.3	-0.1	-3.1	
Central/Eastern Eu.	69.3	87.5	100.0	89.9	10.2	3.5	-10.1	3.6	0.8	4.4	0.9	3.3	5.3	4.7	4.3	5.2	-13.5	-7.2	-14.4	-12.9	-6.6	-8.1	
Southern/Mediterr. Eu.	139.5	158.0	176.7	170.0	19.3	0.7	-3.8	2.1	3.4	1.9	6.2	-6.3	5.8	4.3	1.6	2.0	-8.1	-0.4	-12.3	-5.9	-0.9	0.7	

dell'Europa centro orientale che passa da -10% a +4%, mentre, per ciò che ci riguarda più da vicino, è comunque confortante il saldo dell'Europa meridionale che passa da

-4% a +2% (con un saldo positivo del 6%).

La crescita dell'industria del turismo è confermata dai dati del trasporto aereo; la IATA (International Air Transport Association), nel periodo gennaio-settembre segnala una crescita dell'8% rispetto allo stesso periodo del 2009. La crescita del trasporto aereo, secondo gli analisti, è dovuto in massima parte all'aumento sostanzioso dei viaggi d'affari e alla crescita della domanda negli spostamenti di lungo raggio.

Per rendersi conto delle dimensioni del fenomeno al quale stiamo facendo riferimento, è utile ritornare alle previsioni al 2020 elaborate dal UNWTO (United Nations World Tourism Organization).

Le principali destinazioni turistiche previste per il 2020

Arrivi (milioni)	% mercato	Crescita annuale 1996-2020 (%)	
Cina	137,1	8,6	8,0
USA	102,4	6,4	3,5
Francia	93,3	5,8	1,8
Spagna	71,0	4,4	2,4
Hong-Kong	59,3	3,7	7,3
Italia	52,9	3,3	2,2
Gran Bretagna	52,8	3,3	3,0
Messico	48,9	3,1	3,6
Fed. Russa	47,1	2,9	6,7
Rep. Ceca	44,0	2,7	4,0

Fonte: Unwto

Come si vede dalla tabella, l'Italia risulta al sesto posto nella classifica mondiale preceduta, in Europa, solo dalla Francia e dalla Spagna.

Questi dati ci dicono che, nonostante i limiti delle politiche di settore italiane in generale e di quelle siciliane in particolare, possiamo continuare a considerare il comparto turistico come uno dei possibili traini della nostra economia.

A conferma di questa affermazione basti guardare alla percentuale di crescita annua che, nel caso dell'Italia, determina un sorpasso della destinazione francese (che storicamente rappresenta il nostro termine di paragone) e accusa un ritardo rispetto alla Spagna che tende, sempre di più, ad attestare la propria leadership nel settore a scala europea.

All'interno di questa cornice generale, è utile fare un breve approfondimento relativo all'andamento degli arrivi e delle presenze così come sono state rilevate dall'Osservatorio Turistico della Regione Sicilia al quale dobbiamo la tabella riassuntiva qui presentata. Si tratta di un salto di scala evidentemente molto brusco: da quella planetaria a quella regionale; tuttavia, in questa sede previsionale, ci sembra metodologicamente non del tutto inopportuno proprio perché, saltando i livelli intermedi, costringe ad una focalizzazione che inquadra - immediatamente e scontando tutte le semplificazioni che ciò comporta -, il livello locale nei flussi globali. Come si evince dai dati sopra riportati, il quadro che ne risulta è, complessivamente, piuttosto critico, con una variazione negativa che, sia per gli arrivi che per le presenze, si attesta intorno al - 9%. sfuggono a questo andamento solo le provincie di Agrigento e, in parte, Caltanissetta. Il dato più critico è quello di Ragusa che mostra un - 55,76% per gli arrivi e - 50,26% per ciò che concerne le presenze. Anche i dati relativi a Palermo e Trapani sono piuttosto negativi: rispettivamente - 7,89% e - 10,40% per il capoluogo e - 22,53% e - 14,07% per Trapani.

Alla luce di questo andamento negativo, risulta ancora più significativa la performance fatta registrare anche nell'ultima stagione dalle rappresentazioni del Teatro di Segesta che si afferma in controtendenza e in un contesto tutt'altro che positivo.

