



# **ECONOMIA DEL TURISMO IN SICILIA**

## **FILIERA 1: TURISMO CROCIERISTICO**

***REPORT DI RICERCA***

A cura di

**OTIE**

Osservatorio sul Turismo delle Isole Europee

Palermo, gennaio 2011

*Questo documento è stato redatto dal gruppo di ricerca di OTIE (Osservatorio sul Turismo delle Isole Europee), con la collaborazione esterna del Dr. Mario Carmelo Campisi, Dottorando in Scienze del Turismo dell'Università degli Studi di Palermo, per conto della CONFESERCENTI Siciliana.*

**Osservatorio sul Turismo delle Isole Europee - OTIE**

Via Emerico Amari n°38 – 90139 Palermo

Tel: 091 6117527 – Fax: 091 3809828

Web: [www.otie.org](http://www.otie.org)

---

**CONFESERCENTI Siciliana**

Piazza Castelnuovo n° 26 – 90145 Palermo

Tel: 091 6115048 – Fax: 091 611183

Web: [www.confesercentisicilia.it](http://www.confesercentisicilia.it)

## INDICE

PREFAZIONE.....	4
PRESENTAZIONE DEL REPORT DI RICERCA .....	7
TURISMO CROCIERISTICO ED ISOLE .....	9
TURISMO CROCIERISTICO NEI PORTI DELLA SICILIA: VOLUMI .....	13
SPESA TURISTICA: IMPATTO E FILIERA CROCIERISTICA .....	18
PANIERE DI SPESA DEI CROCIERISTI .....	23
I GAP DELL'OFFERTA LOCALE .....	25
NOTE, FONTI E BIBLIOGRAFIA.....	29
NOTE .....	29
ALTRI RIFERIMENTO BIBLIOGRAFICI.....	29
FONTI DEI DATI .....	30

## PREFAZIONE

La Confesercenti Sicilia ha come propria mission il sostegno della crescita e della tutela dell'imprenditoria puntando a rafforzare il rapporto tra territorio ed imprese in un contesto, come quello siciliano caratterizzato prevalentemente da micro imprese fortemente frammentate nel territorio regionale.

La piccola dimensione, la grande diffusione, la parcellizzazione delle attività economiche e la cultura dell'individualismo sono i principali vincoli che frenano lo sviluppo delle imprese e che non vengono ancora oggi affrontati in maniera sistemica e coordinata come dovrebbe fare un progetto di sviluppo complessivo per l'economia della regione.

Alla luce di questa condizione gli obiettivi centrali della Confederazione si concentrano in particolare sugli aspetti connessi alla *crescita economica della regione e delle imprese, sull'incremento della solidità del sistema produttivo e sulla crescita dei livelli occupazionali.*

Da queste premesse si inquadra la grande attenzione che la Confesercenti pone nei confronti del turismo, settore che soprattutto in Sicilia è capace di sviluppare rilevanti opportunità di reddito per le imprese e per le professioni, anche se fino ad *oggi rimangono ancora molte le criticità ed i vincoli* che non hanno permesso di trarre da questo comparto i benefici economici attesi.

L'organizzazione è fermamente certa nel sostenere che l'interesse da parte dei soggetti economici a mantenere od incrementare gli investimenti nel settore turistico è direttamente proporzionale ai guadagni che sono conseguibili attraverso l'erogazione di prodotti e di servizi innovativi e competitivi. Di contro, i forti ritardi della politica, accumulati nel tempo, hanno reso sempre più difficile la sopravvivenza del tessuto produttivo locale, stretto dalla morsa della crisi e dall'incapacità dei governi di attivare misure in grado di sostenere il comparto. Da ciò ne deriva che, in tutte le sue diverse componenti, l'intervento pubblico nel turismo deve abbandonare ogni forma di azione di tipo assistenzialista e puntare su azioni strutturali in grado di rivitalizzare gli investimenti, partendo dall'alleggerimento della pressione fiscale.

Rivolgendo lo sguardo all'offerta turistica e ad i vari segmenti che concorrono a formarla (commercio, ricettività alberghiera e extralberghiera, ristorazione, professioni turistiche, ecc.) si rileva che questi comparti soffrono, ancora oggi, della *manca di adeguati strumenti e strategie* che sappiano orientare, in sede di programmazione, le scelte che la dimensione pubblica e privata devono assumere, affinché il prodotto turistico regionale risponda ai nuovi ed emergenti bisogni, espressi sempre più dinamicamente dalla domanda turistica.

L'eterogeneità che caratterizza il comparto turistico rende, poi, prioritario ragionare sull'opportunità di migliorare i *meccanismi di governance*, in sede di pianificazione delle scelte di politica del turismo. In particolare, si ritiene auspicabile la costituzione di una cabina di regia che faccia dialogare il settore pubblico (Assessorato al turismo, Assessorato Beni Culturali, Assessorato Territorio Ambiente, Assessorato Attività Produttive) e le rappresentanze del mondo imprenditoriale, al fine di definire un piano di sviluppo turistico che guidi la crescita competitiva, anche attraverso i prossimi strumenti di governance locale, quali distretti turistici.

Da queste considerazioni discende la volontà della Confesercenti Siciliana, avvalendosi dell'attività di ricerca dell'Osservatorio Turistico delle Isole Europee (OTIE) nell'ambito internazionale, di analizzare gli effetti prodotti dalla spesa turistica sull'economia delle imprese e sulla crescita economica complessiva del territorio regionale, traendone così i suggerimenti per una nuova politica turistica.

L'obiettivo che ci poniamo di raggiungere, con questo primo studio, è quello di comprendere ed approfondire la *propensione di spesa dei turisti* e le categorie merceologiche dove gli stessi orientano le loro decisioni di consumo, quali servizi ricercano, quanto spendono in media, quando preferiscono acquistare, così da ottenere maggiori informazioni sulle singole filiere di spesa turistica.

La finalità di questo ampio progetto è quello di comprendere, attraverso un approccio scientifico, come organizzare in maniera più efficiente i servizi e i circuiti economici esistenti, informazioni utili da trasmettere ai nostri associati del settore turismo.

La Filiera, ovvero il circuito di spesa, con cui si è deciso di compiere il primo passo di questo percorso, è quella rappresentata dal *Turismo Crocieristico*, una modalità di vacanza che negli ultimi anni ha registrato una forte crescita, sostenuta da grandi investimenti da parte delle più importanti compagnie di crociera.

La Sicilia non solo per la posizione strategica che occupa nel Mediterraneo ma anche per il ricco patrimonio storico, artistico e paesaggistico che la contraddistingue possiede tutti i requisiti per sfruttare al meglio questa preziosa opportunità e candidarsi nei prossimi anni a diventare, dal punto di vista logistico, una piattaforma all'avanguardia per quanto attiene le infrastrutture portuali dedicate al crocierismo. Questo scenario si realizzerà soltanto se si sarà capaci di gestire il ruolo non solo di tappa intermedia dei tour crocieristici ma anche di creare nuovi *home port* prolungando in tal modo i tempi di permanenza delle navi da crociera nei porti.

La predisposizione e l'organizzazione del territorio, affinché risponda al meglio alle esigenze espresse da queste emergenti forme di turismo, stanno alla base di questo nuovo ragionamento che crediamo possa portare a massimizzare il ritorno economico per le realtà commerciali

restituendo così al settore quel ruolo che crediamo posseda, ovvero di risorsa strategica per lo sviluppo dell'economia della regione.

**Confesercenti Siciliana**

## PRESENTAZIONE DEL REPORT DI RICERCA

Il turismo nelle isole europee ha un ruolo centrale, se non a volte esclusivo, nel sostenere l'economia locale e nel determinare percorsi di crescita e di sviluppo certamente più facilmente percorribili ed in armonia con gli asset locali di cui dispongono questi territori.

Tuttavia, nelle isole, la ridotta presenza e, in alcuni casi, l'assenza di un insieme di attività economiche e reti commerciali, localmente organizzate e gestite, comportano una riduzione degli impatti economici del turismo sull'economia locale. Si fa riferimento ai casi in cui la spesa dei turisti, generata dall'acquisto di beni e servizi fuoriesce dall'economia dell'isola, sotto forma di importazioni o, addirittura, viene essa stessa gestita direttamente da operatori turistici non locali.

