



BORSA DEL TURISMO EXTRA-ALBERGHIERO BTE 2025

REPORT DI RICERCA

***Il network di prodotto per
l'ospitalità alternativa in Sicilia: esperienze a
confronto tra le maggiori isole del Mediterraneo***

Novembre 2025



Report realizzato per CONFESERCENTI – SICILIA

Editor: Observatory of Tourism for Island Economies - OTIE

Realizzato: novembre - 2025

Autori

Prof. Giovanni Ruggieri - Palermo University – Coordinamento

Dott. Martina Saladino – Ricercatrice

Dott. Rosamaria Staiano – Ricercatrice

Dott. Martina Nuccio – Ricercatrice

Contatti

Dott. Afshin Moafi – Segreteria Internazionale

Sig. Tina Gilardetti – Segreteria amministrativa

Observatory of Tourism for Island Economy - OTIE

secretariat@otie.org

www.otie.org

Telefono 091-9294917 / +39 3513064307

SOMMARIO

Il Report OTIE.....	4
Prefazione	5
Introduzione	8
1. I network di prodotto.....	10
2. Dotazione e composizione di strutture extra alberghiere in Sicilia.....	12
3. Dinamiche della domanda nelle strutture extra alberghiere in Sicilia	18
4. Sicilia e le altre isole: Corsica, Creta, Maiorca e Sardegna.....	22
5. I network di prodotto nelle maggiori Isole Europee.....	28
6. Sintesi dei risultati.....	37
Bibliografia:.....	39
Fonte dei dati:	40
Indice tabelle e figure.....	41

Il Report OTIE

Il report presentato, curato dall'Osservatorio sul Turismo per l'Economia delle Isole (OTIE), per conto di Confesercenti Sicilia, si propone di analizzare il ruolo strategico del network di prodotto come leva per la sostenibilità, l'inclusione e la competitività delle destinazioni insulari.

Nel presente studio, OTIE approfondisce il concetto di network di prodotto come sistema relazionale che connette attori, risorse e territori per generare un'offerta turistica integrata e distintiva. Nelle isole del Mediterraneo, dove l'insularità impone vincoli strutturali ma offre anche opportunità uniche, il network diventa uno strumento essenziale per superare la frammentazione dell'offerta, valorizzare le identità locali e costruire itinerari coerenti e competitivi.

Fondato nel 2007 in Sicilia, OTIE è un'organizzazione internazionale no-profit che riunisce enti pubblici, università, istituti di ricerca e organismi di sette paesi insulari dell'Unione Europea.

La sua missione è quella di realizzare e diffondere studi comparativi sulle isole europee, promuovendo politiche condivise con governi e amministrazioni locali.

Tra le sue attività principali figurano l'aggiornamento della banca dati delle isole UE, la produzione di report tematici, l'organizzazione di forum e conferenze internazionali, la direzione della rivista scientifica *International Journal of Island Research* in collaborazione con l'Università di Dublino, e la partecipazione a progetti di cooperazione e sviluppo locale.

OTIE è inoltre registrato come rappresentante di interesse presso la Commissione Europea.

Prefazione

Da qualche anno, nel mercato turistico, hanno assunto un ruolo centrale le forme non convenzionali di produzione e fruizione dei beni e dei servizi turistici.

Si tratta di tipologie innovative di turismo che, a differenza di quelle più classiche e diffuse, pongono al centro dell'esperienza di viaggio concetti chiave - come sostenibilità, recupero delle tradizioni, valorizzazione delle identità locali e delle aree interne, etica, responsabilità, partecipazione, benessere – che superano i tradizionali modelli consumistici per aprire a nuove pratiche turistiche maggiormente inclusive e sostenibili.

Anche alcuni territori solitamente trascurati dai circuiti turistici maturi cominciano a posizionarsi con successo sul mercato: pur continuando a soffrire di una perifericità geografica ed economica, riescono a fare di questa loro criticità un punto di forza attraverso la valorizzazione di quei rapporti sociali e di comunità tipici dei piccoli centri, dei borghi e delle aree interne.

L'interesse rivolto ai luoghi meno battuti dal turismo racconta oggi ai viaggiatori un'altra Sicilia, dove i residenti, le comunità e le piccole imprese lavorano per rendere più attrattiva l'offerta locale mantenendo viva l'unicità e i caratteri distintivi del territorio in un concetto sempre più ampio di sostenibilità non più solamente declinato in una sua accezione ecologica ma anche turistico culturale.

La Borsa del Turismo Extralberghiero si rivolge a questo universo operoso, dove le micro e le piccole imprese – della ricettività, dell'intermediazione, della ristorazione e delle filiere commerciali ad esse collegate – insieme alle comunità locali giocano un ruolo cruciale nello sviluppo sostenibile dei territori.

Un ecosistema fortemente polverizzato e diffuso che la BTE intende aggregare favorendo occasioni di networking, coworking, di inclusione, di informazione per la promozione e il rilancio del turismo responsabile e/o accessibile. La BTE si pone quale strumento attraverso il quale supportare l'interlocuzione e la messa in rete dei vari stakeholders pubblici e privati che agiscono nei vari contesti territoriali marginali, così da favorire azioni di governance utili a pianificare e programmare misure da introdurre per rendere un territorio destinazione turistica in grado di proporre soluzioni sostenibili.

L'obiettivo che attraverso la BTE si intende perseguire è quello di supportare il sistema di gestione e coordinamento delle politiche e delle strategie turistiche verso un modello di sviluppo sostenibile che sia sempre più inclusivo nei confronti dei contesti urbani e geografici ai margini dei circuiti caratterizzati da un maggiore afflusso di presenze turistiche e da performance economiche di successo.

Agendo in questa direzione, l'organizzazione della BTE unisce occasioni operative (il B2B, il salone espositivo, la presentazione delle aziende) a momenti di riflessione e formazione dedicati ai cambiamenti in corso nel mondo del turismo non convenzionale (i panel, le interviste, i seminari).

La Borsa del Turismo Extralberghiero si struttura attingendo dagli indirizzi programmatici delineati dalla pianificazione dello sviluppo turistico regionale (PTST e POA) e in coerenza con le strategie di coesione europea 2021 – 2027. Su tali basi l'evento si pone quale azione a supporto della promozione della destinazione Sicilia avendo particolare riguardo al turismo esperienziale, responsabile, lento, sostenibile, culturale, religioso, naturalistico e di comunità.

La kermesse è occasione per promuovere le potenzialità del territorio siciliano nei confronti del quale il mercato internazionale ha dimostrato un crescente interesse in linea con la costante ricerca di destinazioni in grado di offrire prodotti unici e autentici nonché contenuti esperienziali.

Un'offerta che la Sicilia deve essere in grado di proporre puntando sullo sviluppo di maggiori e nuovi contenuti che trovano nelle forme dell'ospitalità complementare a quella alberghiera una risposta coerente con l'esigenza di vivere un rapporto più diretto con i luoghi in cui trascorrere la propria vacanza.

Il focus che l'evento rivolge al settore dell'ospitalità ricettiva extralberghiera è frutto dell'impulso che Confesercenti ha ricevuto dalla propria base associativa aderente ad AIGO (Associazione Italiana Gestori Ospitalità Diffusa). Un comparto che a livello regionale negli ultimi 10 anni ha registrato una crescita esponenziale passando dalle 2.700 strutture del 2013 alle quasi 9.000 registrate nel 2024.

Una proposta di ospitalità sempre più richiesta che è espressione di un profondo cambiamento della domanda di turismo internazionale alla ricerca di nuove opportunità per ampliare le proprie conoscenze, scoprire la cultura e le tradizioni del luogo visitato e desiderosa di immergersi completamente nella vita quotidiana locale della destinazione.

Dalla prima edizione ad oggi sono state oltre 1.500 le aziende dell'extralberghiero siciliano che hanno presentato la propria offerta ricettiva ai mercati esteri.

La BTE vuole essere, inoltre, occasione per favorire e sostenere lo sviluppo di un sistema territoriale consapevole di rappresentare una destinazione turistica sostenibile e di successo. L'evento è aperto a tutti gli operatori del settore extralberghiero che desiderano promuovere la propria struttura ricettiva, presentare la propria offerta in nuovi mercati obiettivo, acquisire nuovi clienti e avviare nuovi rapporti di collaborazione.

Presenti, inoltre, i vari cluster (DMO, GAL, Pro Loco Comuni ecc.) che si occupano di organizzare il territorio, soprattutto legato alle aree interne e marginali, sotto forma di proposta turistica in tutte le declinazioni rispettose del turismo responsabile, sostenibile, slow, di prossimità.

Una proposta territoriale diffusa che necessita di proiettarsi sui mercati internazionali e che deve crescere ed alimentarsi grazie all'instaurarsi di nuovi rapporti di collaborazione con operatori in grado di rafforzare l'offerta turistica esperienziale e sostenibile della nostra Regione.

Tanti i momenti di networking e di approfondimento per approntare modelli innovativi che consentano la determinazione e diffusione di pratiche di turismo inclusive e sostenibili.

In questa cornice, gli operatori del settore, i fornitori e i rappresentanti delle istituzioni si riuniscono per condividere le loro esperienze, discutere le tendenze emergenti e identificare opportunità di collaborazione tese a generare nell'atto della creazione dell'offerta turistica il giusto equilibrio tra sostenibilità economica, sociale, culturale e ambientale.

Un dinamismo che intende alimentare una piattaforma dove si tessono relazioni di valore nascono partnership strategiche e si costruiscono reti di supporto reciproco.

L'evento rappresenta un'opportunità unica per coloro che desiderano essere parte integrante del cambiamento nel settore turistico, abbracciando un approccio sostenibile e innovativo. Non solo sarà possibile ampliare la propria rete di contatti, ma anche creare sinergie con i principali attori del mercato.