ALBERGHIERI ED EXTRALBERGHIERI - PROVINCE								
Dati relativi a territori sedi di A.S.T. e A.P.T.								
2008/2009								
Provincia	ITALIANI E STRANIERI				ITALIANI E STRANIERI			
	Arrivi		Presenze		Arrivi		Presenze	
	2008	2009	Var. ass.	Var. %	2008	2009	Var. ass.	Var. %
AGRIGENTO	360.298	406.358	46.060	12,78%	1.005.965	1.324.768	318.803	31,69%
CALTANISSETTA	52.030	51.951	-79	-0,15%	130.254	175.756	45.502	34,93%
CATANIA	648.994	619.796	-29.198	-4,50%	1.657.601	1.589.665	-67.936	-4,10%
ENNA	53.883	53.324	-559	-1,04%	126.170	130.022	3.852	3,05%
MESSINA	730.795	676.379	-54.416	-7,45%	2.774.935	2.525.974	-248.961	-8,97%
PALERMO	1.068.640	984.366	-84.274	-7,89%	3.130.346	2.804.806	-325.540	-10,40%
RAGUSA	201.204	89.022	-112.182	-55,76%	836.628	416.130	-420.498	-50,26%
SIRACUSA	319.041	296.467	-22.574	-7,08%	1.278.412	1.046.249	-232.163	-18,16%
TRAPANI	507.109	392.853	-114.256	-22,53%	1.651.971	1.419.593	-232.378	-14,07%
TOT. AZIENDE	3.941.994	3.570.516	-371.478	-9,42%	12.592.282	11.432.963	-1.159.319	-9,21%

Ciò detto in estrema sintesi e con l'obiettivo di definire le caratteristiche essenziali del contesto, possiamo iniziare a vedere come si posizioni l'offerta del Teatro di Segesta nel panorama più complessivo dell'offerta culturale e turistica.

La tendenza generale, nel breve come nel medio-lungo periodo è la crescita dei numeri che riguardano il turismo. Ma le trasformazioni non sono solo di tipo quantitativo, mutano anche le modalità scelte dalle persone per fare vacanza e, quindi, muta anche

la qualità della vacanza. Infatti, proprio perché il tempo libero, per coloro che sono in possesso di un'occupazione, diminuisce perché - in generale, in tutto il mondo industrializzato - tende ad aumentare il monte delle ore lavorate per singolo occupato (cioè di coloro che hanno capacità di spesa, categoria alla quale evidentemente non appartengono coloro i quali sono vittime della crisi arrivando a perdere il lavoro) -, i viaggiatori tendono a diventare maggiormente selettivi nella scelta delle proprie destinazioni: in cambio del proprio tempo e del proprio denaro chiedono più valore e, di conseguenza, domandano esperienze e livelli di qualità più elevati.

Si tratta di un fenomeno ormai ampiamente attestato e qui non possiamo che ripeterne le caratteristiche essenziali; tra le tendenze emergenti più significative sono da segnalare:

- viaggi più brevi ma ripetuti durante l'anno;
- maggiore propensione dei nuovi turisti per vacanze fisicamente ed intellettualmente attive, con una domanda crescente di conoscenza della storia e della cultura (oltre che della natura) dei luoghi visitati;
- crescente propensione ad organizzare vacanze indipendenti, fuori dai pacchetti dei tour operator;
- affermazione di nuove tipologie di turismo più legate alla cultura, alla natura, alla salute, alla religione, ecc.;
- la nascita, su questa scia, di numerosi percorsi turistici tematici: culturali, enogastronomici, naturalistici, ecc.

Dunque non sorprende che questa specifica tipologia tenda a riorientarsi verso un modello che privilegia soggiorni più brevi e, compatibilmente, con le disponibilità economiche, viaggi più frequenti, in periodi dell'anno che, con un termine ormai sempre meno appropriato, chiamiamo "bassa stagione", mostrando sempre meno interesse per le vacanze di tipo tradizionale (come quelle balneari), e privilegiando invece nuovi modelli di viaggio propri del turismo culturale. Queste nuove tendenze hanno a che fare con cambiamenti sociali molto complessi che faranno sentire i loro effetti molto a lungo. Si tratta infatti di trasformazioni nella struttura demografica delle società avanzate (sempre più caratterizzata da una popolazione avanti nell'età, più istruita, attiva e abituata a viaggiare). A ciò si accompagna la ridefinizione della struttura familiare, che va divenendo sempre più piccola, mentre i modelli di lavoro più flessibili spingeranno a vacanze sempre più brevi, e, date le caratteristiche socio-anagrafiche di questi nuovi viaggiatori e la destagionalizzazione dei viaggi, i luoghi prescelti saranno sempre più quelli che offrono servizi legati alla cultura in senso molto ampio oltre che all'arte.

(Fonte: ISTAT <http://culturaincifre.istat.it/>)

Abbiamo già sottolineato nel corso delle precedenti relazioni tecniche come dal 1999 in

Italia l'abitudine a frequentare spettacoli teatrali è in aumento per tutte le classi d'età e per tutti i titoli di studio. In particolare è in aumento la frequentazione (e gli spostamenti in occasione) di eventi culturali come i Festival. Dal punto di vista dell'attrattività l'offerta culturale costituisce dunque una componente fondamentale nella politica di definizione di un'offerta turistica coerente con le trasformazioni che abbiamo brevemente presentato.