In Sicilia, il volume totale della spesa turistica diretta, effettuata dai turisti durante il loro soggiorno, fuoriesce per il 65%, attivando così un ingente volume di importazioni, dirette proprio a soddisfare quella domanda di prodotti e servizi turistici, che dovrebbero essere per lo più di matrice locale.

Queste evidenze pongono, quindi, una nuova sfida alle politiche del turismo dell'isola, che se prima erano basate su sole azioni di promozione, oggi devono essere in grado di agire sui singoli turismi e sui relativi circuiti di spesa.

Diventa oggi irrinunciabile la conoscenza della struttura e dei percorsi della spesa turistica in modo da intraprendere azioni di sviluppo che possono essere più rispondenti alle tendenze del mercato incrementando gli effetti sull'economia locale e sui livelli di competitività regionale.

Da qui deriva la necessità di stimare gli impatti economici del turismo, partendo dai dati sulla spesa turistica effettiva in relazione alle singole motivazioni di visita.

La realizzazione del report di ricerca è il primo passo di un progetto sperimentale che OTIE sta applicando ad territorio insulare ed ha come scopo l'individuazione di filiere turistico -commerciale per ciascuna tipologia di turismo che interessa la Sicilia.

Questo primo report è dedicato alla conoscenza della spesa turistica generata dal turismo e dell'escursionismo crocieristico diretto in Sicilia, disegnando così la rete di attività commerciali, che ad oggi supportano questo circuito economico.

L'identificazione di tali circuiti porta ad incoraggiare le nuove iniziative imprenditoriali, che indirizzando anche le imprese esistenti verso nuove opportunità di mercato centrate su questa categoria di escursionisti e di probabili futuri turisti.

Dopo aver terminato l'analisi del segmento legato al crocierismo (Filiera 1), il report successivo riguarderà l'analisi delle filiere legate alla spesa dei turisti in circuito di Sicilia, ovvero quelli che, gestiti ed organizzati dai tour operator visitano l'isola con mezzi collettivi di trasporto (Filiera 2). Proseguendo in questa direzione, si procederà poi all'analisi della Filiera 3, ovvero quella caratterizzata dal turismo di vacanza stanziale e legato alla motivazione balneare. Infine, si procederà all'analisi di filiere minori, ovvero quelle legate a pluri - motivazioni di vacanza e di spesa, che spesso sono localizzate in luoghi specifici e ben determinati.

GIOVANNI RUGGIERI  
OTIE



## TURISMO CROCIERISTICO ED ISOLE

**In vent'anni i flussi di crocieristi si sono più che quadruplicati**

Nel corso degli ultimi decenni, il **turismo crocieristico ha registrato una notevole crescita** passando da prodotto di nicchia a prodotto accessibile e rivolto ad una più ampia fascia di mercato.

Dal 1990 ad oggi, infatti, il settore **a livello mondiale** ha incrementato il numero di fruitori con altissime percentuali di crescita, che vedono il numero dei crocieristi incrementarsi di 4 volte e mezzo, nel giro di un ventennio, passando da circa 4.000.000 a 18.000.000. Tuttavia il settore fa ben supporre **ulteriori margini di crescita dal momento che il tasso di penetrazione del mercato è ancora basso**, rispetto ad altre forme di turismo.

**Il Mediterraneo, dopo i Caraibi, è la destinazione preferita a livello mondiale**

All'interno di tale settore **il Mediterraneo** costituisce lo scenario su cui operano diverse compagnie di crociera al punto da costituire uno dei più importanti mercati crocieristici mondiali, in termini di numero di passeggeri, **preceduto soltanto dai Caraibi**<sup>1</sup>.

Con dei porti che manifestano delle performance inferiori rispetto a quelli dell'oltremare europeo, specialmente riferendosi ai port of call<sup>2</sup>, il Mar Mediterraneo mostra dei tassi di crescita superiori.

Tale tasso di incremento è attribuibile alla natura stessa della destinazione. Il Bacino del Mediterraneo, infatti, riesce ad offrire un prodotto diversificato grazie alla molteplicità di attrazioni che presenta, sia di natura storica, che naturalistica che di intrattenimento, consentendo in tal modo un ampliamento della clientela costituita da coppie, le famiglie, giovani, anziani, single e gruppi aziendali.

Quindi le motivazioni che spingono i cruise operator, ovvero coloro che producono, gestiscono e vendono il prodotto crociera, ad investire nel Mediterraneo possono essere di natura geografica, geomorfologica, climatica, culturale, economico-sociale, politica e di dotazione infrastrutturale<sup>3</sup>.

**Il 23% degli sbarchi europei avviene in Italia**

All'interno di tale bacino **l'Italia** occupa una posizione privilegiata<sup>4</sup>, confermandosi quale **destinazione preferita in Europa** (il 23% del totale degli sbarchi), seguita dalla Spagna, dalla Grecia e dalla Francia<sup>5</sup> ed occupando il primo posto in assoluto nell'ambito della cantieristica navale.

Inoltre, l'Italia presenta una dotazione infrastrutturale che quantitativamente non ha eguali in Europa; infatti nessuna nazione offre un numero di porti d'imbarco maggiore o uguale a quello italiano. È possibile effettuare imbarchi da numerosi porti, tra cui Savona, Genova, Livorno, Civitavecchia, Napoli, Messina, Palermo, Bari e Venezia, grazie alle compagnie nazionali della MSC Crociere e della Costa Crociere. Nonostante ciò i flussi non si distribuiscono equamente sul territorio e fanno registrare maggiori volumi di traffico crocieristico nei porti del centro nord, anche se i porti del sud, essenzialmente port of call, movimentano un numero di passeggeri di transito non indifferente e con delle ricadute economiche sul territorio da non sottovalutare.

**La Sicilia è la prima destinazione del sud Italia per i crocieristi in transito**

Tra le regioni del Mezzogiorno è la **Sicilia la prima in termini di crocieristi in transito**, sebbene la domanda sia costituita esclusivamente da flussi di escursionismo crocieristico, ossia visite giornaliere, piuttosto che da turismo da vacanza.

Ciò accade in quanto la nave da crociera si configura come una vera e propria "destinazione turistica in movimento"<sup>6</sup> integrata, temporaneamente, con i territori di transito e di imbarco e sbarco. Pertanto una notevole importanza assumono i porti e l'offerta di servizi fruibili a terra, nelle strutture portuali e nelle località di interesse.

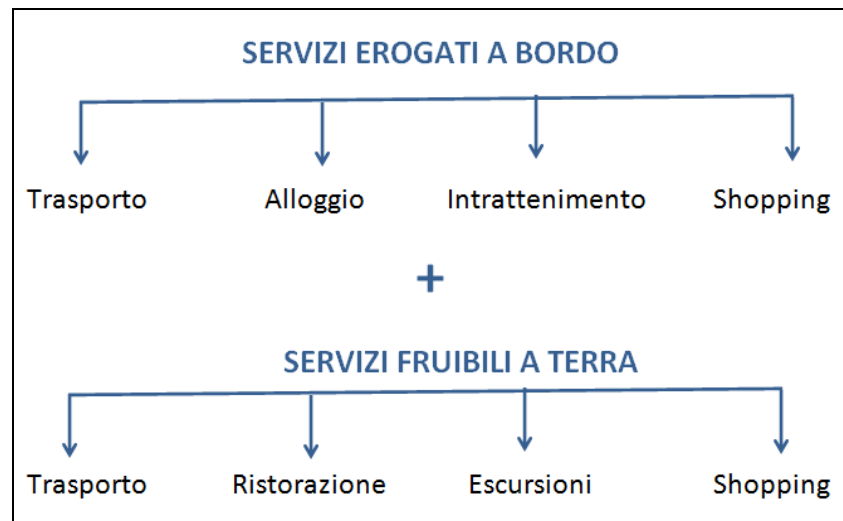
Per la Sicilia, lo sviluppo di tale segmento costituisce una grande opportunità dal momento che **dopo le Baleari è la seconda isola mediterranea in termini di flussi crocieristi**<sup>7</sup>, con uno scarto percentuale del 30% a favore delle isole spagnole.