Dott. Salvatore Basile

Coordinatore Regionale Assoturismo - Confesercenti Sicilia

Introduzione

Il report, realizzato dall'Osservatorio sul Turismo per l'Economia delle Isole (OTIE) per Confesercenti Sicilia, si inserisce nel quadro della VIII edizione della Borsa del Turismo Extralberghiero (BTe), con l'obiettivo di analizzare e valorizzare il ruolo crescente dell'ospitalità alternativa in Sicilia, in un'ottica di sostenibilità, inclusione e sviluppo territoriale.

Negli ultimi anni, il turismo ha vissuto una profonda trasformazione: le forme non convenzionali di ospitalità, come B&B, case vacanza, agriturismi, sono diventate protagoniste di un'offerta turistica sempre più orientata alla sostenibilità ambientale, sociale e culturale. In questo contesto, le isole del Mediterraneo, e in particolare la Sicilia, si trovano a dover affrontare sfide specifiche legate all'insularità, ma anche a cogliere opportunità uniche grazie alla ricchezza del patrimonio naturale e culturale.

Il report analizza le dinamiche dell'ospitalità extralberghiera in Sicilia, confrontandole con quelle di altre importanti isole europee – Corsica, Creta, Maiorca e Sardegna – per individuare modelli di sviluppo sostenibile e strategie di valorizzazione dei territori interni e costieri.

Da un'analisi generale risulta che nel 2024, il settore dell'ospitalità extralberghiera in Sicilia ha registrato una crescita significativa, confermandosi come uno dei pilastri portanti dell'offerta turistica regionale. Con 46.925 strutture attive, pari al 97% del totale delle strutture ricettive presenti sull'isola, il comparto extralberghiero rappresenta oggi la forma di accoglienza predominante.

I posti letto disponibili in queste strutture ammontano a 298.222, ovvero circa il 70% dell'intera capacità ricettiva siciliana. Rispetto all'anno precedente, si è registrato un incremento del 28,7%, un dato che testimonia la vitalità e la dinamicità di un settore in continua espansione, affiancato da una nuova normativa che rende visibili gli alloggi in affitto.

Questa crescita si riflette anche nei flussi turistici. Nel 2024, la Sicilia ha accolto oltre sette milioni di visitatori, per un totale di più di ventidue milioni di presenze. Le strutture extralberghiere hanno ospitato circa 2,9 milioni di arrivi e generato 9,8 milioni di pernottamenti, con una permanenza media di 3 notti, superiore a quella registrata nelle strutture alberghiere.

Nel confronto internazionale, la Sicilia si posiziona al primo posto per numero di strutture extralberghiere tra le isole analizzate, superando la Sardegna, che ne conta 38.469, e Creta, con 34.232. Nonostante questo primato, la durata media del soggiorno in Sicilia – pari a tre giorni – risulta la più bassa rispetto a destinazioni come la Corsica, dove si raggiungono quasi nove giorni, Maiorca con sei e Creta con cinque. Questo dato suggerisce la necessità di rafforzare l’attrattività dell’offerta turistica siciliana, puntando su strategie che incentivino soggiorni più lunghi, anche attraverso la valorizzazione delle aree meno conosciute.

Infatti, la distribuzione degli alloggi, in particolare quelli presenti su piattaforme come Airbnb, risulta fortemente concentrata lungo le coste, lasciando l’entroterra in una posizione marginale. A differenza di Maiorca, dove l’offerta è più omogeneamente distribuita, in Sicilia si osserva una polarizzazione dell’accoglienza turistica in alcune località balneari.

Comuni come San Vito Lo Capo, Taormina, Favignana e Lampedusa registrano le percentuali più alte di affitti brevi, con incidenze che variano dal 21% al 36%. Questo fenomeno, se da un lato testimonia l’attrattività di queste destinazioni, dall’altro evidenzia l’urgenza di una pianificazione territoriale più equilibrata, capace di coinvolgere anche le aree interne e meno turisticamente sviluppate.

Il report sottolinea l’importanza dei network di prodotto come strumento per rafforzare l’identità territoriale e costruire offerte turistiche integrate. In Sicilia, si evidenzia una rete capillare di operatori che propongono esperienze legate al turismo lento, culturale, enogastronomico e naturalistico, con un crescente coinvolgimento delle aree interne.

Nel complesso, i dati raccolti delineano un quadro di grande fermento per il turismo extralberghiero siciliano, che si conferma come un settore strategico per lo sviluppo economico e sociale dell’isola. Tuttavia, per consolidare e prolungare questa crescita, sarà fondamentale investire in politiche di qualità, sostenibilità e diversificazione dell’offerta, capaci di attrarre nuovi segmenti di domanda e di distribuire in modo più equo i benefici del turismo sul territorio.

Prof. Giovanni Ruggieri

Presidente OTIE

1. I network di prodotto

Network di prodotto che moltiplicano le esperienze

Il network di prodotto, nella gestione delle destinazioni turistiche, va inteso come una rete di attori, risorse e relazioni che, combinandosi, generano un'esperienza turistica integrata e riconoscibile sul mercato. In questa prospettiva, il produrre valore non è appannaggio di singole imprese ma nasce da un tessuto di relazioni orizzontali e verticali, alleanze commerciali, accordi con DMO, reti d'impresa e collaborazioni informali, che rendono possibile la co-creazione dell'esperienza (value co-creation) e l'offerta di bundle competitivi sul mercato.

Nelle isole del bacino Mediterraneo, il concetto di network di prodotto assume una rilevanza ancora più marcata rispetto al contesto continentale poiché l'insularità comporta vincoli (accessibilità, dimensione ridotta, dipendenza stagionale) ma anche opportunità (unicità territoriale, forte identità locale, risorse naturali e culturali concentrate). In tale contesto, costruire un "prodotto turistico" di successo significa collegare risorse, attori e relazioni in modo strategico — trasformando l'insieme dei beni/attrattori/servizi in un'offerta coerente e riconoscibile.

Dal punto di vista teorico, il network di prodotto nelle isole si struttura su tre livelli:

Relazione, Identità, dimensione spaziale

1. *La topologia relazionale*: i nodi, che includono
 - a) operatori turistici (imprese, alberghi, adv, etc.)
 - b) fornitori locali (artigiani, agricoltori, apicoltori, pastori, etc.)
 - c) risorse territoriali (spiagge, siti storici, aree naturali)
 - d) istituzioni (enti locale, associazioni, DMO)
 - e) e come sono in relazione (partnership commerciali, scambio di informazioni, flussi di clientela, co-marketing, condivisione di fornitori, etc.).

2. *Prossimità cognitiva e identitaria*: in un'isola mediterranea l'identità locale, la cultura, la gastronomia e la sostenibilità sono spesso driver chiave dell'offerta. Quando gli attori condividono valori, conoscenze e visione — ad esempio orientamento alla sostenibilità, tutela ambientale, valorizzazione del patrimonio — la rete riesce a generare pacchetti più integrati e differenziati.
3. *La dimensione spaziale/insulare*: l'insularità implica una geografia specifica (isolamento, scarsità di risorse, stagionalità accentuata) che richiede un coordinamento della rete più stretto. Una forte interazione tra attori locali vicini può facilitare la creazione di cluster produttivi e di offerta coerenti.

**Le sfide di reti
di prodotto
tra imprese
nelle isole**

Le isole affrontano sfide specifiche e comuni, come: rete frammentata con imprese isolate o poco collegate, rischio di dipendenza da attori dominanti e/o stagionalità accentuata, governance della rete complessa (serve un coordinatore per evitare duplicazioni o conflitti).

L'isola, in termini di prodotto turistico, è un ecosistema di offerta: accoglienza, escursioni, enogastronomia, mobilità, comunità locale, brand - tutto connesso - che il network di prodotto esprime:

- i. permettendo di combinare elementi complementari (ad es. pernottamento + tour enogastronomico + esperienze culturali)
- ii. valorizzando la relazione tra attori (hotel che collabora con produttori locali per pacchetti "km 0", operatori che organizzano escursioni in rete)
- iii. consentendo una narrazione più forte del territorio: l'isola diventa un "brand di rete" con coerenza interna e differenziazione esterna.

**I vantaggi
dei network di
prodotto**

Un network di prodotto ben costruito su un'isola può migliorare la visibilità sul mercato turistico internazionale grazie all'offerta distintiva, potenziare la capacità di innovazione e adattamento (la rete facilita lo scambio di conoscenze e la co-creazione) e ridurre i costi di "search" per il turista (trova un'offerta integrata piuttosto che singoli servizi scollegati).

2. Dotazione e composizione di strutture extra alberghiere in Sicilia

**Boom
extralberghiero
in Sicilia:
48.000 strutture**

Il numero di strutture extralberghiere, in Sicilia nell'anno 2024, arriva a rappresentare circa il 97% del totale delle strutture ricettive presenti sul territorio, aumentando il numero di oltre 10 mila unità rispetto all'anno 2023.

In tabella 2.1 vengono indicati il numero totale di strutture ricettive, distribuite per provincia, nell'anno 2024 e i rispettivi posti letto.

Tabella 2.1: Distribuzione provinciale del totale delle strutture alberghiere ed extralberghiere in Sicilia, anno 2024.

**Palermo e
provincia
guidano
la classifica**

PROVINCIA	TOTALE ALBERGHIERO ED EXTRALBERGHIERO 2024	
	N° STRUTTURE	N° POSTI LETTO
Agrigento	3.166	32.885
Caltanissetta	351	4.700
Catania	7.169	54.718
Enna	379	3.706
Messina	6.789	78.513
Palermo	11.365	88.372
Ragusa	3.680	37.124
Siracusa	7.004	52.149
Trapani	8.364	71.301
TOTALE	48.267	423.468

Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Sicilia

Appare evidente come vi sia una maggiore concentrazione di strutture e posti letto a Palermo, seguita da Trapani e Catania. La minore concentrazione viene registrata dalle province di Enna e Caltanissetta.