La Manifestazione del Festival di Segesta Rappresentazioni classiche – Segesta Eventi è situata in un contesto ambientale e antropico che presenta svariati fattori di vantaggio rispetto all'attrazione di flussi turistici, in particolare sul piano delle risorse presenti nel territorio circostante e della logistica dei trasporti.

Basti qui ricordare brevemente come dal 2003 ad oggi il traffico aereo da e per l'aeroporto di Trapani - Birgi sia progressivamente cresciuto e soprattutto in relazione al fatto che dal 2008 quest'aeroporto sia divenuto l'unica base Ryanair nel Meridione d'Italia con un volume di traffico che tende ad assestarsi attorno al mezzo milione di passeggeri. Dal primo gennaio all'agosto 2010 sono transitati dall'aerostazione di Trapani - Birgi 1.000.157 passeggeri. Questo risultato nel 2009 fu raggiunto il 3 dicembre, mentre nell'anno in corso questa cifra è stata raggiunta nel mese di agosto. Nel mese di luglio 2010 i passeggeri che hanno volato da Trapani sono 200.016 (+54,59% rispetto ai 129.387 passeggeri del luglio 2009). Una media di 6.450 passeggeri al giorno con punte di oltre 7.000 nei week.end. Incrementi a due cifre anche per quel che riguarda il movimento dei velivoli: nel luglio 2010 sono 1.567 movimenti contro 1.211 nel giugno 2009 (+29,40), mentre i coefficienti di riempimento di luglio 2010 superano l'80% (Fonte: Airgest). Naturalmente, il fatto che l'aeroporto abbia incrementato il proprio traffico passeggeri è condizione forse necessaria ma sicuramente non sufficiente a determinare le condizioni dello sviluppo turistico della provincia. Come nel caso di altri territori siciliani, il problema principale non è tanto quello di attrarre i flussi turistici, quanto, piuttosto, quello di trattenerli nelle proprie strutture. A questo proposito è particolarmente significativo il dato negativo fatto registrare dalla provincia di Trapani nel corso dello scorso anno. Evidentemente se il territorio non sarà in grado di esprimere un'offerta turistica coerente e competitiva difficilmente potrà reggere il confronto con le altre mete turistiche che si affacciano sulla sponda sud del Mediterraneo e che, progressivamente, si affacceranno nel panorama dell'offerta turistica globale. Abbiamo già accennato, nelle pagine che precedono, come un'adeguata offerta culturale sia una delle condizioni che possono permettere a un territorio di intercettare proprio i flussi del nuovo turismo non semplicemente balneare. Da questo punto di vista il Teatro di Segesta occupa una posizione strategica: esso è posto praticamente al centro del percorso fra i due aeroporti della Sicilia occidentale, immediatamente raggiungibile dallo svincolo autostradale. Questa localizzazione non è indifferente se si pensa al numero crescente di turisti *fly and drive*, categoria che rappresenta in parte un fenomeno abbastanza recente che ha subito però negli ultimissimi anni una non indifferente spinta in avanti.

Infatti, i nuovi flussi turistici, sono in parte funzione dei processi che sopra abbiamo sommariamente descritto e, in parte non indifferente, sono legati allo sviluppo che a partire dalla liberalizzazione del mercato voluta dall'Ue, ha avuto il comparto delle compagnie aeree *low cost*; il cambiamento innescato da questo processo oggi interagisce in maniera decisiva con le altre dimensioni di innovazione e novità che caratterizzano i nuovi flussi turistici. Le principali ricerche condotte in Italia sull'evoluzione del traffico aereo *low cost*, mostrano come siano due le variabili che oggi concorrono più direttamente al successo di una determinata destinazione. Da una parte abbiamo il peso assunto dal vettore aereo: le ricerche mostrano come oggi uno dei fattori determinanti nella scelta di una destinazione sia la disponibilità di un collegamento aereo a basso costo; si tende dunque più a cercare quali siano le offerte più vantaggiose in funzione delle quali poi si sceglie la meta finale del viaggio, mentre prima si sceglieva un luogo dove si voleva andare e poi si cercava di capire se e come poterlo raggiungere alle condizioni più vantaggiose. Data questa condizione è dimostrato che i viaggiatori, che hanno potuto risparmiare sui costi del viaggio, hanno una maggiore propensione alla spesa nel luogo di destinazione.

