



Forum
Operatori
Turistici



INTELLIGENCE PER IL TURISMO | SUD EST SICILIA

Report Strategico e Macroeconomico: Turismo nel Comprensorio Ibleo 2026

Integrazione del Dossier Consolidato e dei Modelli di Sviluppo Economico per la Continuità Stagionale

Forum Operatori Turistici - Ufficio di Presidenza

Dossier Statistico & Strategico Integrato: Analisi dei Flussi Consolidati, dei Trend di Ricerca e dei Tassi di Conformità Amministrativa nel Comprensorio Ibleo (Consolidato Chiusura Stagionale al 31 Agosto 2026)

Data di Emissione: 1 Settembre 2026

Ufficio Emittente: Forum Operatori Turistici - Ufficio di Presidenza

Ambito Territoriale: Comprensorio Ibleo (Ragusa, Modica, Scicli, Santa Croce Camerina) e polo di Noto

Fonti Dati: Piattaforma PayTourist (Dati Fiscali Consolidati al 31 Agosto 2026); Report Pubblici di Booking.com; Database Turistat delle Strutture Ricettive Regionali (CIN)

EXECUTIVE SUMMARY

Il presente rapporto strategico costituisce il consuntivo finale per la stagione turistica ad agosto 2026 per l'area definita dai Comuni analizzati nel Val di Noto

*Attraverso un approccio metodologico rigoroso, l'analisi incrocia i **dati di presenza reale rappresentati dai** consuntivi consolidati estratti dalla piattaforma PayTourist al 31 agosto*



INTELLIGENCE PER IL TURISMO | SUD EST SICILIA

2026, con le **metriche di intenzione d'acquisto digitale** (estratte dai report accessibili di Booking.com al 30 agosto 2026) e con l'anagrafe delle strutture registrate con Codice Identificativo Nazionale (**CIN - Database Turistat**).

Si specifica con rigore metodologico che la destinazione di Noto viene inserita in questo rapporto unicamente come termine di paragone geografico per i trend digitali di Booking.com, non essendo disponibili per essa i dati consuntivi di presenza fisica reale di PayTourist, i quali si concentrano rigorosamente sulle quattro città principali del comprensorio ibleo (Ragusa, Modica, Scicli e Santa Croce Camerina).

L'obiettivo è fornire agli operatori, alle associazioni, agli portatori di interesse in generale e alle istituzioni del comprensorio una sintesi chiara ed oggettiva utile ad orientare i futuri importanti tavoli programmatici e le scelte promozionali.

I risultati rivelano un'estate caratterizzata da una straordinaria cosiddetta "**inerzia di consumo**": il comprensorio ha infatti sfiorato il traguardo record di **835.566 presenze fisiche cumulative** reali (+71,55% rispetto al 31 luglio) nei comuni coperti da PayTourist, con Ragusa che sfonda quota 500.000 e Scicli che registra una crescita travolgente (+109,56%).

Tuttavia, sul fronte digitale delle intenzioni d'acquisto future si registra una brusca e precoce frenata subito dopo la settimana di Ferragosto (con flessioni del -36% a Noto e -32% a Scicli). Questo scarto temporale (Lag Effect) svela la fragilità di un turismo ancora eccessivamente vincolato al calendario nazionale italiano e l'assoluta necessità di garantire la **Continuità Stagionale** dell'offerta nei mesi di settembre e ottobre.

La Continuità Stagionale è un concetto che indica con chiarezza come non esistano stagioni "belle" o "brutte", ma solo stagioni diverse, ciascuna con i propri valori aggiunti che devono essere capiti, rispettati e valorizzati.

Infine, l'incrocio dei database svela una lacuna amministrativa di enormi proporzioni: nel comprensorio, ben **1.148 strutture ricettive (il 37,49% del totale) risultano "non allineate"** sul portale comunale di PayTourist pur essendo iscritte al registro regionale, con un rilevante impatto statistico sulla programmazione turistica.