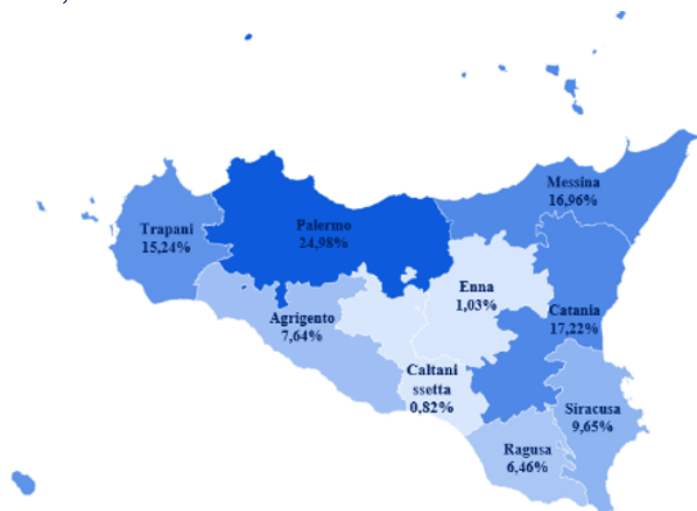
Nel 2024, si evidenzia una netta predominanza delle strutture extralberghiere sul totale del numero di esercizi.

La mappa della Sicilia (2.1), mostra la distribuzione provinciale, in termini percentuali, delle strutture extra alberghiere in Sicilia, nell'anno 2024.

Il comparto extralberghiero risulta dinamico, passando da 36.478 strutture nel 2023 a 46.925 nel 2024, con un aumento del 28,7%. Tutte le province mostrano incrementi rilevanti, in particolare Palermo, Catania, Trapani e Siracusa, che insieme rappresentano la parte più consistente dell'offerta.

Grafico 2.1: Distribuzione provinciale delle strutture extra alberghiere in Sicilia, anno 2024

Tutte le province mostrano incrementi



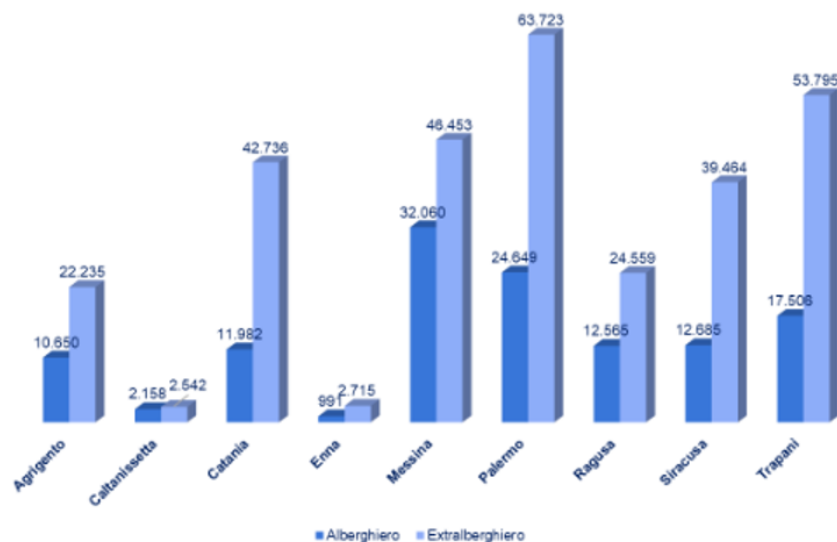
Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Sicilia

Nel 2024 la capacità ricettiva della Sicilia risulta molto ampia e articolata, con un totale di 423.468 posti letto complessivi, suddivisi tra strutture alberghiere (125.246) ed extralberghiere (298.222). Il comparto extralberghiero rappresenta circa il 70% dell'offerta complessiva di posti letto (Grafico 2.3).

La Sicilia si conferma una regione con un'elevata capacità di accoglienza, in grado di rispondere sia alle esigenze del turismo tradizionale sia a quelle di nuove tipologie di viaggiatori.

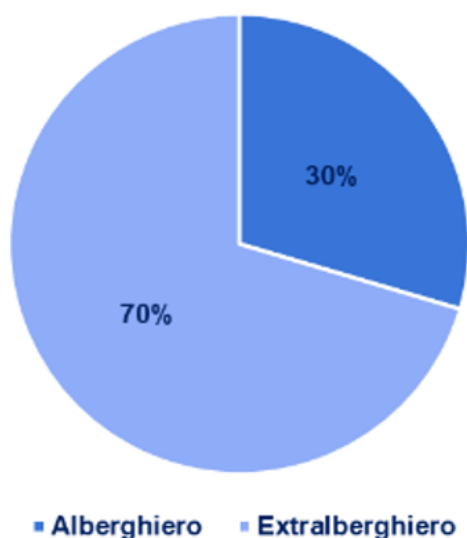
Grafico 2.2: Distribuzione provinciale dei posti letto in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024

**Extralberghiero
protagonista in
tutte le province**



Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Sicilia

Grafico 2.3: Suddivisione dei posti letto in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024



Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Sicilia

La crescita dell'offerta turistica di case ed alloggi privati in Sicilia deriva, in larga parte, dalla conversione di abitazioni e/o seconde case convertite per l'accoglienza dei turisti.

Abitazioni non occupate offerte per l'accoglienza

La Tabella 3.1 confronta, per ciascuna provincia siciliana, il numero di abitazioni non occupate (dati 2021) con il numero degli alloggi turistici affittati in forma non imprenditoriale categoria ISTAT "altri alloggi privati" (dati 2025). Il rapporto percentuale tra i due valori offre una stima del tasso di conversione del patrimonio abitativo in offerta turistica extra-alberghiera.

Tabella 3.1: Tasso di conversione di abitazioni in alloggi in affitto per turismo – dato provinciale

Provincia	Abitazioni non occupate al 31 dicembre 2021	Altri alloggi privati in affitto per turismo 2025	Tasso di conversione%
Agrigento	159.095	2.874	2 %
Caltanissetta	83.948	247	0,2 %
Catania	168.672	6.942	4 %
Enna	58.388	211	0.3 %
Messina	180.090	6.341	3 %
Palermo	237.490	11.601	5 %
Ragusa	79.687	3.305	4 %
Siracusa	79.756	6.641	8 %
Trapani	110.091	7.620	7 %
Totale	1.047.126	38.162	4 %

Provincia di Siracusa con il maggiore tasso di conversione

Fonte: elaborazioni OTIE su dati ISTAT, Censimento permanente (2021) e Ministero del Turismo – Banca Dati Nazionale Strutture Ricettive (2025), macrocategoria ISTAT "alloggi privati in affitto in forma non imprenditoriale", categoria ISTAT "altri alloggi privati"

Il dato complessivo regionale (4%) indica che, pur in presenza di oltre 1 milione di abitazioni non occupate, solo 38.162 risultano effettivamente convertite in alloggi destinati all'accoglienza turistica.

L'analisi delle singole province evidenzia tre profili distinti: province con alta conversione (Palermo, Trapani, Siracusa), province con conversione media (Catania, Ragusa, Messina), province con conversione molto bassa (Agrigento, Enna, Caltanissetta).

La lettura aggregata dei dati restituisce una Sicilia duale: una costiera e turisticamente competitiva, dove gli affitti brevi sono percepiti come opportunità economica e una interna, dove il patrimonio abitativo rimane inutilizzato.

Tabella 3.2: 15 comuni con il maggiore tasso di abitazioni in alloggi in affitto per turismo

Maggiore tasso di conversione in aree costiere e destinazioni turistiche note

Comune	Abitazioni non occupate al 31 dicembre 2021	Altri alloggi privati in affitto per turismo 2025	Tasso di conversione %
San Vito Lo Capo	4.068	1.465	36 %
Taormina	3.200	1.088	34%
Favignana	2.687	673	25 %
Lampedusa e Linosa	2.657	577	21%
Cefalù	6.405	1.305	20 %
Malfa	490	97	19 %
Siracusa	16.166	3.009	18 %
Portopalo di Capo Passero	798	148	18 %
Custonaci	1.355	245	18 %
Santa Marina Salina	515	93	18 %
Lipari	5.852	1.030	18 %
Avola	5.265	899	17 %
Castellammare del Golfo	7.293	1183	16 %
Isola delle Femmine	1.418	224	16%
Gibellina	78	12	15%

Fonte: elaborazioni OTIE su dati ISTAT, Censimento permanente (2021) e Ministero del Turismo – Banca Dati Nazionale Strutture Ricettive (2025), macrocategoria ISTAT “alloggi privati in affitto in forma non imprenditoriale”, categoria ISTAT “altri alloggi privati”

L'analisi a livello comunale evidenzia un'importante concentrazione territoriale della conversione delle abitazioni non occupate in alloggi in affitto in forme non imprenditoriali.

Su 391 comuni siciliani, solo 15 (vedi tabella 3.2) superano la soglia del 15%, indicando che oltre una casa non occupata su sei viene destinata esclusivamente agli affitti brevi. Si tratta per lo più di destinazioni balneari e ad alta notorietà turistica, come San Vito Lo Capo (36,01%), Taormina (34,00%), Favignana (25,05%) e Lampedusa e Linosa (21,72%).

3. Dinamiche della domanda nelle strutture extra alberghiere in Sicilia

In Sicilia nel 2024 si sono registrati complessivamente 7.042.815 arrivi turistici con 22.421.280 di presenze (notti vendute).

La tabella 3.3 contiene i numeri relativi al totale degli arrivi, delle presenze e la permanenza media nelle province siciliane. Superano il milione di arrivi Palermo, Messina e Catania. Il numero più basso di arrivi è registrato dalle province di Enna e Caltanissetta. Enna registra anche la permanenza media più bassa mentre Caltanissetta registra la permanenza media più alta, insieme a Ragusa e Messina.