La seconda condizione rimanda invece all'offerta del territorio. Soprattutto per alcune categorie di turisti (tutt'altro che marginali), la possibilità di accesso a una offerta di manifestazioni culturali sia una delle discriminanti alla luce della quale individuare la meta di un viaggio. Un dato molto interessante da questo particolare punto di vista riguarda l'attenzione all'offerta culturale anche del turismo interno, ossia quello degli stessi siciliani che sempre più si spostano all'interno dell'Isola alla ricerca non solo del mare ma, sempre di più, anche di esperienze culturali, di concerti e spettacoli teatrali. Quasi un quarto dei siciliani che si spostano per vacanza entro i confini dell'Isola lo fanno in funzione di eventi culturali, mentre oltre il 20% si sposta in funzione dell'offerta enogastronomica (Fonte: Turismo interno. Ist. Demopolis, Ass. Turismo Reg. Sicilia). Questo dato ci consente di puntare l'attenzione su un altro tratto distintivo dell'offerta del Teatro di Segesta che lo inquadra come uno degli apripista nel territorio siciliano dell'evoluzione del turismo culturale in turismo esperienziale. Infatti, negli ultimi anni la crescente concorrenza fra siti turistici caratterizzati da un'offerta culturale di qualità, ha spinto gli operatori più attenti alla sostenibilità economica proiettata in un futuro caratterizzato da un numero crescente e sempre più agguerrito di competitori, ad affiancare alla offerta culturale tradizionalmente intesa. Si è trasformato anche il concetto stesso di bene culturale, che si estende, oltre che ai monumenti anche all'eredità delle tradizioni magari rivisitate in chiave contemporanea o alla produzione artistica legata all'attualità. Le nuove tendenze alle quali le Rappresentazioni Classiche – Segesta Eventi rispondono riguardano dunque un visitatore sempre più attento alla comunità locale e alla cultura del luogo, interessato ad esplorare la destinazione prescelta e a scoprirne aspetti non banali, che alterna i momenti di relax e di sosta offerti dal territorio con la sua esplorazione magari a piedi o in bicicletta delle zone circostanti (cfr. Rapporto Mercury 2010, pp. 610-626).

2. Le Rappresentazioni Classiche - Segesta Eventi 2011: una leva per lo sviluppo del turismo culturale nella provincia di Trapani

Nelle pagine precedenti abbiamo sinteticamente delineato le caratteristiche fondamentali del mercato turistico e delle sue attuali dinamiche con particolare attenzione alle prospettive del turismo culturale nel territorio circostante il sito di Segesta. I dati e le analisi fin qui presentati ci permettono di continuare a sottolineare, come già avvenuto negli ultimi due anni, l'importante ruolo di "leva" svolto dalle rappresentazioni classiche rispetto alle potenzialità di sviluppo del turismo culturale nell'area.

Anche per il 2011 l'approccio e le linee strategiche che informano la programmazione culturale del Teatro di Segesta appaiono coerenti con l'esigenza di contribuire alla crescita dei flussi turistici nel territorio trapanese.

Abbiamo già sottolineato nel corso di precedenti relazioni tecniche l'importanza del Teatro di Segesta in quella che possiamo definire l'*ecologia* complessiva dell'offerta culturale estiva della Sicilia occidentale, una ecologia ovviamente cruciale per l'attrattività turistica dell'area. Dai questionari distribuiti al pubblico del teatro nel corso della indagine demoscopica per la stagione 2010 emerge infatti con netta evidenza l'idea che il festival di Segesta sia un'importante attrazione turistica. Il 95% delle persone interpellate ne ha infatti affermato il pregio come elemento qualificante dell'offerta turistica locale: cultura, arte, spettacolo e paesaggio sono i fattori che confluendo nell'offerta del Festival lo rendono un elemento di attrazione cruciale per lo sviluppo turistico della provincia trapanese.

In un contesto in cui la gran parte dell'offerta culturale e di intrattenimento è legata a progetti culturali raramente caratterizzati da continuità e identità di immagine negli anni, l'omogeneità dell'approccio alla programmazione culturale ospitata presso il Teatro di Segesta negli ultimi quattro anni è ormai un elemento stabile nell'immaginario e nelle abitudini di consumo di quella parte di popolazione regionale attratta dalle opportunità di fruizione culturale e di intrattenimento colto. Rispetto a questo segmento di pubblico, la programmazione offerta da Segesta nei mesi estivi colma un vuoto nel panorama dell'offerta culturale e dell'intrattenimento di qualità, in aree geografiche tradizionalmente attraversate da flussi importanti di turismo interno provinciale e interprovinciale.

A queste considerazioni va aggiunto il fatto che più recentemente le rappresentazioni hanno ampliato la propria capacità di attrazione del pubblico grazie all'integrazione dell'offerta culturale propriamente detta con una serie di servizi complementari e strumenti di promozione e comunicazione integrata. Tali scelte hanno contribuito a intercettare fasce di pubblico più ampie di quanto non fosse possibile in passato grazie all'integrazione di aspetti legati alla tradizione con nuovi elementi di attrazione basati sulla qualità e sull'innovazione.