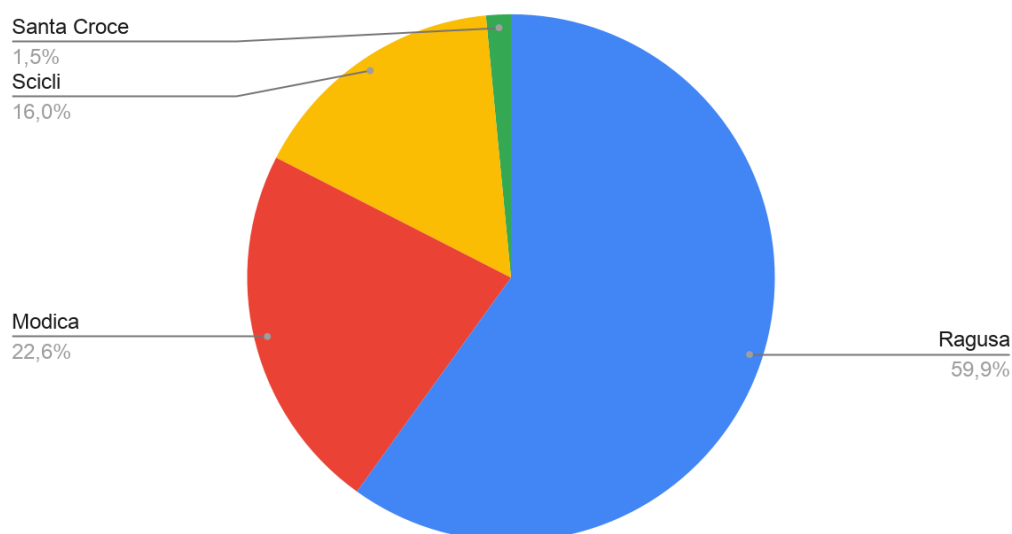
1. ANALISI DETTAGLIATA DEI FLUSSI FISICI EFFETTIVI (DATI PAYTOURIST)

L'esame dei dati consuntivi registrati dal sistema PayTourist nei comuni attivi e dal 31 luglio al 31 agosto 2026 consente di mappare con assoluta esattezza l'andamento dei pernottamenti fisici reali. Per garantire il massimo rigore statistico, sono state escluse dalla serie storica le giornate del 15, 16 e 24 agosto, interessate da disallineamenti di trascrizione tecnica. Al netto di queste giornate, il comprensorio registra un volume monumentale pari a **835.566 presenze cumulative** alla data del 31 agosto, con un incremento netto mensile di **+348.490 presenze (+71,55%)**.

Tabella 1: Evoluzione delle Presenze Cumulative per Destinazione (PayTourist)

Comune	Presenze 31/07	Presenze 13/08	Presenze 22/08	Presenze 31/08	Crescita % Relativa	Quota di Mercato Comprensoriale
Ragusa	315.527	403.062	467.961	500.709	+58,69%	59,92%
Modica	102.099	150.468	175.952	188.872	+84,99%	22,60%
Scicli	63.587	103.487	122.572	133.252	+109,56%	15,95%
Santa Croce	5.863	8.379	11.394	12.733	+117,18%	1,52%
TOTALE	487.076	665.396	777.879	835.566	+71,55%	100,00%

Quota di Mercato Comprensoriale



Consuntivo e Trend di Crescita dei Singoli Comuni:

- **Ragusa:** Si conferma indiscutibilmente il baricentro e il motore principale dei flussi dell'area. Il capoluogo apre il mese con 315.527 presenze cumulative e vive una prima quindicina caratterizzata da ritmi eccezionali, toccando quota 403.062 presenze già il 13 agosto, 467.961 il 22 agosto, e consolidando una salita costante che l'ha portata ad abbattere lo storico traguardo del mezzo milione, chiudendo il 31 agosto a **500.709 presenze**. Ragusa ha saputo generare un volume netto di **+185.182 presenze** (+58,69% di crescita relativa), detenendo una quota dominante pari al **59,92%** del mercato comprensoriale.
- **Modica:** Presidia saldamente la seconda posizione nel comprensorio. Partendo da una solida base di 102.099 presenze al 31 luglio, ha quasi raddoppiato le proprie presenze nelle prime due settimane, superando i 150.468 pernottamenti il 13 agosto. Ha poi registrato un incremento costante nella seconda metà del mese per concludere a **188.872 presenze cumulative**. La città barocca ha registrato un incremento netto di **+86.773 presenze** (+84,99%), detenendo una quota del **22,60%** del mercato del comprensorio.
- **Scicli:** Si posiziona stabilmente al terzo posto per volumetria complessiva, mostrando una dinamica di crescita eccezionalmente solida. Il comune parte da una base di 63.587 presenze cumulative a fine luglio e compie un balzo imponente a metà mese, toccando i 103.487 pernottamenti il 13 agosto e superando i 122.572 il 22 agosto. Ha infine concluso la stagione a quota **133.252 presenze**. Scicli ha registrato un incremento netto volumetrico di **+69.665 presenze (+109,56%)**, raddoppiando di fatto i propri volumi di partenza e conquistando una quota del **15,95%** del movimento turistico reale dell'area.
- **Santa Croce Camerina:** Pur muovendosi su volumi assoluti inferiori a causa di una struttura ricettiva differente, ottiene il tasso di incremento relativo più alto del territorio. Partendo da 5.863 presenze il 31 luglio, ha superato gli 8.379 transiti il 13 agosto, toccando gli 11.394 il 22 agosto, e completato il mese a quota **12.733 presenze cumulative**, registrando una crescita netta di **+6.870 presenze (+117,18%)**, con una quota del **1,52%** del mercato del comprensorio.