Boom di notti vendute in Sicilia

Tabella 3.3: Distribuzione provinciale del totale degli arrivi, delle presenze e della permanenza media in Sicilia, anno 2024

Provincia	Arrivi	Presenze	Permanenza media
Agrigento	532.500	1.696.394	3
Caltanissetta	67.516	271.391	4
Catania	1.209.527	3.120.471	3
Enna	86.863	167.100	2
Messina	1.350.163	4.836.645	4
Palermo	1.874.137	5.789.133	3
Ragusa	385.903	1.405.342	4
Siracusa	619.020	1.889.753	3
Trapani	917.186	3.245.051	3
TOTALE	7.042.815	22.421.280	3

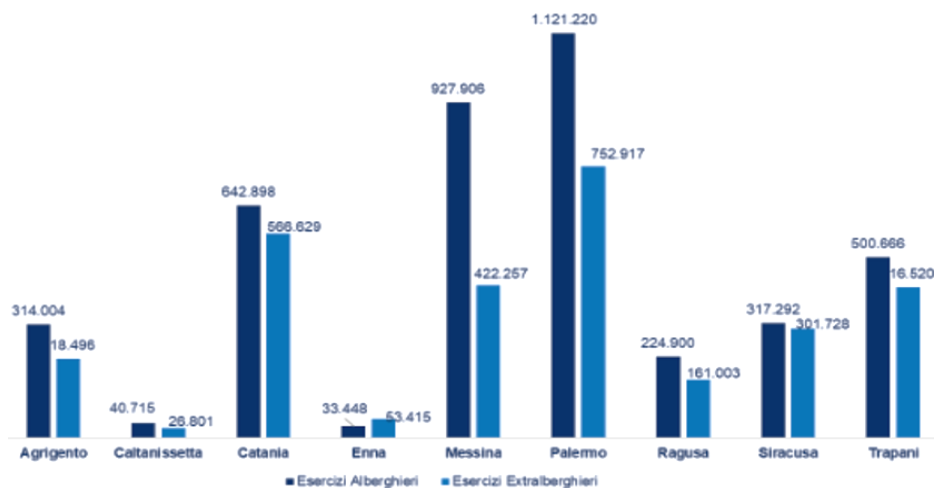
22 milioni di notti nel 2024

Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio turistico della Regione Sicilia

Il grafico 3.1 illustra la distribuzione provinciale degli arrivi in Sicilia nell'anno 2024. Appare interessante evidenziare come, nonostante il comparto extralberghiero rappresenti oltre il 70% dei posti letto, è il settore alberghiero a registrare il maggior numero di arrivi fatta eccezione per la provincia di Enna.

Grafico 3.1: Distribuzione provinciale degli arrivi in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024

Più turisti negli alberghi in tutte le province



Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio turistico della Regione Sicilia

Nel corso del 2024, la Sicilia ha registrato complessivamente 7.042.815 arrivi e 22.421.280 presenze, con una permanenza media di 3,2 notti.

Gli esercizi alberghieri hanno totalizzato 4,1 milioni di arrivi e 12,6 milioni di presenze, con una permanenza media di 3,1 notti, confermandosi una componente stabile e strutturata del sistema ricettivo.

3 milioni di turisti nel comparto extra alberghiero

Parallelamente, gli esercizi extralberghieri hanno registrato 2,9 milioni di arrivi e 9,8 milioni di presenze, con una permanenza media di 3,4 notti.

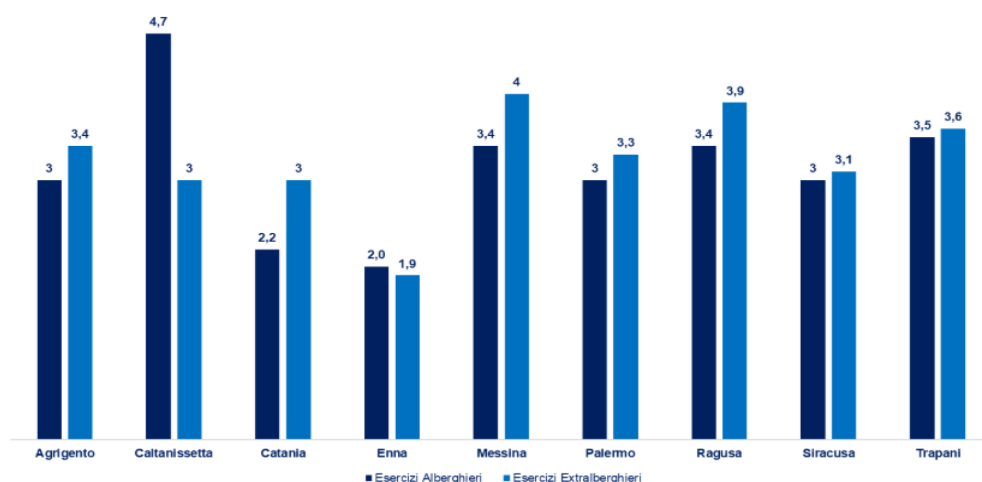
Ciò evidenzia la crescente importanza di questo comparto nel territorio. La Sicilia dispone di una rete ricettiva ampia e diversificata, capace di rispondere a diverse tipologie di domanda turistica.

Le performance delle province costiere e metropolitane testimoniano una forte attrattività consolidata, mentre le province interne rappresentano una potenziale area di sviluppo su cui investire, soprattutto in ottica di valorizzazione dei borghi e delle aree naturali.

Il grafico 3.2, restituisce la ripartizione, nelle strutture extra alberghiere e alberghiere della permanenza media nelle province siciliane, mettendo in risalto una durata media di soggiorno generalmente più lunga nelle prime rispetto alle seconde, ad eccezione delle province di Enna e Caltanissetta, dove si osserva la tendenza opposta.

Strutture extra alberghiere con maggiore permanenza media in tutte le province

Grafico 3.2: Distribuzione provinciale della permanenza media in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024



Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio turistico della regione Sicilia

In tabella 3.4 sono stati elencati i comuni siciliani che, nelle strutture extralberghiere, registrano un numero di presenze superiore a 50.000. Possiamo affermare che non vi è una distribuzione omogenea dei flussi turistici in quanto la maggior parte delle presenze viene registrata in 20 comuni su un totale di 391. Con un picco nella città di Palermo, seguita da Catania e San Vito Lo Capo.

Tabella 3.4: Comuni che, nel 2024, hanno registrato più di 50.000 presenze

**Extralberghiero:
domanda
concentrata
in 20 comuni
con oltre 50.000
notti vedute**

Provincia	Comune	Numero di notti
Agrigento	Agrigento	100.721
	Porto Empedocle	80.746
	Lampedusa e Linosa	79.173
	Sciacca	64.821
Catania	Catania	339.690
Messina	Taormina	165.598
	Giardini Naxos	84.978
	Messina	84.625
	Gioiosa Marea	79.509
	Lipari	65.940
Palermo	Palermo	538.919
	Cefalù	159.449
Ragusa	Ragusa	160.640
Siracusa	Siracusa	249.060
	Noto	116.949
Trapani	San Vito Lo Capo	285.601
	Castellammare del Golfo	84.539
	Favignana	80.604
	Marsala	70.812
	Trapani	95.116

Fonte: elaborazioni OTIE su dati dell'Osservatorio turistico della Regione Sicilia

4. Sicilia e le altre isole: Corsica, Creta, Maiorca e Sardegna

In questo paragrafo viene fatto un confronto tra la Sicilia e le grandi isole del Mediterraneo, di Francia, Spagna e Grecia.

In particolare, vengono confrontate (tabella 4.1) il numero di strutture alberghiere ed extralberghiere e i rispettivi posti letto nelle isole della Corsica, di Creta, di Maiorca, di Sardegna e Sicilia.

Le isole italiane e Creta mostrano un numero altissimo di strutture extralberghiere. La Sicilia è al primo posto con quasi 47.000, seguita da Sardegna (38.469) e Creta (34.232). Questo indica un'offerta ricettiva estremamente forte, con molte piccole unità (B&B, case vacanza) gestite spesso da privati.

**Capacità
ricettiva
extralberghiera
dominante in
tutte le isole**

Tabella 4.1: Numero di strutture alberghiere, extra alberghiere e posti letto, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024

Isola	N° Strutture Alberghiere	N° Strutture Extra alberghiere	Posti letto strutture alberghiere	Posti letto strutture extra alberghiere
Corsica	479	530	29.834	116.120
Creta	1.643	34.232	196.877	163.816
Maiorca	696	17.997	180.108	231.778
Sardegna	1.056	38.469	114.586	274.257
Sicilia	1.342	46.925	125.246	298.222

Fonte: elaborazioni OTIE su dati INSEE, INSETE, Governo de les Illes Balears, Osservatorio turistico della regione Sardegna, Osservatorio turistico della regione Sicilia

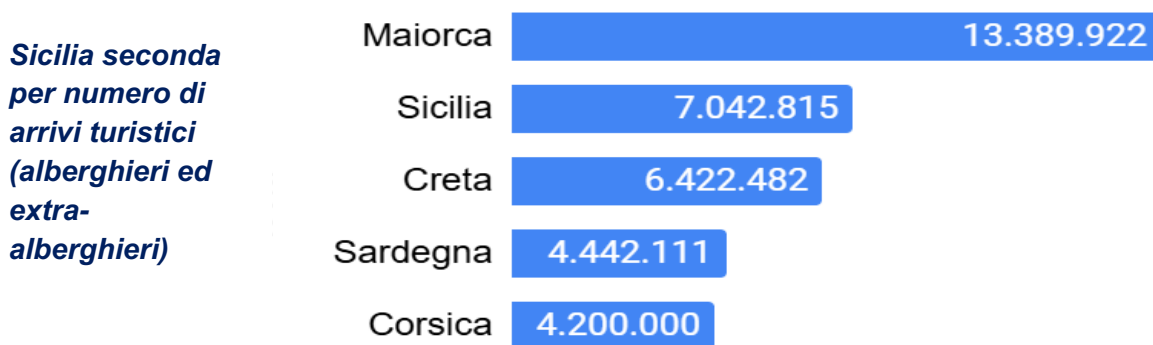
Creta ha il maggior numero di strutture alberghiere (1.643), seguita dalla Sicilia (1.342) e dalla Sardegna (1.056). Questo suggerisce una base alberghiera tradizionale, comunque, solida in queste isole.