Rispetto all'obiettivo di posizionare il teatro di Segesta come polo attrattore non solo di flussi di visitatori interessati al patrimonio archeologico e all'eredità storica dei luoghi, bensì a un più ampio pubblico di consumatori interessati alla fruizione culturale, alcuni interventi in particolare risultano strategici. *In primis*, la nuova immagine costruita intorno al Festival è basata su una programmazione culturale teatrale (e anche musicale) coerente, in grado di promuovere e valorizzare la dignità dell'anfiteatro, senza relegarlo nel ruolo riduttivo - per quanto suggestivo - di semplice contenitore, seppure di prestigio indiscutibile, una splendida *scatola di pietra*.

Infatti, come è possibile desumere dalla relazione del Direttore Artistico per il 2011, le scelte culturali e artistiche alla base del prossimo cartellone, nella stessa scia delle ultime edizioni, implicano la costruzione di una proposta articolata in cui le rappresentazioni classiche sono affiancate a nuove drammaturgie, gli interventi cantautorali alla danza.

L'opzione strategica di privilegiare un elevato livello qualitativo dell'offerta culturale risulta a nostro avviso la migliore sia dal punto di vista degli elementi oggettivi di contesto, sia dal punto di vista soggettivo della identità del Teatro di Segesta. Essa infatti risulta adeguata *oggettivamente* agli scenari evolutivi del turismo sopra descritti, nei quali emerge il profilo di un turista-viaggiatore colto e attento alla qualità delle proposte culturali (e anche di quelle di intrattenimento); utile anche *soggettivamente*, al fine di orientare verso la fruizione complessa del patrimonio archeologico dell'area un pubblico, sì numeroso, ma attento ai contesti e rispettoso dei fragili equilibri del territorio in cui le rappresentazioni hanno luogo.

Nella prospettiva del potenziamento dell'attrattività turistica dell'area le rappresentazioni di Segesta possono continuare a giocare un ruolo innovativo grazie all'impegno che ha permesso l'elaborazione di un'immagine coordinata ben riconoscibile e l'allestimento di un sito internet funzionale e *user friendly*, caratteristiche ulteriormente migliorate rispetto alle stagioni precedenti e rafforzate dall'apertura di pagine sui principali social network. Come confermato dai risultati della scorsa stagione, sia il logo del festival sia la caratterizzazione grafica del sito hanno costituito utili strumenti per attrarre anche fasce di pubblico più giovane (insieme alla proposta di eventi come le "albe").

Anche le innovazioni apportate nell'ultimo triennio nel campo dei servizi complementari possono senz'altro contribuire a incrementare il potenziale di attrazione del teatro: tra questi i collegamenti bus e i sistemi di *web booking* e di *e-ticketing*, fattori strategici per l'attrazione di un pubblico di turisti italiani e stranieri in quanto superano due dei principali ostacoli alla crescita del sistema turistico siciliano: la difficoltà di reperire informazioni e acquistare servizi e biglietti e lo scarso livello di affidabilità dei servizi di trasporto pubblico (che permette la fruizione degli spettacoli serali solo a turisti muniti di auto propria o presa a nolo). Basta confrontare i risultati delle azioni di *customer satisfaction* dei turisti in Sicilia (si veda Regione Sicilia Area 3 "Osservatorio Turistico" - U.O.B. "Analisi e Statistica", Il turismo in Sicilia. Flussi

dell'incoming nazionali e internazionali 2006, cap. IV, pp. 196 e sgg.), per notare come nei giudizi sia degli italiani sia degli stranieri in visita in Sicilia proprio l'assenza di una buona infrastruttura di servizi complementari penalizza l'offerta turistica regionale impedendo un'adeguata valorizzazione di beni e di iniziative culturali anche di rilievo.

3. Per l'attrazione di nuovi flussi turistici: il ruolo attuale e potenziale delle Rappresentazioni Classiche – Segesta Eventi

Nonostante la progressiva riduzione a livello nazionale di risorse destinate alla Cultura, lo sviluppo turistico siciliano è strettamente legato – secondo gli orientamenti strategici regionali – oltre che al patrimonio storico-artistico e paesaggistico dell'isola, alla Musica, al Cinema, al Teatro. In questo quadro, all'offerta culturale dei singoli territori provinciali e comunali è demandato il compito di fungere, insieme agli *asset* naturali e monumentali, da nucleo di attrazione di visitatori verso la Sicilia e di stimolo a permanenze più lunghe nei territori prescelti. Tuttavia, a tale enorme responsabilità attribuita agli operatori culturali – sebbene passi in avanti siano stati compiuti negli anni (ai quali accenneremo anche di seguito in questa relazione) – non si accompagna ancora la disponibilità di condizioni operative in grado di permettere una pianificazione delle proposte e una azione di comunicazione e promozione coerente con le esigenze (soprattutto quelle temporali) dei vari attori del sistema turistico che dovrebbero integrare l'offerta culturale nei loro prodotti (agenzie, tour operator, ecc.). Come avviene per altri eventi di grande richiamo turistico anche la programmazione delle Rappresentazioni classiche è costretta a scontare un certo ritardo rispetto al momento in cui si programmano - sia in maniera individuale sia in maniera organizzata – i periodi di vacanza (da questo punto di vista occorrerebbe conferire una cadenza biennale al ciclo di programmazione permettendo agli attori del mercato turistico di conoscere la struttura dei cartelloni almeno un anno e mezzo prima dell'inizio delle relative stagioni).