2. ANALISI DETTAGLIATA DEI TREND DI RICERCA DIGITALI (DATI PUBBLICI BOOKING.COM)

Mentre i flussi fisici di presenza mostrano una crescita cumulativa ininterrotta fino al 31 agosto, i dati sulle intenzioni di ricerca e prenotazione digitale estratti da **dati pubblici di Booking.com** rivelano uno scenario completamente differente e predittivo.

I trend di ricerca, analizzati sia sui 14 giorni che sui 7 giorni aggiornati al 30 agosto 2026, indicano un brusco e fisiologico arretramento dell'interesse. Si registra un'importante divergenza comportamentale tra i centri d'arte barocca (soggetti ad un rapido effetto di svuotamento post-ferragostano) e la borgata costiera di Donnalucata, capace di trattenere l'interesse dei viaggiatori.

Tabella 2: Trend Comparativo della Domanda Digitale (Ricerche)

Destinazione / Tipologia	Variazione Mensile (al 22/08)	Variazione 14 Giorni (al 30/08)	Variazione Settimanale (al 30/08)
Noto (Arte / Barocco)	+17%	-36%	-26%
Scicli (Arte / Barocco)	+9%	-32%	-24%
Donnalucata (Mare / Costa)	-20% (90gg: +16%)	-18%	-8%

Analisi dei Trend di Domanda sui Singoli Comuni:

- **Noto:** La capitale del barocco, pur avendo trainato la crescita nella prima parte del mese (+17% su base mensile), registra la contrazione più severa del distretto a ridosso di fine agosto, con una flessione del **-36%** sui 14 giorni e del **-26%** sui 7 giorni. La brusca decelerazione riflette la forte dipendenza della destinazione dai flussi stagionali tradizionali.

(Nota Metodologica Essenziale sulla destinazione di Noto: Si specifica con assoluto rigore che la città di Noto viene presa in considerazione in questo rapporto unicamente come riferimento storico e geografico di grande importanza nel Val di Noto. Di essa vengono utilizzati esclusivamente i dati estratti dai trend di ricerca pubblici di Booking.com, in quanto non si hanno a disposizione per tale comune altri dati di prenotazione effettiva e presenze reali, come quelli registrati dalla piattaforma PayTourist. L'analisi dei flussi fisici reali, delle strutture attive e dei tassi di conformità amministrativa si concentra quindi rigorosamente sulle sole quattro città principali del comprensorio ibleo monitorato: Ragusa, Modica, Scicli e Santa Croce Camerina).

- **Scicli:** Mostra un andamento analogo a quello di Noto, flettendo del **-32%** nelle ultime due settimane e del **-24%** nell'ultima settimana di agosto. Questo arretramento evidenzia come anche Scicli risenta fortemente del rientro della clientela nazionale a fine estate.

- **Donnalucata:** Mostra invece un'eccellente **resistenza stagionale**. Nei 14 giorni la contrazione si attesta al **-18%**, ma si riduce ad appena il **-8%** nell'ultima settimana di agosto. Il turismo balneare costiero si conferma la coda naturale della stagione, capace di trattenere i flussi di ricerca molto più a lungo rispetto all'entroterra monumentale, evidenziando le potenzialità della costa per estendere le attività di accoglienza.

3. LA DICOTOMIA COMPORTAMENTALE: COSTA VS CENTRI BAROCCHI

L'incrocio tra l'andamento reale delle presenze e le intenzioni di ricerca digitali svela due distinte dinamiche:

1. **Lo scarto temporale tra intenzione e consumo (Lag Effect):** La crescita ininterrotta delle presenze fisiche cumulative regge a fine mese solo per *inerzia di consumo*. Si tratta di soggiorni **programmati e prenotati con largo anticipo** (le booking windows per agosto si attestano a ridosso dei 90 giorni prima dell'arrivo). Al contrario, il brusco arresto delle ricerche digitali successive a Ferragosto indica che le strutture ricettive del comprensorio rischiano di trovarsi prive di una base di nuova ricerca/domanda per i mesi di settembre e ottobre, evidenziando la volatilità della coda stagionale.
2. **Polarizzazione Geografica dei Flussi e Internazionalizzazione:**
 - **Scicli e Noto (Arte):** Mostrano una forte dipendenza dal turismo domestico italiano, che rappresenta rispettivamente il **57,95%** delle ricerche per Scicli e il **55,15%** per Noto. Questo tipo di viaggiatore risponde rigidamente al calendario scolastico e lavorativo nazionale, provocando un brusco crollo delle ricerche future sul finire del mese.
 - **Donnalucata (Località Costiera):** Gode di una forte vocazione internazionale. **Oltre il 53,15% delle ricerche proviene dall'estero** (guidate da Germania, Polonia, USA e UK), mentre il mercato domestico italiano rappresenta solo il **46,85%**. Questo turismo estero dispone di calendari di vacanza più flessibili, garantendo la **Continuità Stagionale** della destinazione e dimostrando che ogni periodo dell'anno ha i propri valori intrinseci da valorizzare.

4. ANALISI DI ALLINEAMENTO E CONFORMITÀ FISCALE (TURISTAT VS PAYTOURIST)

La disponibilità dei dati consolidati al 31 agosto 2026 consente di effettuare un'analisi di conformità incrociando l'anagrafe delle strutture ufficialmente registrate con **CIN (Codice Identificativo Nazionale)** sul portale regionale **Turistat** con quelle realmente attive e censite sulla piattaforma di riscossione dell'imposta di soggiorno dei rispettivi comuni (**PayTourist**).

I risultati rivelano un disallineamento amministrativo: nel comprensorio, ben **1.148 strutture ricettive (pari al 37,49% del totale ufficiale)** risultano **"non allineate"** sui portali dei rispettivi comuni, sfuggendo al tracciamento secondo portale.

Tabella 3: Tasso di Allineamento e Strutture non Allineate Comune per Comune

Comune	Strutture Regionali (Turistat)	Strutture Attive (PayTourist 31/08)	Tasso Conformità (%)	Strutture non Allineate
Ragusa	1.251	903	72,18%	348 (27,82%)
Modica	694	460	66,28%	234 (33,72%)
Scicli	773	463	59,90%	310 (40,10%)
Santa Croce	344	88	25,58%	256 (74,42%)
TOTALE	3.062	1.914	62,51%	1.148 (37,49%)

Evidenze e Criticità dell'Allineamento Amministrativo:

- **Ragusa:** Mostra il tasso di allineamento più elevato del distretto con una conformità del **72,18%** (903 strutture attive su 1.251 registrate). Tuttavia, registra in valori assoluti ben **348 strutture ricettive non allineate** che sfuggono al monitoraggio locale tramite piattaforma PayTourist.
- **Modica:** Si attesta su un tasso di allineamento pari al **66,28%** (460 strutture attive su 694). Rimangono da allineare e recuperare **234 strutture non conformi**, pari ad un terzo del comparto ufficiale.
- **Scicli:** Registra un allineamento del **59,90%** (463 strutture attive su 773 regionali). Questo significa che ben **310 strutture (il 40,10% del totale)** risultano **"invisibili"** per il portale PayTourist del Comune.

- **Santa Croce Camerina:** Evidenzia la situazione più critica del territorio, con una conformità di appena il **25,58%** (solo 88 strutture attive su 344). Ben **256 strutture (il 74,42%) operano al di fuori del sistema PayTourist**, il che significa che tre strutture ufficiali su quattro sfuggono completamente al controllo del Comune tramite piattaforma.

5. IPOTESI DI CONFRONTO E STRATEGIE PER IL PROSSIMO FUTURO

I dati quantitativi incrociati in questo dossier indicano chiaramente la necessità per gli attori del comparto e le amministrazioni locali di invertire la rotta metodologica ed operativa. Di seguito si delineano quattro direttrici strategiche per il consolidamento economico del comprensorio.

A. RIFORMA DELLA PROGRAMMAZIONE EVENTI: CONCENTRAZIONE DELLA SPESA

Le amministrazioni comunali devono superare definitivamente la tendenza a finanziare una miriade di micro-iniziative di intrattenimento locale (comunemente definiti "piccoli balletti di piazza"), prive di reale forza di attrazione esterna e **incapaci di generare economia incrementale**. I budget dedicati al turismo e alla cultura devono essere concentrati ed aggregati su pochissimi eventi di grande spessore, consistenza strutturale e richiamo internazionale.

Questo indirizzo trova riscontro come esempio illustrato durante la presentazione in provincia di Ragusa del Rapporto di Federculture, laddove si è indicato infatti che le uniche iniziative culturali realmente capaci di generare e muovere flussi turistici significativi sul territorio sono i grandi festival e le manifestazioni culturali di un certo spessore. Tali eventi favoriscono a compiere il passaggio decisivo dalla fase di ricerca su Booking.com alla prenotazione effettiva (il cosiddetto effetto "**click and book**").