La capacità extralberghiera in termini di posti letto è dominante ovunque, ma con un picco marcato in Sicilia (298.222 posti letto) e Sardegna (274.257 posti letto). Questo conferma l'enorme ruolo dell'ospitalità privata nelle isole italiane.

Da un confronto dei dati relativi agli arrivi, sulle isole oggetto della ricerca, nel 2024 (vedi grafico 4.1) Maiorca, nonostante sia l'isola più piccola del gruppo e abbia la costa più breve, ha registrato il volume di arrivi più alto.

Sicilia e Sardegna, le isole più grandi in assoluto, hanno rilevato un volume di arrivi significativo, ma la loro densità turistica è inferiore rispetto a Maiorca o Creta; la Sicilia ha ancora un enorme potenziale di crescita e margini per distribuire i flussi lontano dalle aree costiere più note. L'ampia superficie e il lungo litorale permettono un turismo diffuso, che può favorire la strategia di valorizzazione dell'entroterra.

Grafico 4.1: Numero di Arrivi, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024



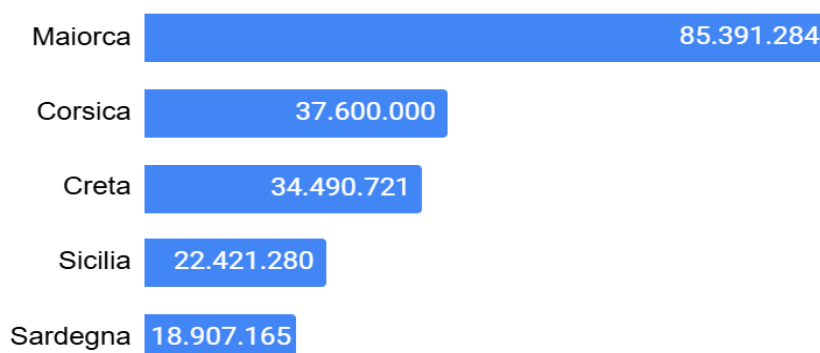
Fonte Elaborazioni OTIE su dati INSEE, INSETE, Governo de les Illes Balears, Osservatorio turistico della regione Sardegna, Osservatorio turistico della Regione Sicilia

Il Grafico 4.2 illustra il numero di presenze nelle isole oggetto di studio. Maiorca si posiziona al primo posto, con oltre 85 milioni di presenze, distanziandosi di molto da tutte le altre isole. Possiamo affermare che è la destinazione turistica in assoluto più popolare, in termini di volume di visitatori.

Corsica e Creta occupano una posizione intermedia, molto distanti da Maiorca, ma significativamente più popolari rispetto alle due isole italiane - la Sicilia (22 milioni) è leggermente sopra la Sardegna (18 milioni).

Grafico 4.2: Presenze, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024

**Isola di Maiorca
la Best in class
tra le isole**



Fonte: elaborazioni OTIE su dati INSEE, INSETE, Governo de les Illes Balears, Osservatorio turistico della regione Sardegna, Osservatorio turistico della regione Sicilia

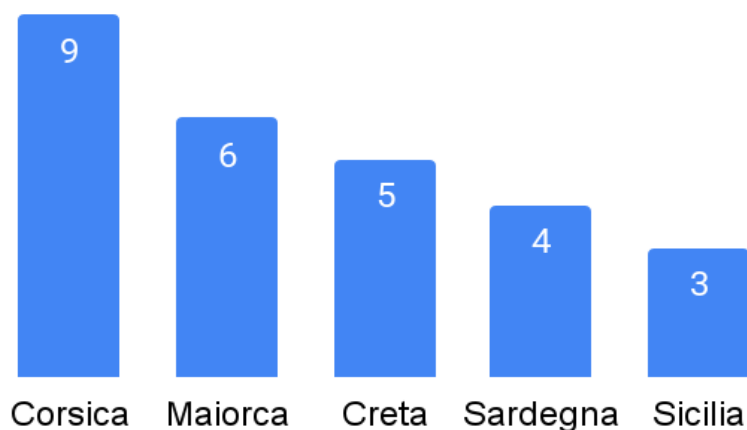
**Le isole con più
notti vendute
hanno maggiore
permanenza
media**

Il dato sulla permanenza media (4.3), nelle cinque isole, mostra che la Corsica ha la permanenza media più alta (9 giorni), ciò suggerisce che i visitatori che scelgono la Corsica tendono a fare soggiorni più lunghi, forse associati a un turismo più esplorativo.

L'isola di Maiorca (6 giorni) e di Creta (5 giorni) si collocano al secondo e terzo posto. Nonostante il massiccio volume di presenze, i soggiorni a Maiorca sono significativamente più brevi che in Corsica. La Sicilia ha il soggiorno medio più breve, di appena 3 giorni. Questo è un dato critico, aumentare la permanenza media è fondamentale.

Grafico 4.3: *Permanenza Media, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024*

Sicilia l'isola con permanenza media più bassa



Fonte: elaborazioni OTIE su dati INSEE, INSETE, Governo de les Illes Balears, Osservatorio turistico della regione Sardegna, Osservatorio turistico della Regione Sicilia

Affitti brevi a confronto: Sicilia e Maiorca su Airbnb

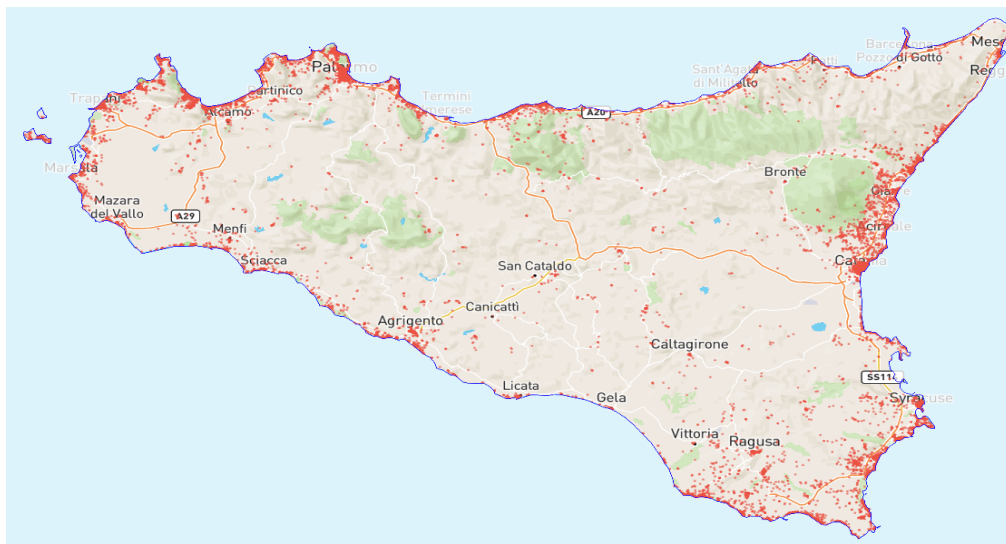
Di seguito, un confronto tra il mercato degli affitti brevi (Airbnb) in Sicilia e Maiorca, due isole con un profilo turistico rilevante ma molto diverse per dimensioni, performance economica e distribuzione dell'offerta. L'analisi si basa sui dati di Inside Airbnb che prendono in considerazione gli ultimi 6 mesi e aggiornati al 21 settembre 2025.

Le mappe di Inside Airbnb (Immagini 4.1 e 4.2) mostrano immediatamente una differenza strutturale tra Sicilia e Maiorca nella distribuzione degli alloggi. In Sicilia la presenza degli affitti brevi risulta fortemente concentrata lungo le aree costiere e nei principali poli turistici (Palermo, Trapani, Siracusa, Catania e Ragusa) mentre l'entroterra appare quasi privo di offerta. Al contrario, a Maiorca i listings sono distribuiti in modo più omogeneo sull'intera isola.

La densità è maggiore nelle zone costiere, ma si osserva comunque una presenza significativa anche nelle località interne.