Nonostante la persistenza di tali criticità, i risultati della indagine demoscopica svolta in occasione della stagione appena trascorsa permettono di ipotizzare anche per la prossima stagione 2011 buone potenzialità di attrazione di nuovi flussi di visitatori, soprattutto italiani. Infatti, mentre per il 33% delle persone intervistate nel 2010 il festival di Segesta è stato uno dei motivi principali della visita, il 17% ha dichiarato che è stato uno dei motivi per prolungare il soggiorno nel territorio circostante. Da sottolineare inoltre che il 45% degli spettatori ha dichiarato di assistere per la prima volta a un evento di Segesta. Questo dato mostra come oltre a una consistente quota di spettatori fidelizzati, la continuità e la qualità della proposta culturale garantite negli ultimi anni contribuiscano ad attirare nuove fasce di pubblico.

Dati relativi al pubblico del festival (serie storica 2007-2010)

anno	appuntamenti	totale pubblico	media spettatori per appuntamento	performance
2007	33	10.379	314,52	+ 15% rispetto al 2006 (dato relativo agli spettacoli di prosa)
2008	23	9.802	426,17	+ 35,50% rispetto al 2007
2009	22	10.159	461,77	+ 8,35% rispetto al 2008
2010	26*	12.661	486,96	+ 5,2% rispetto al 2009

A ulteriore conferma di tali potenzialità, la tabella permette di notare come il numero medio di spettatori per appuntamento sia costantemente aumentato nelle ultime quattro stagioni. All'interno di questo ciclo, le ultime due stagioni 2009 e 2010 possono essere letti come una fase di consolidamento dei risultati positivi maturati dal nuovo corso impresso alla programmazione del teatro dopo il 2006. Gli ulteriori leggeri incrementi nella media di pubblico raggiunti negli ultimi due anni permettono di stimare una performance positiva anche per gli appuntamenti previsti dal cartellone del 2011. Da questo punto di vista, costituisce certamente un elemento positivo l'anticipo rispetto agli anni scorsi con cui è stato pubblicato dall'Amministrazione regionale il D.D.G. 919/S6 di chiamata progetti e disciplina del calendario ufficiale delle manifestazioni ed eventi di grande richiamo turistico per l'anno 2011. La possibilità di poter avviare con maggiore anticipo rispetto al passato le attività di promozione e marketing (a partire dalla comunicazione sul sito web e sui principali social network) della programmazione teatrale e dei servizi complementari potrà infatti rappresentare un fattore cruciale per rafforzare la capacità di attrazione di nuovi flussi turistici nell'area.

Questo dato positivo si aggiunge a una serie di specifici punti di forza che rendono il Festival di Segesta un ideale catalizzatore di flussi turistici aggiuntivi a quelli esistenti. Tali punti di forza permettono di attribuire alle Rappresentazioni Classiche – Segesta Eventi 2011 una buona capacità potenziale di generare flussi turistici; ciò soprattutto se le procedure di approvazione dei progetti presentati all'Amministrazione regionale saranno caratterizzate da tempi sostenibili e coerenti con le esigenze del Festival.

* Dal computo sono esclusi i 4 eventi al Castello Eufemio e la replica in sostituzione dello spettacolo saltato (Eunucus, cfr. in proposito la relazione 2010 del direttore artistico Enrico Stassi).

Festival di Segesta - Punti di forza

IDENTITÀ E RAPPORTO CON IL TERRITORIO

La proposta culturale del Festival di Segesta nelle ultime edizioni è caratterizzata pur nel respiro internazionale da una identità precisa che la collega da un lato alla classicità greco-romana, dall'altro alla nuova drammaturgia siciliana. Lo sforzo di radicamento identitario è negli ultimi anni cresciuto progressivamente grazie alla 'disseminazione' di eventi culturali collegati alle rappresentazioni classiche anche al di fuori del teatro antico.

Coerentemente con questo approccio, nella edizione 2011 è previsto un ruolo di maggiore "centralità" della Città stessa, che metterà a disposizione le sue strutture per ospitare diversi laboratori residenziali finalizzati alle messe in scena presso il teatro antico.