B. DISLOCAZIONE TEMPORALE DELLA PROGRAMMAZIONE (IL RUOLO DI AGOSTO)

I dati sulle booking windows indicano inconfutabilmente che organizzare o finanziare eventi nel mese di agosto ha un valore poco rilevante sulla generazione di nuova domanda. Il turista che popola Ragusa, Modica o Scicli ad agosto ha completato e pagato la propria prenotazione circa **90 giorni prima**, senza conoscere minimamente le programmazioni comunali. L'affollamento di agosto è un flusso rigido, garantito e saturo a prescindere dall'azione politica/amministrativa. Finanziare eventi in questo mese non genera alcuna economia incrementale, ma si limita a sovrapporre costi pubblici superflui a mercati già

saturi. **La spesa pubblica deve essere invece focalizzata nei periodi di reale necessità e volatilità della domanda.**

C. SETTEMBRE E OTTOBRE COME TERRENO DI CONVERSIONE PER LA CONTINUITÀ STAGIONALE

Spostare gli investimenti e gli eventi più consistenti ed espositivi sui mesi autunnali di **settembre e ottobre** risponde a una precisa logica di efficienza di spesa e mira a realizzare la **Continuità Stagionale** del turismo nel distretto. Questo concetto indica con chiarezza che non esistono stagioni "belle" o "brutte", ma solo stagioni diverse, ognuna con i suoi specifici valori aggiunti che devono essere capiti, promossi e valorizzati.

Nei mesi di spalla, la domanda è estremamente volatile e sensibile alle attrattive del territorio. Disporre di un grande evento culturale in autunno rappresenta lo stimolo perfetto che **agevola direttamente il click su Booking.com**, intercettando con successo i flussi esteri (come la Germania e la Polonia) che sono caratterizzati da vacanze distribuite su tutto l'autunno.

D. CO-PROGETTAZIONE E TAVOLI PRECOCI CON IL SETTORE PRIVATO

La pianificazione turistica non può avvenire all'ultimo minuto ed in modo autoreferenziale. **Molti mesi prima dell'avvio della stagione**, le amministrazioni hanno l'obbligo di avviare incontri concreti, effettivi e continui con gli operatori del settore (albergatori, property manager, tour operator, associazioni di categoria, host, ristorazione, servizi). Solo questa pianificazione anticipata consente agli operatori privati di inserire gli eventi pubblici all'interno dei canali di vendita, dei pacchetti commerciali e dei circuiti di agenzia internazionali, massimizzando il ritorno economico dell'investimento pubblico e garantendo una sinergia virtuosa tra pubblico e privato.

Capitolo II: Modelli Macroeconomici, Stime della Filiera Allargata e Ipotesi di Sviluppo

Nota Metodologica Importante sulla Valutazione dell'Indotto e Modelli Predittivi di Sviluppo

*Si specifica per completezza e rigore metodologico che, mentre i dati esposti nel **Capitolo I** rappresentano riscontri fisici, amministrativi e digitali reali e consolidati (estratti da database istituzionali come PayTourist, Booking.com e Turistat regionali), i dati e i moltiplicatori economici discussi in questo **Capitolo II** si basano su stime macroeconomiche del PIL territoriale, modelli della filiera d'indotto indiretta e simulazioni predittive di crescita legati alla transizione verso la Continuità Stagionale.*

*Questi modelli possiedono affidabilità scientifica basata sui moltiplicatori d'impatto turistico standard del territorio nazionale e regionale, ma si configurano a tutti gli effetti come **ipotesi di sviluppo economico**.*

Per dar loro un livello di concretezza e precisione empirica assoluta, occorrerebbe avviare indagini primarie sistematiche, raccogliere dati dettagliati sui volumi di spesa diretta dei visitatori fuori dalle strutture (commercio, trasporti, ristorazione), monitorare i flussi di fatturato delle imprese partner della filiera allungata (agroalimentare, artigianato, edilizia specializzata) e incrociare i dati di gettito fiscale IVA su scala comunale.

EXECUTIVE SUMMARY

Il presente rapporto strategico analizza la dimensione macroeconomica dell'industria turistica in un'area del comprensorio di alcuni comuni del Val di Noto nel Sud-Est siciliano, superando la logica dei soli flussi volumetrici per indagare la reale capacità di generazione di ricchezza sul Prodotto Interno Lordo (PIL) locale.