Immagine 4.1: Distribuzione degli alloggi privati registrati su Airbnb, in Sicilia

In Sicilia la presenza degli affitti brevi si concentra lungo le coste



Fonte: Inside Airbnb data, September 21 2025

Immagine 4.2: Distribuzione degli alloggi privati registrati su Airbnb, a Maiorca

A Maiorca alloggi Airbnb diffusi



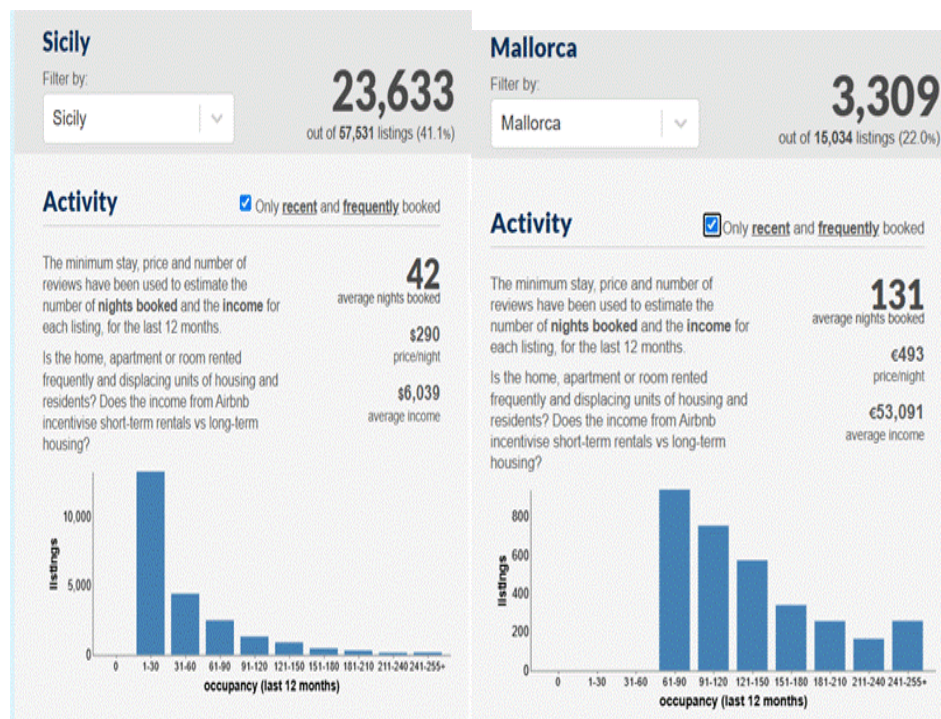
Fonte: Inside Airbnb data, September 21 2025

La disponibilità di alloggi in Sicilia è pari ad oltre sette volte quella di Maiorca

La Sicilia conta oltre 23.600 alloggi disponibili su Airbnb (intere case/appartamenti), mentre Maiorca ne registra poco più di 3.300. La Sicilia ha dunque una disponibilità di alloggi pari a oltre sette volte quella di Maiorca. Una tale ampiezza farebbe presumere un mercato più competitivo e un volume potenziale di prenotazioni molto elevato. Tuttavia, quando si analizzano indicatori legati alla performance economica, l'evidenza è opposta.

Immagine 4.3: Confronto tra i prezzi degli interi appartamenti in Sicilia e Maiorca

Sicilia e Maiorca: Elevate differenze tra Redditività e numero medio di notti vendute



Fonte: Inside Airbnb data, September 21 2025

5. I network di prodotto nelle maggiori Isole Europee

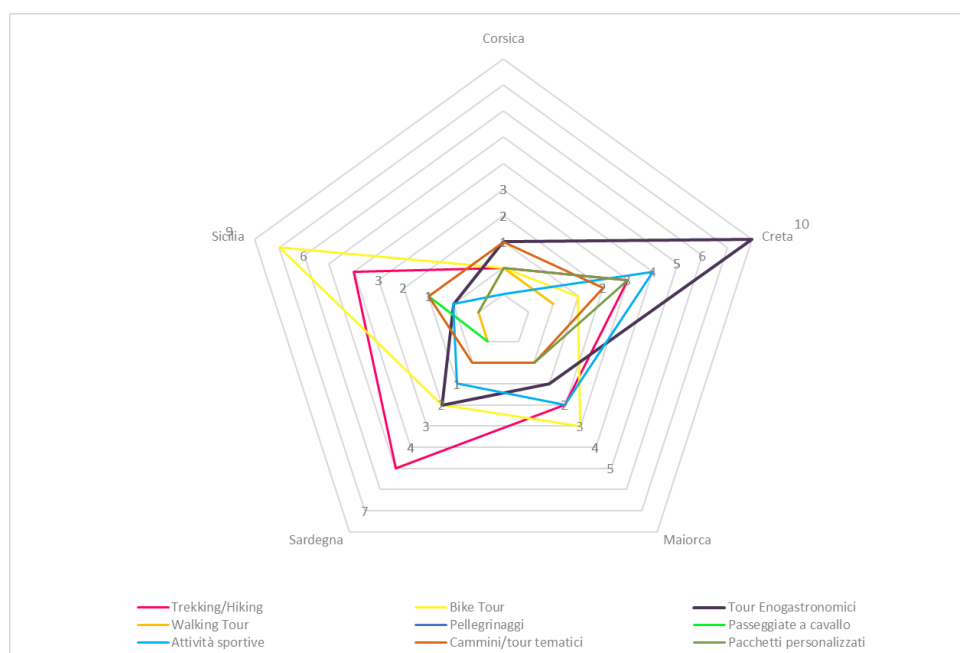
L'indagine pilota sull'entità dei network di prodotto nelle isole

L'indagine pilota mira a comprendere l'entità del network di prodotto presente in alcune delle principali isole del Mediterraneo, attraverso la somministrazione di un questionario ad alcuni dei principali operatori turistici che offrono esperienze di turismo lento ed itinerante.

La fase preliminare ha previsto la ricerca di attività che promuovono un turismo lento e responsabile, come: walking tour, pellegrinaggi, tour in bicicletta, trekking, passeggiate a cavallo ed altre.

Le informazioni raccolte sono sintetizzate nel seguente grafico 5.1, dal quale emerge che: la maggior parte dell'offerta presente a Creta punta sul turismo enogastronomico; in Sicilia e Sardegna le attività proposte tendono a indirizzarsi su percorsi in bici, a cavallo e trekking, mentre Corsica e Maiorca offrono pacchetti più diversificati.

Grafico 5.1 Principali attività svolte dai Tour Operator sulle isole



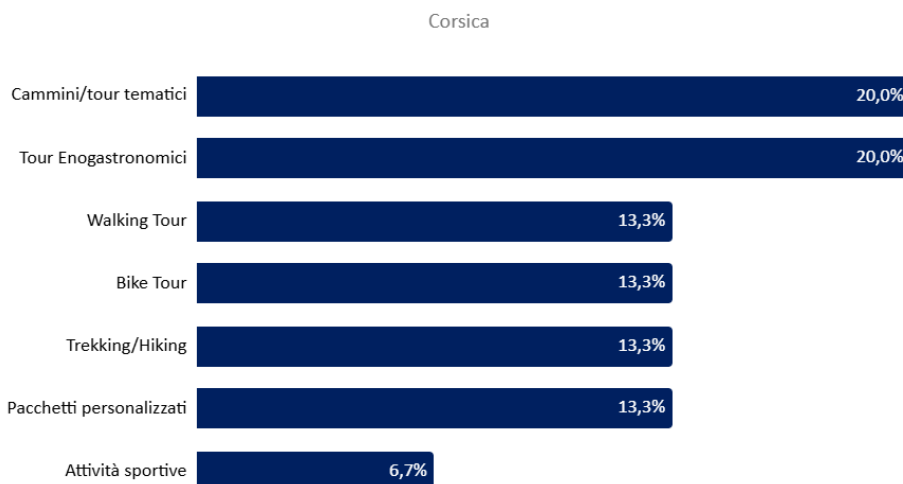
Fonte: elaborazione su dati OTIE

Lo studio indaga: la tipologia di esperienze offerte, la durata, il costo, la quantità di comuni coinvolti, in che misura interessano le aree interne e quanti stakeholder sono attivi. Circa 70 operatori turistici sono stati interessati dall'indagine.

Il grafico 5.2 che segue contiene nel dettaglio i dati sulla Corsica; gli operatori turistici puntano maggiormente sull'offerta di tour enogastronomici, cammini e tour tematici seguiti da pacchetti personalizzati, walking tour, passeggiate in bicicletta e trekking. Le altre attività sportive non sono particolarmente proposte, ma in generale l'offerta è ben bilanciata.

Grafico 5.2: Offerta pacchetti Corsica

Tipologia di esperienze offerte in Corsica

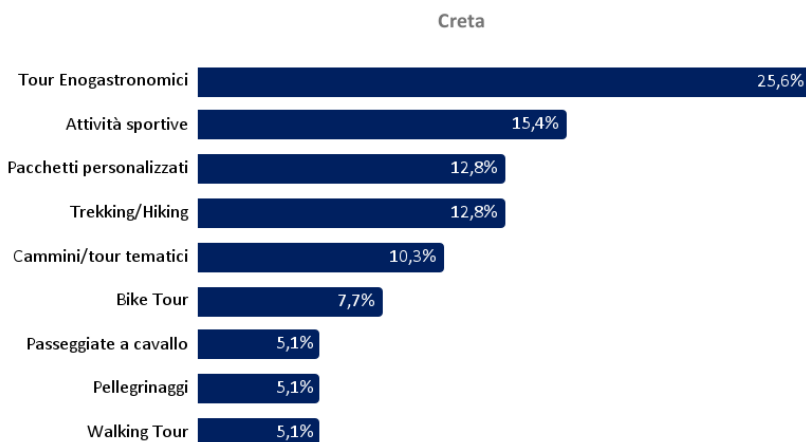


Fonte: elaborazione su dati OTIE

Il grafico 5.3 mostra nello specifico i dati sull'offerta a Creta; spiccano i tour enogastronomici, seguiti dalle attività sportive; le altre categorie, trekking e pacchetti personalizzati, mostrano un buon livello di offerta. Cammini, passeggiate a cavallo e walking tour sono presenti ma non costituiscono il core dei pacchetti, come lo sono invece le attività legate al food.