**I crocieristi necessitano di servizi a terra**

Per un ulteriore chiarimento, la crociera, infatti, definita quale prodotto turistico offerto, deve rispondere ad un insieme di differenti beni e servizi domandati dal visitatore<sup>8</sup>.

Con il termine "prodotto crociera", infatti, si è soliti definire *"l'ideazione, la progettazione e l'attuazione di servizi turistico alberghieri erogati a bordo di una nave che si sposta tra più porti in modo da poter affiancare alla vita di bordo le soste e le escursioni per visite nei vari paesi e località toccate dall'itinerario"*. Si tratta, dunque, di un "prodotto crocieristico allargato" costituito da una serie di elementi ed a cui contribuiscono più imprese: le attività di transfer da/per i porti, le attività di ristorazione, le attività di intrattenimento a bordo, le attività organizzate dalle imprese di incoming, che si occupano di organizzare le escursioni da effettuare a terra ecc. L'erogazione di tali servizi è prevista, quindi, sia a bordo della nave che nei luoghi di transito.

Figura 1: I servizi che compongono il prodotto crociera



Fonte: OTIE 2011

Ciò implica che ogni porto di turismo di crociera riceva un flusso di escursionisti in grado di generare effetti economici connessi alla spesa turistica, non solo nella località portuale ma anche nelle zone limitrofe considerate interessanti mete di escursionismo.

**Gli effetti della spesa turistica nelle isole sono maggiori**

L'assenza di attività o gli eventuali gap manifestati nelle vie attraverso cui si snodano i flussi di escursionismo da crociera, comporta non solo uno scarso livello di soddisfazione nei visitatori ma anche una riduzione dell'impatto economico generato dalla spesa turistica.

Tali **effetti** all'interno di un contesto insulare, quale quello della **Sicilia**, **risultano amplificati**, poiché le isole vivono una realtà economica essenzialmente fondata sul turismo all'interno della quale il crocierismo costituisce un elemento non solo diversificante ma soprattutto destagionalizzante. Praticato, infatti, in quasi tutti i mesi dell'anno, il turismo da crociera consente l'arrivo di turisti nelle città interessate generando effetti economici diretti riconducibili alla spesa turistica.

**Le isole possono aumentare la spesa media dei visitatori da crociera**

Le attuali tendenze della domanda crocieristica inducono i cruise operator a scegliere le isole quali tappe della crociera, sebbene caratterizzate soprattutto dalla presenza di porti of call. I turisti che approdano in un'isola preferiscono muoversi in maniera indipendente, cercando di scoprire l'autenticità del luogo visitato<sup>9</sup>. Ciò offre al contesto insulare una maggiore possibilità di sviluppo determinata dalla valorizzazione delle produzioni locali, eno-gastronomiche e culturali, limitando così la presenza marchi internazionali ed aumentando le possibilità di spesa per passeggero.

Secondo questa logica lo sforzo principale sta nel costruire intorno a categorie di spesa, nuove imprese che forniscono beni e servizi, in quanto spesso i visitatori ricercano qualcosa che potrebbe ricordare loro in futuro la visita alle isole.

Al fine di sfruttare questa tendenza, **le isole potrebbero organizzare le loro economie locali, creando modelli che siano in grado di catturare la capacità di spesa, riducendo effetti indotti e dei flussi di importazione di altri prodotti e servizi.**

#### **La rilevanza dello shopping da crociera**

La possibilità di effettuare acquisti nelle tappe di una crociera è uno degli elementi fondamentali del paniere di spesa composto da trasporti, alloggio, ristorazione ed attività.

Ciò implica che affinché una destinazione crocieristica sia competitiva deve essere qualitativamente e quantitativamente dotata in termini di strutturali e contestuali. Si fa riferimento nel dettaglio a:

- ✓ l'infrastruttura portuale (in termini di struttura);
- ✓ l'offerta portuale (in termini di servizi);
- ✓ l'offerta turistica (al di fuori dal porto);
- ✓ il marketing territoriale (finalizzato alla promozione di vacanze nell'isola).

## TURISMO CROCIERISTICO NEI PORTI DELLA SICILIA: VOLUMI

### I flussi di crocierismo in Sicilia

**Definizione di domanda di turismo crocieristico** La domanda crocieristica è composta da un insieme eterogeneo di individui che scelgono la vacanza manifestando preferenze, attitudini, motivazioni e comportamenti di scelta abbastanza diversi, e ciò in quanto i turisti crocieristi sono caratterizzati da un profilo socio-demografico molto differenziato<sup>10</sup>.

Tale **domanda può essere analizzata sia in termini di movimento turistico che in termini di impatto economico.**

**I porti siciliani sono tutti interessati dal transito** Quando si parla di movimento turistico ci si riferisce sia ai flussi di visitatori-escursionisti generati nei porti nonché alla possibilità di ritorno degli stessi crocieristi per un viaggio di vacanza nella località visitata.

I flussi di visitatori possono essere distinti in tre categorie:

1. Quelli che devono imbarcarsi;
2. Quelli che transitano in un porto per visite;
3. Quelli che sbarcano alla fine della loro vacanza.

L'insistenza dei diversi segmenti della domanda in un porto dipende dalla natura stessa dell'infrastruttura portuale.

**I cinque porti siciliani analizzati** (Palermo, Messina, Catania, Trapani e Porto Empedocle), **sono tutti interessati da flussi in transito, mentre l'imbarco/sbarco è consentito soltanto a Palermo, Messina e Catania.**

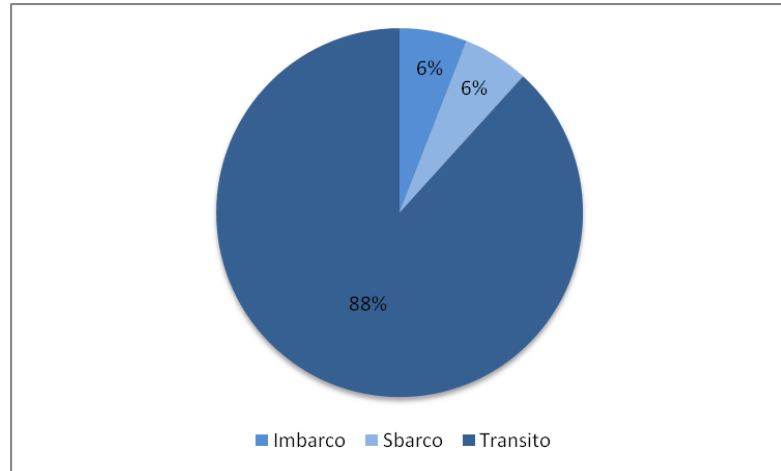
I porti siciliani, quindi, sono i classici "port of call", in cui le navi da crociera, stazionano per qualche ora, offrendo ai crocieristi la possibilità di brevi escursioni in città o in località prossime.

**Quasi il 70% degli approdi totali a Palermo e Messina** Tuttavia le infrastrutture considerate hanno registrato volumi di movimento crocieristico differente, andando da porti ben consolidati a livello internazionale, quali Palermo e Messina, a porti che da poco tempo si sono aperti a tale segmento di domanda.

Infatti, con riferimento al numero di approdi a Palermo è stato registrato il 39% del totale siciliano (di poco superiore a 500 approdi), e per Messina il 29%. Ciò significa che quasi il **70% delle navi da crociera** che sono arrivate nell'isola **sono approdate nelle due città.**

**Più di 941.000 i turisti crocieristi, che hanno visitato l'isola** A livello regionale nel 2009, il movimento crocieristico nei porti è stato pari a **941.188 turisti**, di cui il 12% afferiscono alla categoria imbarco/sbarco ed l'88% a quella dei passeggeri in transito.