Attraverso una modellazione d'impatto basata sui dati storici 2026, lo studio evidenzia come le **835.566 presenze registrate al 31 agosto¹** corrispondano, applicando un parametro prudenziale di spesa media di **100–130 euro per presenza**, a una spesa turistica diretta stimabile tra gli **83,6 e i 108,6 milioni di euro**, pari a circa **l'1,6%–2,3% del PIL annuo** dell'intero comprensorio ibleo, misurata praticamente tra Luglio ed Agosto periodo di riscontro effettivo dei dati da piattaforma PayTourist. Da questo conteggio rimane quindi esclusa la fascia "gennaio/luglio".

Allargando lo sguardo alla **"filiera lunga"**, che unisce la ricettività all'agroalimentare di eccellenza, all'artigianato e ai servizi di mobilità, il peso reale del settore sul PIL territoriale può essere significativamente superiore alla sola componente diretta. Il [Conto Satellite del Turismo ISTAT 2023](#) rileva infatti che, a livello nazionale, il contributo diretto del turismo al PIL è pari al **5,0%**, mentre considerando anche gli effetti indiretti della domanda turistica sugli altri settori produttivi raggiunge il **9,6%** del PIL.

La vera sfida macroeconomica risiede nel superamento del modello estivo puro per garantire la **Continuità Stagionale** dell'offerta nei mesi di spalla (aprile-giugno e settembre-novembre) e nei mesi invernali.

Questo approccio strategico e serio, basato sulla consapevolezza che ogni stagione possiede specifici valori aggiunti che vanno compresi e valorizzati, può aumentare in modo sostanziale il valore economico generato dal turismo, non soltanto attraverso maggiori presenze, ma soprattutto attraverso una loro **distribuzione lungo un arco temporale molto più ampio**.

Per il comprensorio ibleo, una reale transizione verso un turismo distribuito su gran parte dei dodici mesi rappresenterebbe quindi una leva concreta per portare progressivamente il contributo complessivo del settore verso un ordine di grandezza **prossimo a quello osservato dall'ISTAT a livello nazionale**, con un impatto sul PIL territoriale potenzialmente **nell'ordine dell'8%–10%**, sostenuto non soltanto dalla ricettività ma dall'intera filiera economica attivata dalla domanda turistica.

¹ I dati raccolti dalla piattaforma Pay Tourist **non coprono** integralmente il periodo semestrale gennaio/agosto 2026 perche' l'attivazione della stessa piattaforma e' stata progressiva nei comuni interessati ed i dati più consolidati si hanno effettivamente per i mesi di Luglio e Agosto 2026

1. IL QUADRO MACROECONOMICO: IL PIL TERRITORIALE E L'ALTA STAGIONE

Il Prodotto Interno Lordo (PIL) nominale del Libero Consorzio Comunale (Provincia di Ragusa) si attesta storicamente intorno ai **6.273 milioni di euro** (6,27 miliardi di euro). All'interno di questa ricchezza provinciale, l'area ristretta dei quattro comuni principali del comprensorio (**Ragusa, Modica, Scicli e Santa Croce Camerina**) concentra la stragrande maggioranza delle attività produttive e del valore aggiunto, posizionando il proprio PIL locale in una stima compresa tra i **4,8 e i 5,2 miliardi di euro**.

In un contesto economico così solido e diversificato e storicamente caratterizzato da comparti industriali pesanti, dall'eccellenza dell'orticoltura serricola intensiva della fascia costiera e dal settore energetico e manifatturiero, il turismo diretto si conferma un pilastro fondamentale e non un settore marginale:

- **Fatturato Diretto di Agosto:** Nel solo mese di agosto, il volume d'affari diretto generato dal comparto turistico nel territorio oscilla storicamente tra gli **34,8 e i 45,3 milioni di euro**. Tale indotto rappresenta, in soli 31 giorni, circa **l'0,7% - 0,9% dell'intero PIL annuo** territoriale.
- **Il Valore Statistico del "Doppio Luglio-Agosto":** Estendendo l'analisi ai due mesi di picco dell'alta stagione estiva (luglio e agosto) — e applicando un raddoppio prudenziale della massa d'affari — la spesa turistica diretta sale complessivamente a una forbice stimata tra i **83,6 e i 108,6 milioni di euro**. Questo significa che il territorio genera in appena sessanta giorni il **1,6% - 2,3% del proprio PIL territoriale annuo**.