Grafico 5.3: Offerta pacchetti Creta

Tipologia di esperienze offerte a Creta



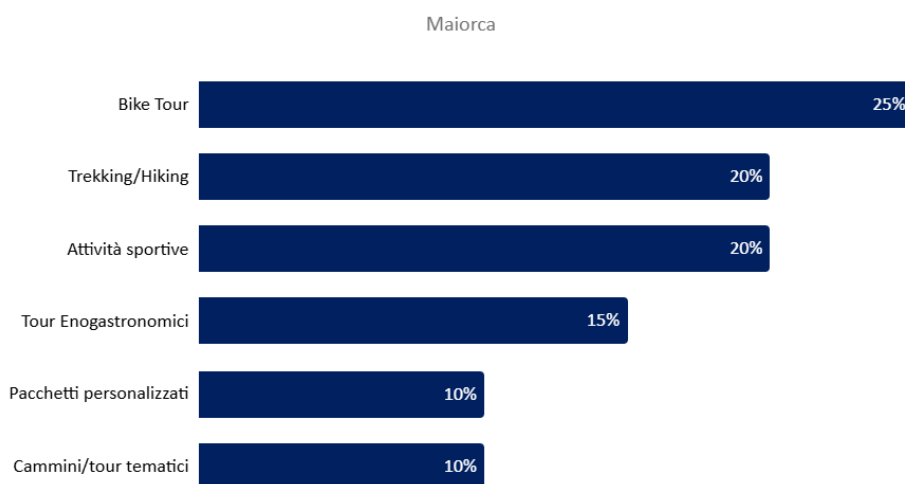
Fonte: elaborazione su dati OTIE

I dati su Maiorca, illustrati nel grafico 5.4, indicano una distribuzione più equilibrata del tipo di offerta. I tour con attività sportive e legate alla natura sono la maggioranza.

I bike tour sono quelli che in assoluto predominano; i prodotti di escursionismo sono un grande punto di forza degli operatori. L'offerta di pacchetti personalizzati risulta contenuta.

Grafici 5.4: Offerta pacchetti Maiorca

Tipologia di esperienze offerte a Maiorca

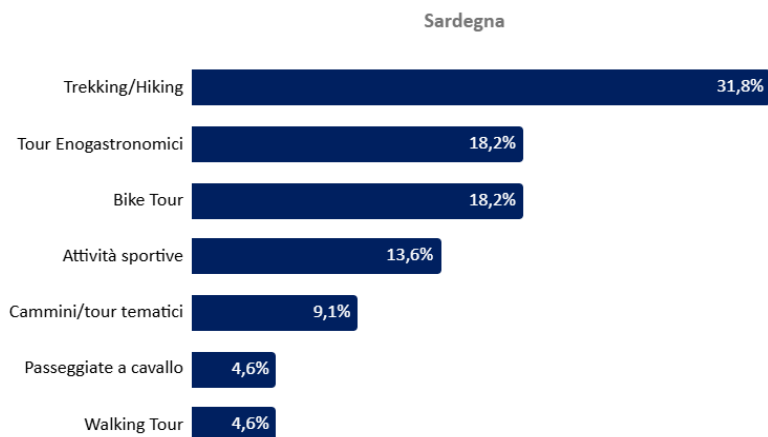


Fonte: elaborazione su dati OTIE

In Sardegna (grafico 5.5) le principali attività proposte sono quelle di hiking/trekking, seguono i tour in bici e i tour enogastronomici. Assente l'offerta di prodotti personalizzati sui siti degli operatori presi in esame.

Grafico 5.5: Offerta pacchetti Sardegna

Tipologia di esperienze offerte in Sardegna

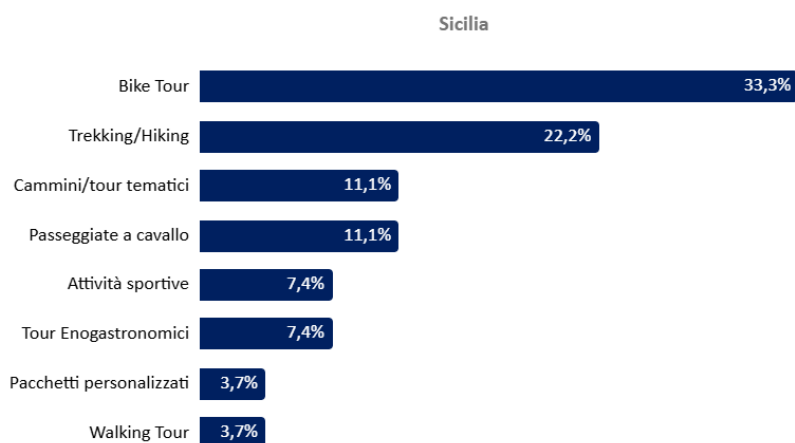


Fonte: elaborazione su dati OTIE

Nel grafico 5.6, la sintesi dei dati raccolti sulla Sicilia, i tour in bici sono predominanti. Abbondante anche l'offerta di trekking/hiking, mentre scarseggiano pacchetti integrati di più giorni legati all'enogastronomia, nonostante il potenziale dell'isola e la possibilità di pacchetti personalizzati

Grafico 5.6: Offerta pacchetti Sicilia

Tipologia di esperienze offerte in Sicilia



Fonte: elaborazione su dati OTIE

La Tabella 5.1 offre una panoramica comparativa delle attività proposte dagli intervistati, evidenziando le differenze in termini di offerta, collaborazioni locali e copertura territoriale.

Tabella 5.1: Attività offerte e reti di collaborazione

Attività proposte dagli intervistati a confronto

Isola	Tour Operator	Attività offerte	N° di collaboratori locali	N° di località comprese negli itinerari
Corsica	Corseo-Voyages	Tailor-made trip	60	7
Creta	Staori Ecotours	Hiking/Trekking - Walking tours - Boat tours - Cultural tours - Enogastronomic tours	40	15
Maiorca	The Ventourist	Hiking/Trekking - Bike Tours	15	4-8
Sicilia	Sicilying	Hiking/Trekking - Walking tours - Boat tours - Cultural tours - Enogastronomic tours - Horse ride - Off-road tours	150	9
	Jonas	Hiking/Trekking - Boat Tours	20	3-4
	Sicily Divide	Bike Tours	150	150
Sardegna	B-Action	Bike Tours	4	5

Fonte: elaborazione su dati OTIE

La Corsica ha un'offerta di tipo tailor-made, che risponde alle esigenze specifiche dei visitatori; l'operatore intervistato afferma di poter contare su una rete di 60 collaboratori locali, comprendendo nei suoi itinerari 7 località; Staori EcoTours a Creta propone una gamma diversificata di tour che includono hiking, walking tour, escursioni in barca, tour culturali ed enogastronomici. L'operatore è sostenuto da una rete di 40 collaboratori locali, coinvolgendo 15 territori.

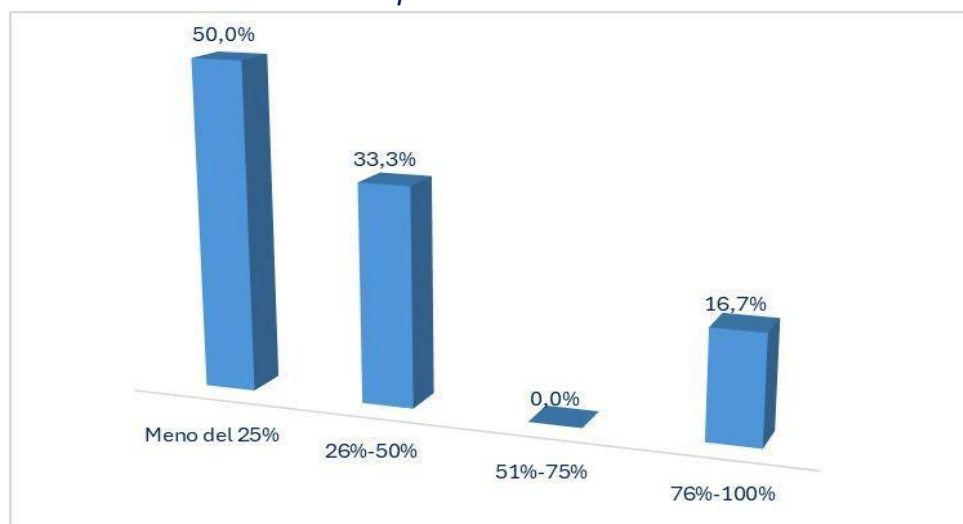
A Maiorca, Ventatourist si concentra su hiking e bike tours con itinerari che interessano dai 4 ai 8 comuni ed ha un network di collaboratori più contenuto, circa 15.

Sicilia: casi positivi di network

I dati raccolti per gli operatori siciliani sono più numerosi e ciò ci permette di avere una panoramica più ampia dell'offerta; i prodotti proposti integrano: trekking, walking tours, tour in bicicletta, tour culturali, tour enogastronomici e passeggiate a cavallo. La rete, tra quelle analizzate, appare capillare. Due operatori su tre collaborano con circa 150 stakeholders coinvolgendo anche i territori dell'entroterra, con una percentuale di pacchetti venduti nelle aree interne compresa tra il 26 e il 50%.

B-Action, attivo in Sardegna, propone tour in bicicletta, rimanendo coerente con la vocazione outdoor dell'isola. I partner dell'operatore intervistato sono 4 e gli itinerari toccano 5 comuni.

Grafico 5.7: Percentuale di pacchetti venduti nelle aree interne



Fonte: elaborazione dati OTIE

Dalle interviste è emerso che le vendite di pacchetti che hanno ad oggetto le aree interne risultano limitate (vedi Grafico 5.2), circa il 50% degli operatori dichiara infatti di vendere meno del 25% dei propri prodotti in queste zone, segnalando una concentrazione dell'offerta lungo le aree costiere.