Grafico 1: composizione della domanda nei porti siciliani di Palermo, Messina, Catania, Trapani e Porto Empedocle



Fonte: Elaborazione OTIE su dati Autorità portuali siciliane

**La distribuzione della domanda: Palermo in testa**

I **maggiori volumi di flusso** crocieristico si concentrano **nel Capoluogo** siciliano, sia per l'imbarco/sbarco che per il transito, **con un** contributo al totale regionale pari al **51%** dei turisti crocieristi. La seconda meta siciliana è costituita da Messina (27%), cui segue Catania (19%).

Tabella 1: Distribuzione dei flussi nei porti della Sicilia

2009	Palermo	Messina	Catania	Trapani	Porto Empedocle
Imbarco	33.198	4.970	17.774		
Sbarco	33.251	4.852	16.712		
Transito	412.451	243.377	147.092	25.360	2.151
<b>Totale</b>	<b>478.900</b>	<b>253.199</b>	<b>181.578</b>	<b>25.360</b>	<b>2.151</b>

Fonte: Elaborazione OTIE su dati Autorità portuali siciliane

**Porto Empedocle: in 4 anni raddoppia il numero di crocieristi**

Ancora da consolidare sono i flussi relativi al porto di Trapani e di **Porto Empedocle**, sebbene quest'ultimo vada a costituire in questa analisi l'unico punto di accesso crocieristico della sponda meridionale della Sicilia. Inoltre va notato come **il numero di crocieristi** nel porto **in soli 4 anni** si sia **più che raddoppiato**, sebbene l'esigua consistenza del volume.

**In due anni i crocieristi sono aumentati del 10%**

**Dal 2007 al 2009 la domanda di turismo crocieristico in Sicilia ha registrato un incremento di circa il 10%**. I maggiori tassi di crescita sono dovuti alle componenti di imbarco/sbarco, che hanno avuto nel corso dei tre anni sempre un trend positivo. Con riferimento ai turisti in transito invece nel 2009 si è registrato un leggero calo (-3%) rispetto all'anno precedente.

Le maggiori performance di crescita riguardano il porto di Catania, che nel giro di tre anni ha registrato una crescita superiore al 60% del movimento crocieristico.

**Coppie in viaggio di nozze sono i principali turisti**

Analizzando la composizione della domanda, in Sicilia, le coppie di **giovani sposi** costituiscono il **principale bacino di utenza**, rappresentando il **41%** del mercato della domanda, seguite dalle famiglie a cui compete una quota di mercato pari al 25%. La tendenza a viaggiare in compagnia ha determinato un cambiamento nell'offerta all'interno delle navi facendo sì che quelle di più recente costruzione al loro interno offrano un maggior numero di cabine triple o quaduple rispetto alle precedenti imbarcazioni.

**Ulteriore incremento dei flussi**

I trend positivi accompagnati da un crescente interesse per questo segmento turistico, fanno supporre per la Sicilia un incremento della domanda crocieristica sia in transito che di imbarco/sbarco.

## L'escursionismo da crociera

### Sono tre le tipologie di escursionisti da crociera

Tutti i porti della Sicilia come già detto sono interessati da flussi crocieristici che transitano e che danno vita a terra a movimenti escursionistici, che possono essere distinti in tre macro-categorie:

- ✓ **l'escursionista programmato;**
- ✓ **il visitatore indipendente;**
- ✓ **il crocierista che non scende dalla nave.**

Le prime due tipologie esercitano sul territorio che visitano impatti economici differenti, che sono connessi alla spesa turistica; mentre l'ultima categoria non ha effetti economici diretti sui paesi visitati ed è costituita da una percentuale irrilevante.

### Le mete delle escursioni organizzate

L'escursionista programmato è colui che prende parte ad escursioni che possono essere **half day (HD)** o **full day (FD)**, gestite ed organizzate direttamente dalle compagnie di crociera.

Tabella 2: escursioni organizzate per porto di accesso

Porto di accesso		Escursioni organizzate		
Da Palermo*	<b>HD</b>	Centro città Monreale	<b>FD</b>	Segesta e Selinunte Taormina ed Etna Agrigento e Valle dei Templi Cefalù
Da Messina*	<b>HD</b>	Centro città Milazzo Taormina Tindari Reggio Calabria Lipari Etna	<b>FD</b>	Taormina ed Etna Isole Eolie
Da Trapani**	<b>HD</b>	Centro città Erice Segesta Via del Sale e del Vino	<b>FD</b>	Segesta e Selinunte Marsala e Mozia Agrigento e Valle dei Templi Isole Egadi
Da Catania**	<b>HD</b>	Centro città Etna Taormina Siracusa	<b>FD</b>	Taormina ed Etna Siracusa e Noto
Da Porto Empedocle**	<b>HD</b>	Valle dei Templi	<b>FD</b>	

Fonti: \*Medcruise - \*\*OTIE su portali dei cruise operator

Il visitatore indipendente è invece colui che preferisce visitare la città in modo autonomo entrando direttamente a contatto con l'ambiente della destinazione, non appena uscito dal porto.

A metà tra le due tipologie si colloca il crocierista che partecipa alle



escursioni di mezza giornata che fruisce di visite organizzate a breve o a brevissimo raggio e dedica la seconda metà dell'escursione allo shopping libero.

**In Sicilia prevalgono le escursioni organizzate**

Un confronto tra le due macro-tipologie lascia intravedere **in Sicilia la prevalenza di escursionisti organizzati**, che costituiscono il **64%** della domanda totale. Tali percentuali, tuttavia, variano a seconda del porto di riferimento, raggiungendo il limite estremo a Porto Empedocle dove la domanda complessiva è costituita da escursionisti organizzati. Tale caratteristica della domanda è dovuta anche ad alcuni limiti infrastrutturali delle città e del sistema portuale, per certi versi scarsamente non organizzati per la fruizione diretta dei visitatori.

Tabella 3 : flussi di escursionisti per tipologia

Porti	Transito	A bordo	Organizzati	Indipendenti	Totale escursionisti
Palermo	412.451	12.374	226.848	173.229	400.077
Messina	243.377	12.169	170.364	60.844	231.208
Catania	147.092	7.355	97.081	42.657	139.737
Trapani	25.360	1.268	15.723	8.369	24.092
Porto Empedocle	2.151	108	2.043	-	2.043
<b>Totale</b>	<b>830.431</b>	<b>33.273</b>	<b>512.059</b>	<b>285.099</b>	<b>797.158</b>

Fonte: stime OTIE su dati Autorità Portuali e Medcruise

I **turisti** che invece **rimangono a bordo delle navi** costituiscono in media il **5%** in ogni destinazione/porto.

**Le escursioni da crociera quale elemento destagionalizzante**

I passeggeri in transito che preferiscono visitare le località in modo autonomo manifestano un maggior numero di esigenze dettate dal loro diretto contatto con la destinazione e, nello stesso tempo, generano un maggiore impatto economico diretto.

Soddisfare tali esigenze può generare un incremento dei flussi crocieristici, tanto più che l'**escursionismo da crociera** rispetto alle altre tipologie di flussi che interessano la Sicilia presenta **una distribuzione stagionale più omogenea** ed allargata da Aprile a Novembre, coinvolgendo interessando località costiere, i cui picchi stagionali in linea di massima si accentuano nei mesi estivi.