2. LA "FILIERA LUNGA" E L'ECOSISTEMA TURISTICO ALLARGATO

L'analisi di tale impatto percentuale si confronta con gli altri settori, dall'agricolo all'industriale dell'area iblea. Si deve valorizzare il tutto nell'ambito della **spesa turistica diretta** che rappresenta esclusivamente il "minimo contrattuale" della produzione di ricchezza. Il turismo funziona come un formidabile attivatore economico a cascata su settori non strettamente censiti come attività ricettive pure (Codici ATECO turistici), alimentando l'intero **ecosistema turistico allargato**:

- **Agroalimentare ed Enogastronomia locale:** I flussi turistici sostengono direttamente il consumo dei prodotti tipici d'eccellenza, come il formaggio Ragusano DOP, il Cioccolato di Modica, l'olio d'oliva e i vini locali, attraverso la fornitura continua alle cucine di centinaia di ristoranti, trattorie e hotel del comprensorio.
- **Commercio al Dettaglio e Artigianato:** Una parte cospicua della spesa dei flussi vacanzieri ricade direttamente sugli acquisti di beni non alimentari, abbigliamento,

souvenir e manifattura artigianale locale.

- **Servizi di Supporto e Mobilità:** La filiera allargata beneficia dell'indotto generato da autonoleggi, servizi di transfer, stazioni di carburante, agenzie di marketing e agenzie professionali di pulizia.
- **Edilizia Specializzata e Riqualificazione:** Il boom dell'ospitalità diffusa ha generato una spinta straordinaria negli investimenti di ristrutturazione e manutenzione edilizia e impiantistica dei centri storici, convertendo immobili dismessi in B&B e case vacanza.

Il Peso Reale Allargato: Se si somma alla spesa estiva diretta l'indotto generato nei mesi di spalla e si applicano i moltiplicatori economici standard del turismo (che includono i redditi distribuiti a dipendenti e fornitori locali), **il contributo reale dell'economia turistica sul PIL del territorio supera facilmente l'8% - 10% annuo.**

3. LA STRUTTURA DELL'OFFERTA: MACRO-RICETTIVITÀ vs OSPITALITÀ EXTRA ALBERGHIERA

Un'analisi più approfondita e più funzionale, sarebbe maggiormente valida potendo accedere ai dati specifici legati al territorio. In particolare, la produzione del valore economico turistico del comprensorio è strettamente correlata alla particolare struttura dell'offerta ricettiva, caratterizzata da un'asimmetria di carico molto marcata tra le grandi strutture costiere e l'ospitalità diffusa nei centri barocchi:

A. Il Blocco della Macro-Ricettività (Resort e Grandi Villaggi Costieri)

Rappresenta un numero esiguo di unità fisiche (meno del **3% del totale** delle strutture registrate) ma concentra una capacità di carico massiva. All'interno di questa fascia si collocano attrattori storici e di grandi dimensioni distribuiti sulla costa e nel territorio tra cui:

- *Athena Resort (ex Kastalia / Kamarina):* Complesso extra-large situato in Contrada Piombo (tra Ragusa e Santa Croce Camerina), capace da solo di ospitare migliaia di posti letto in formula club.
- *iGV Club Hotel Baia Samuele e VOI Marsa Sicla Resort:* Complessi di grandi dimensioni situati nella frazione marinara di Sampieri (Scicli).
- *Zeta Resort Donnalucata:* Complesso alberghiero orientato all'accoglienza di massa a Donnalucata (Scicli).
- *Kikki Village Resort:* Resort situato a Modica, fortemente orientato all'accessibilità universale e ai soggiorni estesi.

- *Camping Village Luminoso e Camping Scarabeo*: Strutture costiere all'aria aperta situate a Punta Braccetto (Santa Croce Camerina), leader storiche del turismo all'aria aperta e itinerante.

Peso Economico: Questo blocco si può stimare concentra circa il **35% - 40% dei pernotti totali** del comprensorio quindi pari a circa 290.000 - 335.000 presenze ad agosto. La permanenza media è rigida, legata a pacchetti commerciali predefiniti (7 o 14 giorni), e attrae flussi massivi e flussi di clientela internazionale ad alta permanenza.

B. Il Blocco della Micro-Ricettività (Ospitalità extra alberghiera, B&B nei Centri Storici)

Rappresenta la spina dorsale del tessuto ricettivo, composta da oltre il 97% delle unità fisiche (di cui **1.914 strutture attive** su PayTourist), costituita da B&B, locazioni turistiche, case vacanza e affittacamere con una media di 3-4 posti letto per esercizio.

Peso Economico: Questo blocco assorbe il **60% - 65% dei pernotti totali** (circa 500.000 - 545.000 presenze ad agosto). La permanenza media è più dinamica e flessibile (4-6 giorni), guidata da un turismo di scoperta culturale, enogastronomica ed esperienziale.