DIVERSIFICAZIONE E NETWORKING CULTURALE E ISTITUZIONALE

si tratta di una proposta culturale che coniuga rappresentazioni classiche (che da sempre esercitano un grande interesse del pubblico) con opere di autori contemporanei che mantengono il teatro all'interno di un network attivo di artisti, compagnie e produttori. Il mix di installazioni artistiche, performance teatrali e musicali, presso il teatro e le altre strutture della città di Calatafimi, permette di mirare a target di turisti eterogenei per età, provenienza geografica, ecc. Strategici anche il collegamento in fase di programmazione con altre attività culturali promosse nel territorio circostante (ad es. eventi collaterali nel Comune di Calatafimi; eventi promossi direttamente dalla Provincia di Trapani o dall'Assessorato regionale ai beni culturali) e gli accordi di cooperazione con le agenzie turistiche del territorio. L'integrazione dell'offerta culturale nella provincia rafforza infine la capacità di veicolare l'immagine dell'intero territorio come luogo di attrazione culturale.

Rispetto alle passate edizioni va registrato, per il 2011, un forte incremento dei rapporti di *partnership* e di coproduzione con importanti Festival internazionali;

VISIBILITÀ E ACCESSIBILITÀ DEL FESTIVAL

la funzionalità del sito web; la joint venture con soggetti privati che sponsorizzano una campagna di comunicazione capillare; l'attenzione dei media

tradizionali e on line; le traduzioni in inglese; la possibilità di prenotare e acquistare on line i biglietti rendono assai visibili e accessibile anche a un pubblico non residente sia il programma sia le informazioni sulle rappresentazioni. La visibilità delle rappresentazioni è rafforzata da una buona copertura stampa e un'ottima presenza nei siti e nei blog specializzati nel turismo culturale. Inoltre il sistema di e-ticketing assicura ulteriori spazi di visibilità e contribuisce a rafforzare le connessioni tra Calatafimi- Segesta e le principali città italiane.

GENIUS LOCI

è dato dalla particolarità della cornice del teatro antico, un complesso archeologico e una posizione geografica che conferiscono alla programmazione culturale un'aura difficilmente replicabile. Da notare che gli spettacoli rendono fruibile il sito oltre i normali orari di apertura, incrementandone così anche la visibilità e l'accessibilità: grazie alle manifestazioni teatrali e musicali i visitatori possono accedervi fino alle h24 e nel caso delle albe persino dalle 4 alle 7 del mattino.

SOSTENIBILITA' AMBIENTALE, SOCIALE E FINANZIARIA

l'etica della responsabilità sociale è divenuta un elemento fondante della scelta di un prodotto culturale da parte di molte fasce di fruitori e turisti. Il festival di Segesta, grazie ad alcuni servizi collaterali e a una logica di gestione improntata alla integrazione delle risorse pubbliche con il contributo degli attori economici privati si candida a offrire ai turisti interessati un prodotto culturale che tiene conto oltre che della necessità di ottimizzare risorse e attivare economie di gestione, anche delle esigenze ambientali, attraverso l'allestimento di bus navette che riducono l'impatto ambientale del traffico veicolare privato, e la possibilità del *web booking* che rendono superflui gli spostamenti fisici degli spettatori; e sociali (attraverso l'accesso gratuito ai disabili e ai loro accompagnatori e il mantenimento di un costo del biglietto alla portata di ampie fasce di pubblico);

Da sottolineare, in questa prospettiva il successo di pubblico (e con esso la parziale copertura delle spese di produzione) nel 2010 della "MEDEA" di Max Rouquette, spettacolo auto-prodotto senza alcun finanziamento pubblico e con il sostegno del Festival

di Segesta che ha offerto loro il teatro antico e nessun contributo economico.

TECNOLOGIE DELLA INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

l'adozione delle nuove tecnologie non si limita a migliorare la gestione delle iniziative culturali o ridurre, come abbiamo già accennato, l'impatto ambientale di una manifestazione. Infatti dal punto di vista dell'attrattività turistica di una destinazione o di un evento culturale, la presenza di un sito web innovativo (con informazioni utili anche in lingua inglese) e la possibilità di *web booking* ed *e-ticketing* amplia la platea dei potenziali visitatori, attingendo soprattutto a quelle fasce di 30-50enni, che rientrano nel profilo del turista colto e affluente che si muove più volte nel corso dell'anno in base all'offerta di connessioni aeree favorevoli e sulla spinta di programmazione di manifestazioni culturali.