## SPESA TURISTICA: IMPATTO E FILIERA CROCIERISTICA

### L'impatto della spesa crocieristica

- Il principale attivatore dell'economia è la spesa diretta** In termini di impatto economico, **le maggiori ricadute** sul territorio **sono dovute** alla **spesa diretta** connessa al turismo da crociera<sup>11</sup>, costituita a sua volta da due componenti:
1. la spesa diretta della compagnia di crociera;
  2. la spesa diretta dei crocieristi che si imbarcano, sbarcano e transitano nei porti;
  3. La spesa diretta dell'equipaggio.
- Nello specifico, è la seconda di queste componenti che merita un'attenzione particolare, nell'intento di sviluppare le microimprese locali e di consolidare i flussi di escursionismo crocieristico attraverso il soddisfacimento dei bisogni manifestati dalla domanda.
- La spesa media nei porti è di 60,00 €** Per quanto riguarda la quantificazione monetaria della spesa degli escursionisti, in media essi spendono **60,00 euro** in ogni località visitata nell'itinerario della loro crociera (Medcruise, 2008).  
Tuttavia tale valore, varia in relazione alla tipologia degli escursionisti da crociera, ovvero organizzati o indipendenti, mostrando, in termini assoluti, il maggiore impatto economico, dei comportamenti di acquisto dei secondi rispetto ai primi.
- Gli escursionisti indipendenti spendono di più** Lo studio condotto da BREA e da GPW attesta una spesa media giornaliera pro capite nei porti di transito pari a **37,00 euro** per gli escursionisti organizzati, a cui si accompagna una spesa degli indipendenti pari ad **83,00 euro** in media al giorno pro-capite.
- Più di 42 milioni e mezzo di euro la spesa dei crocieristi in Sicilia** Alla luce di tale distinzione la spesa generata dai crocieristi in transito, che sono scesi dalle navi in Sicilia, nel 2009, risulta pari a **42.609.400,00 euro**, di cui il 44% è dovuto agli escursionisti organizzati ed il 56% a quelli indipendenti.
- A Palermo viene generato il 52% della spesa diretta degli escursionisti da crociera** In termini di spesa il maggiore contributo all'economia siciliana è dato dal capoluogo in cui si concentra il maggior numero di flussi in transito. Dai crocieristi infatti che sbarcano a **Palermo viene generata più della metà (54%) della spesa degli escursionisti da crociera** di tutta la Regione. Ovviamente ciò è dovuto ad una maggiore consistenza dei flussi. A Palermo seguono Messina e Catania in cui rispettivamente si originano il

27% ed il 17% della spesa diretta complessiva. Contributi di poco rilievo sono invece dovuti a Trapani e a Porto Empedocle.

Tabella 4: Stime della spesa turistica attivata dall'escursionismo da crociera nelle principali destinazioni dell'isola. Anno 2009 (valori in euro)

Porti	Organizzati	Indipendenti	Totale escursionisti
Palermo	8.393.376	14.378.007	22.771.383
Messina	6.303.468	5.050.052	11.353.520
Catania	3.591.997	3.540.531	7.132.528
Trapani	581.751	694.627	1.276.378
Porto Empedocle	75.591		75.591
<b>Totale</b>	<b>18.946.183</b>	<b>23.663.217</b>	<b>42.609.400</b>

Fonte: Elaborazioni OTIE su dati Autorità Portuali

**A Palermo per ogni nave entrata in porto vengono spesi più di 130.000 euro**

Alla luce di quanto espresso nella precedente tabella è possibile valutare l'impatto della spesa nei singoli porti per ogni singolo approdo, ovvero ogni quanto viene speso dai crocieristi in media ogni volta che una nave entra in porto nel circuito commerciale. Non viene valutato l'impatto a Porto Empedocle, dal momento che la maggior parte degli escursionisti si sposta fuori il comune.

Tabella 5: Stime della spesa turistica attivata dall'escursionismo da crociera nelle principali destinazioni dell'isola per singolo approdo. Anno 2009 (valori in euro)

Porto	Organizzati	Indipendenti	Totale escursionisti
Palermo	97.054	33.039	130.092
Messina	97.519	15.526	113.044
Catania	64.982	12.728	77.710
Trapani	37.286	8.847	46.133

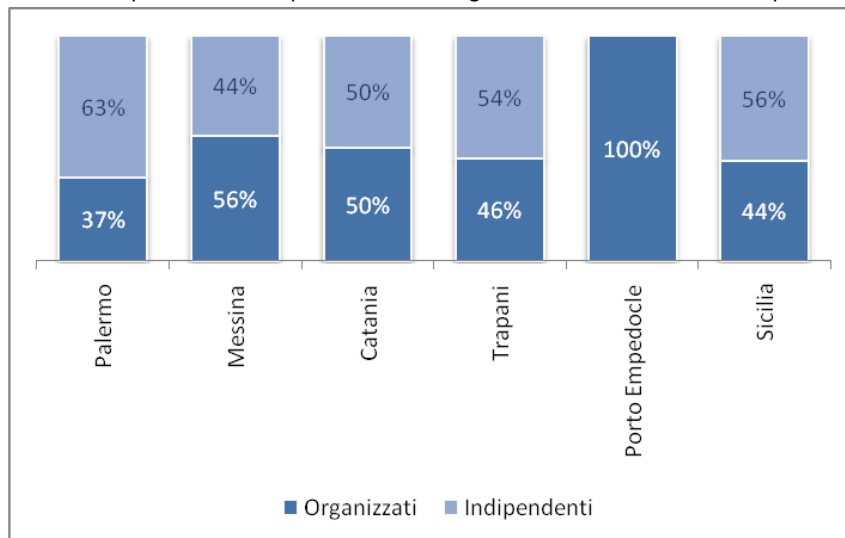
Fonte: Elaborazioni OTIE su dati Autorità Portuali

Il comune in cui l'impatto è maggiore è Palermo, dove per ogni nave da crociera attraccata vengono spesi più di 130.000 euro. Anche a Messina il valore di tale spesa è notevole essendo superiore ai 113.000 euro. Sempre consistenti, ma di minore impatto, si presentano i flussi di delle altre due destinazioni crocieristiche in cui ovviamente il valore della spesa è generato da una minore consistenza di flussi.

**Gli escursionisti indipendenti esercitano un maggiore impatto economico elevato**

Nel dettaglio dei singoli porti di accesso per i crocieristi, la spesa turistica non viene generata in uguale misura dalle due tipologie di escursionisti. Con le dovute differenze percentuali il maggiore contributo è legato ai flussi degli escursionisti da crociera indipendenti ad eccezione di Messina e di Porto Empedocle.

Grafico 2: composizione della spesa effettuata dagli escursionisti da crociera nei porti



Fonte: Elaborazioni OTIE su dati Autorità Portuali

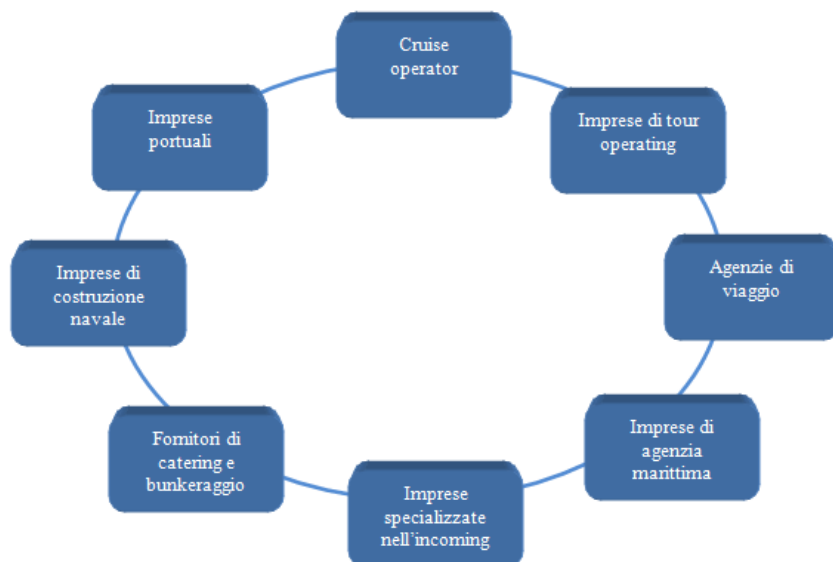
## La filiera della spesa crocieristica

### Definizione della filiera crocieristica

Sebbene la crociera, articolata e composita giunga al cliente finale come forma package, alla sua realizzazione contribuiscono in realtà una serie di attori, che sono uniti da relazioni commerciali “business-to-business” in grado, ciascuno, di apportare valore in una catena che trova soluzione, in un output vendibile al cliente finale.