L'Indice di Concentrazione Territoriale (ICT) e la Ricaduta Economica:

Questo scenario svela che mentre nei territori costieri di Ragusa e Santa Croce Camerina i grandi villaggi muovono enormi volumi fisici concentrati in pochissime strutture, **a Scicli e a Modica oltre il 95% del flusso turistico è autenticamente diffuso**. Questo significa che il valore economico generato dai flussi a Scicli e Modica non rimane confinato all'interno di enclave chiuse, ma ricade direttamente e capillarmente sui micro-imprenditori dei centri storici, sui ristoratori e sulle attività commerciali locali.

4. IPOTESI E MODELLI PER LA "CONTINUITÀ STAGIONALE"

I dati consuntivi confermano che il modello basato esclusivamente sull'alta stagione estiva concentra grandi volumi di cassa in soli 60 giorni, ma costringe le imprese locali a comprimere il proprio bilancio aziendale in un solo trimestre, esponendole a inefficienze e costose sospensioni dell'attività.

La transizione verso un modello basato sulla **Continuità Stagionale** ha come obiettivo la redistribuzione e la stabilizzazione dei flussi di cassa lungo tutto l'arco dell'anno, valorizzando la ricchezza intrinseca di ogni periodo (dalla *silver economy* nei mesi invernali al turismo culturale ed enogastronomico nei mesi di spalla).

La Modellazione di Impatto sulla Continuità Stagionale:

1. **Raddoppio del Volume d'Affari Diretto:** L'attivazione di una reale continuità nei mesi di spalla (aprile-giugno e settembre-novembre) e di flussi stabili invernali permetterebbe di **raddoppiare il volume d'affari diretto su scala annuale**, portando la spesa turistica diretta da 83,6-108,6 milioni di euro a una forbice complessiva stimata tra i **167,1 e i 217,2 milioni di euro all'anno**.
2. **Moltiplicazione del Peso sul PIL Territoriale:** per il comprensorio ibleo, una reale transizione verso un turismo distribuito su gran parte dei dodici mesi rappresenterebbe una leva concreta per raddoppiare il peso economico del settore, portando il suo contributo diretto sul PIL territoriale **verso l'ordine del 3,2%–4,5%** (rispetto all'attuale picco estivo stagionale).
3. **Efficienza e Sostenibilità Economica:** Questo incremento di PIL non richiede né un aumento sconsiderato dei prezzi né la saturazione fisica delle spiagge. Esso si basa sul prolungamento della **permanenza media dei viaggiatori** e sulla capacità strutturale delle imprese locali di fatturare ed assumere personale per 12 mesi l'anno.

5. CONCLUSIONI E INDIRIZZI STRATEGICI

I dati economici presentati confermano che il turismo non è un elemento decorativo della ricchezza iblea, ma uno dei motori produttivi primari.

Per attivare concretamente la **Continuità Stagionale** e massimizzare il valore del comparto allargato, il Forum degli Operatori Turistici promuove tre linee d'intervento strategico:

- **Pianificazione Culturale ad Alto Livello:** Durante la presentazione in provincia di Ragusa del **Rapporto di Federculture**, è stato evidenziato che gli unici eventi capaci concretamente di generare e muovere flussi turistici significativi sul territorio sono i festival e le manifestazioni di spessore. Bisogna dunque concentrare le risorse pubbliche su pochissimi eventi ad alto impatto per stimolare la prenotazione effettiva (*click-and-book*) nei mesi autunnali e primaverili.
- **Integrazione della Filiera Produttiva:** Sostenere accordi di fornitura diretta tra i grandi poli della ricettività, il circuito dell'ospitalità diffusa e i consorzi di tutela agroalimentare enogastronomica DOP e di eccellenza, affinché la spesa dei turisti alimenti direttamente l'agricoltura e l'artigianato locali.
- **Pianificazione Precoce e Allineamento Fiscale:** Attivare con molti mesi di anticipo i tavoli di programmazione tra amministrazioni pubbliche e operatori privati per inserire gli eventi di spessore nei pacchetti turistici commerciali, accelerando contemporaneamente l'allineamento dei database regionali (CIN/Turistat) con i portali locali di PayTourist per recuperare le 1.148 strutture non allineate e reinvestire l'imposta di soggiorno in decoro urbano e servizi per la Continuità Stagionale.

- **Monitoraggio e Contrasto dell'Abusivismo:** Intensificare i controlli capillari sul settore ricettivo informale e "grigio", per far emergere le centinaia di alloggi non censiti che eludono i doveri fiscali, il versamento dell'imposta di soggiorno e il rispetto degli standard qualitativi dell'offerta._

Visto: Dr. **Maurizio La Micela**
Presidente Forum Operatori Turistici