STABILITÀ E CONTINUITÀ DELLA FILOSOFIA E DEI PRINCIPALI ATTORI COINVOLTI

Tra i principali fattori in grado di mantenere ad accrescere la capacità di attrazione di nuovi visitatori di un festival vi sono la continuità dell'approccio culturale che lo anima e metodologie di intervento e procedure ben rodute e dalla stabilità dei network di attori (culturali, economici, professionali, istituzionali) che contribuiscono alla sua realizzazione. Anche da questo punto di vista Rappresentazioni Classiche – Segesta eventi 2011 esprime un punto di forza potenzialmente adatto al fine della generazione di nuovi flussi turistici. L'ipotesi, a questo proposito, è che la continuità che caratterizza l'edizione 2011 rispetto a quelle immediatamente precedenti possa aumentare la riconoscibilità della qualità proposta da parte del pubblico; la capacità di buon funzionamento della logistica e l'erogazione efficace di servizi di supporto, elementi centrali al fine della determinazione della soddisfazione dei visitatori.

4. Note conclusive

Le Rappresentazioni Classiche – Segesta eventi 2011 e i servizi complementari appaiono dunque progettati e fin qui implementati in maniera coerente ed efficace sia rispetto alle attuali dinamiche del mercato turistico in generale sia delle dinamiche proprie del turismo culturale.

Nonostante il permanere di alcuni elementi critici dovuti a una difficile congiuntura a livello globale, i vantaggi potenziali di una fortunata collocazione territoriale (vicinanza di collegamenti aeroportuali serviti da low cost, ricco panorama di risorse ambientali e storico artistiche nel territorio circostante, ecc.) possono essere a loro volta valorizzati, attraverso una retro-azione virtuosa, proprio dalla visibilità e dalla capacità del Festival di Segesta e del suo marchio di generare inediti flussi turistici.

Se è vero infatti che le infrastrutture (ad esempio quelle aeroportuali) contribuiscono nel breve periodo alla moltiplicazione dei flussi, il permanere e l'accrescersi di tali flussi nel medio e lungo periodo dipende in ultima analisi anche dalla capacità dei territori, delle comunità e delle istituzioni culturali di esprimere una progettualità in grado di trasformare la mera *possibilità* di un soggiorno in una esperienza di viaggio degna di essere vissuta, raccontata, suggerita ad altri.

Nelle pagine conclusive abbiamo presentato i principali punti di forza che permettono di ipotizzare anche per la stagione 2011 (come per le quattro precedenti) una ricaduta positiva della manifestazione culturale in termini di contributo all'incremento dei flussi turistici di italiani e stranieri a livello provinciale e regionale. I dati raccolti nel corso della indagine demoscopica svolta nel corso della stagione 2010, rendono inoltre plausibile l'ipotesi che, grazie al fascino esercitato da un evento culturale all'interno di una cornice di prestigio naturalistico, storico e archeologico, le Rappresentazioni Classiche – segesta Eventi contribuiscano da un lato ad **arricchire l'offerta per i turisti già presenti per altre ragioni sul territorio** sia a **convogliare sull'area trapanese turisti italiani in visita in altri territori della regione**. In particolare, è possibile ipotizzare che anche per la prossima stagione il principale bacino d'utenza del Festival sarà costituito dal turismo interno siciliano (soprattutto visitatori siciliani provenienti dalle province di Palermo, Catania e Agrigento) con una **forte componente di turisti italiani provenienti dalle regioni centrali e settentrionali del paese** (Lombardia *in primis*). I turisti stranieri rappresentano attualmente una nicchia limitata (probabilmente stimabile dal 2 al 4% degli spettatori complessivi) ma – grazie alla definizione del cartellone con diversi mesi di anticipo rispetto alle annate precedenti - suscettibile nella prossima stagione di un **sensibile incremento, se accompagnata da misure promozionali adeguate e dall'individuazione di ulteriori nicchie (ad es. emigranti e loro famiglie in visita durante le vacanze estive, gli stranieri amanti del teatro e della cultura greco-romana, ecc.)**.

Infine, grazie alla sua collocazione nei mesi di luglio e agosto, il Calatafimi Segesta Festival potrà offrire un contributo non indifferente all'infrastrutturazione culturale del territorio, rendendo più competitiva l'offerta delle strutture ricettive situate tra le provincie di Trapani e Palermo e rispondendo alle esigenze di intrattenimento colto espresso dai flussi di turismo interno di tipo tradizionale (turismo balneare ecc.). Da questo punto di vista - come hanno mostrato le nostre analisi sul posizionamento del Festival sui principali motori di ricerca – la comunicazione dell'offerta culturale di Segesta, con i suoi contenuti testuali e iconografici pubblicati sul web, costituisce un ulteriore e importante strumento di promozione e marketing a disposizione delle strutture ricettive del territorio (cfr ad es. la pagina web di www.almadarig.com/uk/dett-news-almadarig-1211278162-calatafimi_segesta_festival_223_agosto-eng.htm).

Insieme a quanto abbiamo fin qui ripercorso, tale contributo risulta strategico come elemento di costruzione dell'immagine complessiva della Sicilia come destinazione per il turismo culturale di qualità.

Palermo 28 Dicembre 2010