In termini strategici, tutto ciò comporta lo sviluppo di una filiera crocieristica e portuale che presuppone un decisivo coinvolgimento di imprese in un’ottica sistemica: i cruise operator, le imprese di costruzione navale, le agenzie di viaggio, le imprese di agenzie marittime, le imprese specializzate nell’incoming, le imprese che forniscono la nave (catering e bunkeraggio), le imprese di tour operating e le imprese portuali (Fig. 2).

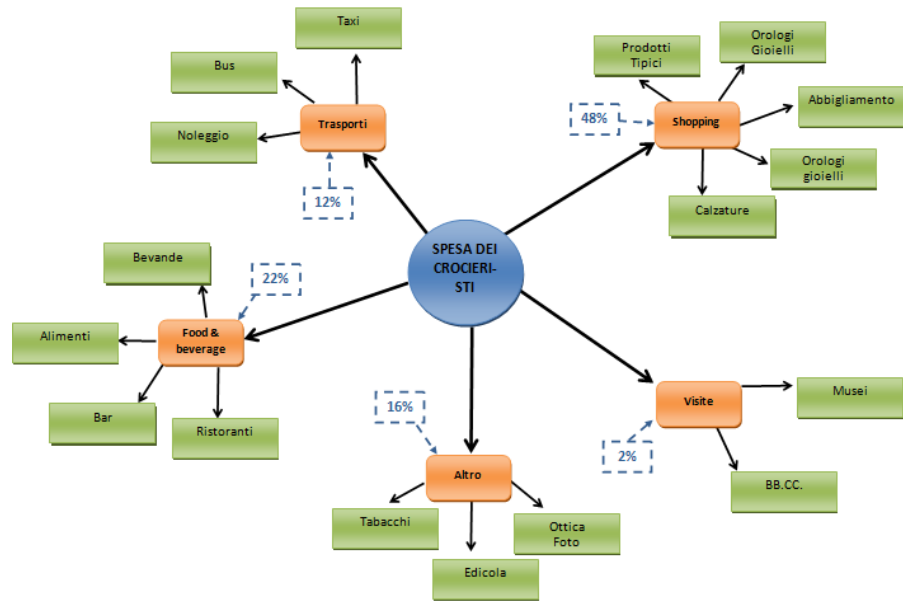
Figura 2: I principali attori della filiera crocieristica



### La filiera di spesa degli escursionisti da crociera

Soffermandosi sull’impatto diretto della spesa dei crocieristi è necessario definire un’altra tipologia di filiera che si aggiunge a quella esposta in precedenza, ovvero la filiera della spesa diretta attivata dagli escursionisti da crociera, sintetizzata nella seguente figura.

Figura 3: Filiera della spesa turistica di Primo livello



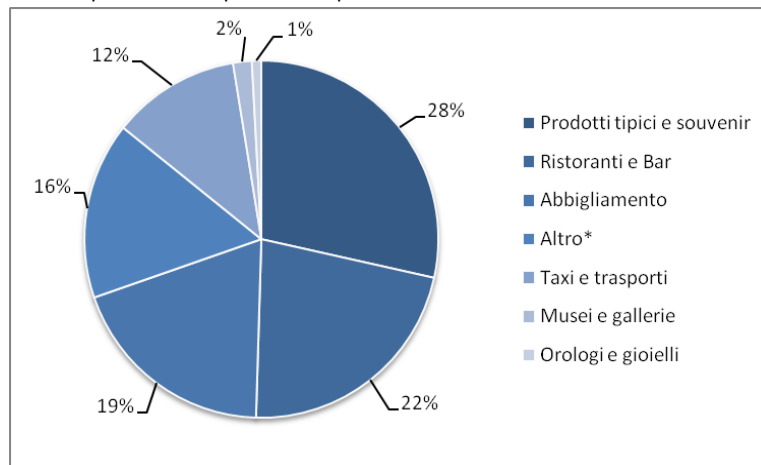
Va specificato che alla filiera di primo livello segue quella di secondo livello, che vede coinvolti tutti i fornitori di ogni attività considerata nel primo livello.

## PANIERE DI SPESA DEI CROCIERISTI

**Souvenir e ristorazione le principali voci di spesa**

Osservando la composizione del paniere di spesa, i comportamenti di spesa dei crocieristi<sup>11</sup> riguardano **prevalentemente** le **i prodotti tipici** ed il **food & beverage** (ristoranti, bar e fast food), lo **shopping** (abbigliamento ed accessori, regali e souvenirs) ed una quota residuale che comprende: tabaccherie, libri, giornali e riviste, orologerie ed argenterie, ottica e fotografia.

Grafico 3: La composizione del paniere di spesa dei crocieristi



Fonte: Elaborazioni OTIE su dati - European Cruise Sector Survey Project, 2010

\* Alimentari e bevande, tabaccherie, libri, giornali e riviste, ottica e fotografia e noleggio

**I crocieristi hanno le stesse esigenze dei leisure**

In termini di fabbisogni ed abitudini, ad esclusione dei servizi legati al pernottamento che vengono fruiti sulla nave, **i crocieristi non si discostano dai comportamenti espressi dai cosiddetti turisti leisure**. Tuttavia, considerando che la loro permanenza nelle città di visita non supera in media le otto ore, è necessaria un'organizzazione dell'offerta che tenga conto dei seguenti due aspetti: la complementarietà e l'articolazione dei servizi offerti dalle diverse imprese della filiera della spesa turistica, nonché l'accessibilità nell'agevolare gli atti di acquisto dei visitatori.

**Quasi 22.800.000 di euro spesi a Palermo**

Considerati i singoli contesti la maggior parte della spesa connessa all'escursionismo da crociera è generata nel **Capoluogo**, con un ammontare superiore ai **22.500.000 di euro**. A questo seguono in un ordine decrescente Messina, Catania e Trapani.

Tabella 6: Quantificazione monetaria del paniere di spesa dei crocieristi per scalo di approdo

Voci di spesa	Palermo	Messina	Catania	Trapani	Porto Empedocle	Totale per voci di spesa
Prodotti tipici e souvenir	6.375.987	3.178.986	1.997.108	357.386	21.165	11.930.632
Ristoranti e bar	5.009.704	2.497.774	1.569.156	280.803	16.630	9.374.068
Abbigliamento	4.326.563	2.157.169	1.355.180	242.512	14.362	8.095.786
Altro *	3.643.421	1.816.563	1.141.204	204.220	12.095	6.817.504
Taxi e trasporti	2.732.566	1.362.422	855.903	153.165	9.071	5.113.128
Musei e gallerie	455.428	227.070	142.651	25.528	1.512	852.188
Orologi e gioielli	227.714	113.535	71.325	12.764	756	426.094
<b>Totale per porto</b>	<b>22.771.383</b>	<b>11.353.520</b>	<b>7.132.528</b>	<b>1.276.378</b>	<b>75.591</b>	<b>42.609.400</b>

Fonte: Elaborazione OTIE

\* Alimentari e bevande, tabaccherie, libri, giornali e riviste, ottica e fotografia e noleggio

**Gli escursionisti da crociera sono attratti dalle tipicità locali**

Con riferimento agli esercizi commerciali i comportamenti di spesa si indirizzano maggiormente verso i regali, i souvenir e verso i bar. Ciò dimostra **l'interesse degli escursionisti alla conoscenza ed alla fruizione delle tipicità del luogo.**

**Effetto moltiplicatore sull'economia locale**

Quanto detto, va letto considerando l'effetto moltiplicatore che la spesa turistica ha sull'economia locale, sia in termini di reddito che di occupazione. Soffermandosi sul reddito, vi è una parte di moneta che rimane nel sistema economico regionale la quale si pone a vantaggio immediato delle imprese che operano sul territorio. Queste imprese, identificate nelle attività commerciali direttamente interessate dalla spesa turistica diretta dei crocieristi, impiegheranno parte di tale reddito per pagare i salari ai loro dipendenti, parte per reinvestire in azienda e parte per pagare lo Stato (sotto forma di imposte sui redditi). A loro volta i salari pagati ai dipendenti si trasformeranno in consumi per la famiglia, in investimenti in altre attività ed in parte verranno trasmessi allo Stato.

Pertanto la spesa dei crocieristi produce reddito e crea un benessere generalizzato alla località e ai suoi residenti, poiché la spesa originaria stimola l'economia locale non per lo stesso ammontare ma per un valore superiore poiché quella stessa spesa originaria circola più volte, provocando quindi un **effetto moltiplicato sul reddito locale.**



## I GAP DELL'OFFERTA LOCALE

**A Porto Empedocle è necessario consolidare la domanda prima dell'offerta**

Alla luce delle principali esigenze della domanda degli escursionisti crocieristi in termini di acquisti nelle città di approdo, è necessario considerare l'attuale offerta di esercizi commerciali presenti.

In tale esame sono stati considerati i porti di Palermo, Messina, Catania e Trapani, escludendo quindi Porto Empedocle. Tale scelta è stata dettata dal fatto che il porto accoglie un numero esiguo di crocieristi in transito e che per la quasi totalità non sosta nel comune di approdo ma si sposta nelle località prossime di interesse turistico.

Per **Porto Empedocle** quindi **è necessario in primis incrementare i flussi di escursionismo** da crociera per poi procedere in una seconda fase all'incremento dell'offerta dei servizi, sulla base delle esigenze della domanda.

**1.112 gli esercizi in Sicilia interessati dall'escursionismo da crociera**

Negli altri porti che riescono a generare flussi di escursionismo sono stati analizzati gli esercizi commerciali coinvolti dalla spesa turistica, sulla base dei loro **codici ATECO**. La scelta ha coinvolto le attività che sorgono sulle **principali vie di transito escursionistico dei crocieristi**, ovvero quelle nelle immediate vicinanze del punto di attracco e quelle di accesso e limitrofe ai siti di interesse culturale ufficialmente riconosciuti quali tappe di visita dei turisti. Tali luoghi sono inseriti all'interno del perimetro urbano dei porti di approdo. Non sono pertanto considerate le attività commerciali presenti nei luoghi che generano escursioni di un'intera giornata o di mezza giornata fuori dalla città. Le categorie merceologiche considerate sono le seguenti:

ATECO 2007	DESCRIZIONE
47.11.20	Supermercati
47.11.40	Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari
47.25.00	Commercio al dettaglio di bevande in esercizi specializzati
47.24.20	Commercio al dettaglio di torte, dolci, confetteria
47.29.10	Commercio al dettaglio di latte e di prodotti lattiero – caseari
56.10.11	Ristorazione con somministrazione
56.10.20	Ristorazione senza somministrazione con preparazione di cibi da asporto
56.10.30	Gelaterie e pasticcerie
56.03.00	Bar e altri esercizi simili senza cucina
47.78.32	Commercio al dettaglio di oggetti d'artigianato
47.19.90	Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari
47.78.31	Commercio al dettaglio di oggetti d'arte (incluse le gallerie d'arte)
47.59.20	Commercio al dettaglio di utensili per la casa, di cristallerie e vasellame
ATECO 2007	DESCRIZIONE

47.26.00	Commercio al dettaglio di prodotti del tabacco in esercizi specializzati
47.61	Commercio al dettaglio di libri in esercizi specializzati
47.62.1	Commercio al dettaglio di giornali, riviste e periodici
47.71.1	Commercio al dettaglio di confezioni per adulti
47.71.2	Commercio al dettaglio di confezioni per bambini e neonati
47.71.3	Commercio al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie
47.71.4	Commercio al dettaglio di pellicce e di abbigliamento in pelle
47.71.5	Commercio al dettaglio di cappelli, ombrelli, guanti e cravatte
47.72.1	Commercio al dettaglio di calzature e accessori
47.72.2	Commercio al dettaglio di articoli di pelletteria e da viaggio
47.77	Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati
47.77.0	Commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria
47.78.2	Commercio al dettaglio di materiale per ottica e fotografia
77.11.00	Noleggio di autovetture ed autoveicoli leggeri
77.21.01	Noleggio di biciclette

In base a tale selezione sono state individuate e localizzate complessivamente **1.112 attività commerciali interessate dai flussi di escursionismo da crociera** nelle località di approdo in Sicilia.

**La principale voce di spesa dei crocieristi non trova risponidenza nell'offerta locale**

Le attività commerciali che più delle altre si mostrano presenti nei territori considerati afferiscono alla categoria della ristorazione e dei bar. Fanno seguito i negozi per lo shopping, ad eccezione di Trapani dove le attività commerciali connesse al food & beverage si impongono sulle altre.

Tabella 7: Composizioni percentuali delle attività lungo le principali vie di transito escursionistico dei crocieristi per singolo approdo

Palermo		Trapani	
Descrizione attività	Composizione	Descrizione attività	Composizione
Ristorazione, bar e gelaterie	30,8%	Ristorazione, bar e gelaterie	42,9%
Abbigliamento, calzature ed accessori	26,4%	Alimentari e bevande	12,7%
Libri, giornali e riviste	10,5%	Oggettistica da regalo e prodotti artigianali	11,1%
Orologerie, gioiellerie ed argenterie	10,0%	Libri, giornali e riviste	9,5%
Tabaccherie	7,4%	Tabaccherie	7,9%
Oggettistica da regalo e prodotti artigianali	6,4%	Abbigliamento, calzature ed accessori	6,3%
Ottica e fotografia	3,8%	Orologerie, gioiellerie ed argenterie	6,3%
Alimentari e bevande	3,3%	Ottica e fotografia	1,6%
Noleggio	1,3%	Noleggio	1,6%

Continuo tabella 7

Messina		Catania	
Descrizione attività	Composizione	Descrizione attività	Composizione
Ristorazione, bar e gelaterie	37,3%	Ristorazione, bar e gelaterie	32,4%
Abbigliamento, calzature ed accessori	22,9%	Abbigliamento, calzature ed accessori	21,1%
Alimentari e bevande	9,0%	Orologerie, gioiellerie ed argenterie	13,1%
Orologerie, gioiellerie ed argenterie	8,4%	Alimentari e bevande	8,6%
Libri, giornali e riviste	6,3%	Tabaccherie	8,3%
Tabaccherie	6,0%	Oggettistica da regalo e prodotti artigianali	7,3%
Oggettistica da regalo e prodotti artigianali	4,5%	Libri, giornali e riviste	6,4%
Ottica e fotografia	4,2%	Ottica e fotografia	2,8%
Noleggio	1,2%	Noleggio	0,0%

Fonte: elaborazioni OTIE

Si può notare come la principale voce di spesa dell'escursionismo da crociera che si riferisce all'acquisto di prodotti **tipici e souvenir, non trova una rispondenza all'interno dell'offerta locale**, poiché le attività commerciali adibite alla vendita di regali e prodotti artigianali, nelle località analizzate, costituiscono in termini percentuali composizioni basse che vanno dal 5% di Messina all'11 % a Trapani, con le posizioni intermedie, ma sempre basse di Palermo e Catania (6% entrambe).

**Esercizi di noleggio quasi assenti nei porti**

L'offerta locale degli esercizi confrontata con il numero degli escursionisti da crociera indipendenti considerati per ogni singolo approdo fa emergere quelli che sono i gap dell'offerta locale. **Le attività che in assoluto sono insufficienti** per soddisfare le richieste dei crocieristi sono quelle **dei servizi di noleggio (moto, auto e bici)**, che si presentano secondo valori esigui tali che ve ne è 1 ogni 100 escursionisti a Palermo e Messina e 0 a Catania e Trapani.

Tabella 8 : Numero di attività commerciali per singolo approdo ogni 100 escursionisti

Descrizione attività	PA	TP	ME	CT	
Alimentari e bevande	1	3	7	8	Attività afferenti alle principali voci di spesa
Ristorazione, bar e gelaterie	13	11	30	31	
Oggettistica da regalo e prodotti artigianali	3	3	4	7	
Abbigliamento, calzature ed accessori	12	2	18	20	
Tabaccherie	3	2	5	8	Attività afferenti alle voci di spesa secondari
Libri, giornali e riviste	5	3	5	6	
Orologerie, gioiellerie ed argenterie	4	2	7	12	
Ottica e fotografia	2	0	3	3	
Noleggio	1	0	1	-	

Fonte: elaborazioni OTIE

**In media 5** Considerando le principali voci della spesa turistica degli escursionisti si evince

**negozi di souvenir e 6 di prodotti tipici ogni 100 escursionisti** che i maggiori gap sono manifestati nella vendita dei souvenir, come già detto, un po' per tutte le località, cui si accompagna la carenza di attività di vendita di alimentari e bevande, che includono anche la vendita di dolci e prodotti tipici locali.

**I porti di approdo** che accolgono gli escursionisti nei loro centri storici, **manifestano una carenza nell'offerta di vendita delle tipicità locali**, in media 5 esercizi ogni 100 turisti, sebbene una buona fetta della spesa turistica è generata da tale tipologia di acquisti.

## NOTE, FONTI E BIBLIOGRAFIA

### NOTE

- 1 G. Ruggieri, XV Rapporto turismo italiano, Mercury, 2007.  
 “Nell’ambito del business crocieristico va fatta una distinzione tra home ports e ports of call. I primi sono stazioni di capolinea e i secondi tappe intermedie. La prima condizione è quella più vantaggiosa, perché i crocieristi, fermandovisi, sono spinti all’acquisto di determinati servizi dalla ristorazione all’uso dei parcheggi, posti nelle immediate vicinanze del porto. Tale condizione, però, va sottolineato che dipende non solo dalle politiche locali, ma soprattutto dalla posizione geografica del porto stesso”. G. Ruggieri, XV Rapporto turismo italiano, Mercury, 2007.
- 2 Di Cesare Francesco (2002) *L’industria Crocieristica: Introduzione al settore – Dispensa didattica per il corso di promoter crocieristico*, Cevitec Napoli.
- 3 EBNT, Osservatorio sul traffico delle crociere nel Mediterraneo (2010) *SL&A turismo e territorio* (a cura di), Roma.
- 4 Contribution of Cruise Tourism to the economies of Europe - presentato dall’European Cruise Council elaborato nel maggio del 2009.
- 5 Turismo crocieristico, nautico ed i trasporti per mare in Italia, Giovanni Ruggieri.
- 6 Medcruise, 2006
- 7 Cfr. Candela G, Figini P (2003), *Economia del turismo*, Mc Graw-Hill (2003) pag.18
- 8 Ruggieri G.(2009) *Cruise Tourism Effects On The Mediterranean Islands’ Economies* in *World Journal of Tourism, Leisure and Sports* Volume 3, Issue 2.
- 9 Rispoli M., Di Cesare F., Manzelle R., *La produzione crocieristica: i prodotti, le imprese, i mercati*, Giappichelli Editore, Torino, 1997
- 10 Cà Foscari di Venezia, *Il mercato delle crociere: uno sviluppo inarrestabile*, Studio commissionato dalla MSC Crociere, 2010.
- 11 Alberto Cappato, Istituto Internazionale delle Comunicazioni – IIC, *Il turismo crocieristico a Genova negli ultimi cinque anni*, 2005 ed European Cruise sector Survey project, Brea e GPW, 2010.
- 12

### ALTRI RIFERIMENTO BIBLIOGRAFICI

- Battilani P. (2001), *Vacanza di pochi vacanze di tutti, l’evoluzione del turismo europeo*, il Mulino, Bologna.
- Braun B., Xander J., White K., (2002) *The impact of the cruise industry on a region’s economy: a case study of Port Canaveral, Florida*, “Tourism economics”, Vol. 8, pp. 281-288.
- Byung - Wook Wie (2005) *A dynamic game model of strategic capacity investment in the cruise line industry* *Tourism Management* 26.
- Candela G., Figini P. (2003), *Economia del turismo*, McGraw-Hill, Milano.
- Chase G.L., (2002) *The economic impact of cruise ships in the 1990s: some evidence from the Caribbeans*, Published Doctoral Thesis, UMI 3041166.
- Confalonieri M. (2004) *Economia e gestione delle aziende turistiche*. Giappichelli Editore, Torino.
- Cooper C. et al. (2002), *Economia del turismo teoria e pratica*, Zanichelli, Bologna.
- Douglas N., Douglas N., (2004), *Cruise ship passenger spending patterns in Pacific Island ports*, “International journal of tourism research”, Vol. 6, pp. 251-261.
- Di Cesare Francesco (2002) *L’industria Crocieristica: Introduzione al settore- Dispensa didattica per il corso di promoter crocieristico*, Cevitec, Napoli.
- Di Cesare, Rispoli, Manzelle (1997), *La produzione crocieristica*, G. Giappichelli Editore, Torino.
- Douglas, Ngair (2004), *Cruise ship passenger spending patters in Pacific Island ports*, *International Journal of Tourism Research* 6.
- Dwyer L. e Forsyth P.(1998) *Economic Significant of Cruise Tourism*. *Annals of Journal of Tourism Research*.
- Gabe T., Lynch C., Mcconnon J., (2006) *Likelihood of Cruise ship passenger return to a visited port: the case of bar*

- harbour, Maine, "Journal of Travel Research", Vol. 44.
- G.P. Wild (International) Limited and Business Research & Economic Advisors. (2009) *Contribution of cruise tourism to the economies of Europe*.
- Gozzi A. e Tosi M. (2009) *Il settore crocieristico, un settore strategico per l'Italia*. GHnet turismo.
- Paternostro S., (2008) *Crocieristi e navigatori: nuovi bisogni, comportamenti e tendenze*. Progetto Ulisse.
- Jaakson, Reiner (2004), *Beyond the tourist bubble? Cruiseship passengers in port*, Annals of Tourism Research 31(751-759)
- Mancuso R. (2002), *Istituzioni di diritto della navigazione*, G. Giappichelli Editore, Torino
- XV Rapporto sul turismo italiano
- Mescon T.S., Vozikis G.S., (1985) *The economic impact of tourism at the port of Miami*, "Annals of Tourism Research", Vol. 12.
- Petreas C. e Michalakis C. (2009) *Shore Activities Characteristics of Cruise Tourism Passengers*. WJTLS. Volume 3, Issue 2.
- Preiti A. (2007) *Turismo: The Next Big Thing. Grandi numeri e grandi eccellenze*, cap.II. pag. 10 La crescita impetuosa delle crociere.
- Patrick J. (2005), *Segmenting cruise passengers with price sensitivity*, Tourism Management 26.
- Ramalo C., Santos C., Silva F. (2006), *Dynamic consumer Behaviour: an application to the cruise industry*.
- Rispoli M., Di Cesare F. e Manzelle R. (1997) *La produzione crocieristica. I prodotti, le imprese, i mercati*. Giappichelli Editore, Torino.
- Ruggieri G (2007), *Turismo crocieristico e nautico*, XV Rapporto sul turismo italiano Cap. XXI.
- Ruggieri G. (2007) *Turismo crocieristico e nautico*, XV Rapporto sul turismo italiano Cap XXI.
- Ruggieri G. (2009) *Cruise Tourism Effects on the Mediterranean Islands' Economies*. WJTLS. Volume 3, Issue 2.
- Samuelson P. A, Nordhaus W. D (2006), *Economia*, Mc Graw Hill- Companies.
- Sparacino G. e Baccelli O. (2007) *In pole position l'Italia delle crociere*. La Rivista del Turismo 2/2007.
- Tongzon J.L (1994) *Determinants of port performance and efficiency* Elsevier Science Ltd.
- Yuksel A. (2002), *Shopping experience evaluation: a case of domestic and international visitors*, Tourism Management 25 .
- Zanelli L. (2008) *Se il turismo viene dal mare*. GHnet turismo.

#### FONTI DEI DATI

Autorità portuale di Palermo  
 Autorità portuale di Messina  
 Autorità portuale di Catania  
 Autorità portuale di Trapani  
 Autorità portuale di Porto Empedocle  
 Camera di Commercio Industria ed artigianato di Palermo