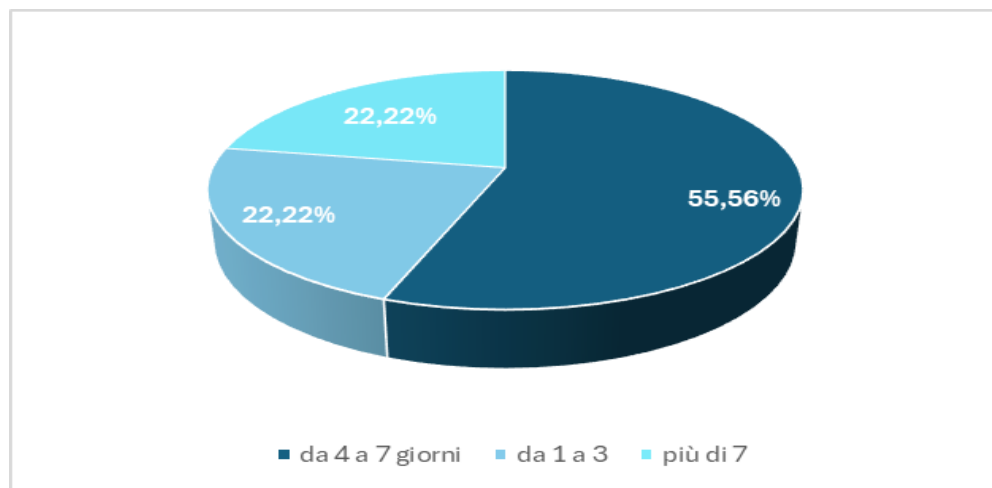
Una quota più ridotta, pari al 16%, afferma invece di commercializzare tra il 76% e il 100% dei pacchetti nelle aree rurali, dimostrando una forte specializzazione in questo segmento.

Limitata la vendita dei pacchetti che hanno ad oggetto le aree interne

Il restante 33% circa indica una presenza intermedia, con una quota di pacchetti venduti nell'entroterra compresa tra il 26% e il 50%, evidenziando un interesse crescente ma ancora parziale verso queste destinazioni.

Il grafico 5.8 mostra che la maggioranza dei pacchetti venduti si attesta sulla durata di 4-7 giorni; i tour con una durata superiore alle 7 notti sono associati alle vendite in Corsica. Questo dato offre una correlazione con l'analisi generale di mercato, in quanto la Corsica è l'isola che registra la maggiore permanenza media tra le cinque destinazioni del Mediterraneo considerate.

Grafico 5.8: Durata media dei pacchetti venduti dai Tour Operators



Fonte: elaborazione dati OTIE

Tabella 5.2: Dati sui pacchetti venduti nel 2024, dai Tour Operator intervistati

Isola	Tour Operator	Pacchetto venduto	Durata	Prezzo medio in €	N. Pacchetti venduti
Corsica	Corseo-Voyages	Tailor made trip	oltre 7	più di 1.200	più di 80
Creta	Staori Ecotours	Hiking/ Trekking	1 -3	301-600	1-20
		Walking tours	4 - 7		
		Enogastronomy tours	4 - 7		
		Cultural tours	4 - 7		
Maiorca	The Ventourist	Hiking Trekking	4 - 7	più di 1.200	1-20
		Bike Tours			
Sardegna	B-Action	Bike Tours	4 - 7	più di 1.200	1-20
Sicilia	Sicilying	Hiking Trekking	1 - 3	da 301 a 600	più di 80
		Enogastronomy tours			
		Cultural tours			
		Walking tours		meno di 300	1-20
		Horse backride			
	Jonas	Hiking Trekking	4 - 7	601-900	61-80
	Sicily Divide	Bike Tours	4 - 7	901-1.200	più di 80

Sintesi dati sui pacchetti venduti nel 2024 dai tour operator intervistati

Fonte: elaborazione dati OTIE

La tabella 5.2 sintetizza alcuni dati sui pacchetti venduti nel 2024 dai tour operator intervistati.

Corseo Voyages, in Corsica, si posiziona su un segmento premium con pacchetti “tailor-made” di durata superiore alla settimana e prezzo oltre i 1.200 €, rivolgendosi chiaramente a un pubblico alto-spendente e orientato alla personalizzazione.

Staori Ecotours, a Creta, presenta la gamma più diversificata di esperienze (trekking, tour enogastronomici, culturali e walking tours), ma con una domanda limitata (1–20 pacchetti venduti per categoria). Ciò suggerisce una forte sperimentazione di prodotto ma un mercato di nicchia.

I tour operator di Maiorca e Sardegna mostrano una specializzazione più netta, entrambe concentrate su bike e trekking tours di fascia alta (>1.200 €), ma con numeri di vendita ancora contenuti, probabilmente tour su misura o di piccola scala.

Gli operatori attivi in Sicilia (Sicilying, Jonas, Sicily Divide) coprono una vasta gamma di prezzi (da meno di 300 € a oltre 1.200 €) e attività (trekking, bici, enogastronomia, cultura, cavallo); quasi tutte le tipologie di offerta hanno un numero di vendite superiore a 80, fatta eccezione per le passeggiate a cavallo le cui vendite si attestano al di sotto di 20.

I pacchetti più lunghi “più di 7 giorni” si associano quasi sempre a prezzi superiori a 1.200,00 €, evidenziando il legame diretto tra durata e posizionamento economico.

Le offerte brevi (1–3 giorni) hanno prezzi accessibili (sotto 600 €) e possono fungere da gateway experience, cioè esperienze introduttive per fidelizzare il turista.

6. Sintesi dei risultati

Negli ultimi anni il turismo siciliano ha conosciuto una trasformazione profonda, con il comparto extralberghiero che oggi rappresenta il 97% delle strutture ricettive e il 70% dei posti letto disponibili sull'isola. Nel 2024 si contano 46.925 strutture extralberghiere, con una crescita del 28,7% rispetto all'anno precedente, e oltre 298.000 posti letto.

Tuttavia, nonostante questa espansione, la permanenza media dei visitatori in Sicilia si ferma a tre giorni, la più bassa tra le principali isole del Mediterraneo: la Corsica raggiunge quasi nove giorni, Maiorca sei e Creta cinque. Questo dato evidenzia una criticità strategica: la necessità di incentivare soggiorni più lunghi attraverso un'offerta integrata e coerente.

Il confronto internazionale mostra come la Sicilia sia leader per numero di strutture extralberghiere, ma ancora debole nella capacità di trasformare questa frammentazione in un prodotto turistico unitario.

La concentrazione dell'offerta lungo le coste, con punte del 36% di conversione di abitazioni in affitti brevi a San Vito Lo Capo e del 34% a Taormina, lascia l'entroterra in una posizione marginale. Per invertire questa tendenza, le politiche turistiche devono puntare sulla creazione di network di prodotto, reti che connettano operatori, risorse e territori per generare esperienze integrate e riconoscibili sul mercato.

Il network di prodotto non è solo una somma di imprese, ma un sistema relazionale che consente la co-creazione di valore: pacchetti che combinano ospitalità, enogastronomia, cultura e attività outdoor, costruendo un brand territoriale forte e differenziato. In Sicilia, le indagini mostrano che i tour in bicicletta e il trekking sono le attività più proposte, mentre scarseggiano pacchetti enogastronomici strutturati e offerte di più giorni, nonostante il potenziale dell'isola.

La maggioranza dei pacchetti venduti ha una durata di 1-3 giorni e solo una quota ridotta, pari al 16% degli operatori, commercializza oltre il 75% dei propri prodotti nelle aree interne. Questo indica un margine enorme per politiche di destagionalizzazione e di riequilibrio territoriale.

Le Destination Management Company (DMC) assumono in questo scenario un ruolo cruciale: coordinano gli attori locali, aggregano micro e piccole imprese, costruiscono itinerari tematici e sviluppano pacchetti multi-esperienziali di 4-7 giorni, fascia che nelle altre isole si associa a una maggiore permanenza e a un posizionamento competitivo. L'esperienza della Corsica, dove i pacchetti tailor-made superano la settimana e i 1.200 euro di prezzo medio, dimostra che l'integrazione tra offerta e identità territoriale può attrarre segmenti alto-spendenti e generare valore.

Per la Sicilia, accelerare i processi di aggregazione significa investire in governance di rete, digitalizzazione e storytelling, creando piattaforme che favoriscano la collaborazione tra operatori e la visibilità internazionale dei pacchetti. Solo così sarà possibile trasformare la frammentazione attuale in un vantaggio competitivo, distribuendo i flussi turistici oltre le aree costiere e rendendo le zone interne protagoniste di un turismo lento, sostenibile e autentico. In questo modo, l'isola potrà colmare il divario con le destinazioni mediterranee più performanti e consolidare un modello di sviluppo inclusivo e duraturo.

Bibliografia:

Contratto di rete e turismo: la collaborazione aziendale come driver della competitività del settore e del territorio. Un'analisi delle prime esperienze.
M. Del Baldo, 2014

A systematic Literature Review of Social Network Analysis in Tourism Flows.
Pei Yee Tan et al., 2021

Using the Network and MCA on Tourist Attractions. The Case of Aeolian Islands, Italy.
A. Nicolosi et al., 2018

Length of Stay and Sustainability: Evidence from the Schist Villages Network (SVN) in Portugal.
F. Martinez-Roget et al., 2023

Fonte dei dati:

www.caib.es

www.insee.fr

www.atc.corsica

osservatorio.sardegnaturismo.it

www.istat.it

bdsr.ministeroturismo.gov.it

www.bankofgreece.gr

insete.gr

osservatorio-turistico-della-regione-sicilia/movimenti-turistici

insideairbnb.com

Indice tabelle e figure

Tabella 2.1: Distribuzione provinciale del totale delle strutture alberghiere ed extralberghiere in Sicilia, anno 2024.

Grafico 2.1: Distribuzione provinciale delle strutture extra alberghiere in Sicilia, anno 2024.

Grafico 2.2: Distribuzione provinciale delle strutture alberghiere in Sicilia, anno 2024.

Grafico 2.3: Distribuzione provinciale dei posti letto in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024.

Grafico 2.4: Suddivisione dei posti letto in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024.

Tabella 3.1: Tasso di conversione di alloggi privati in strutture ricettive.

Tabella 3.2: I 15 comuni con il maggiore tasso di conversione di alloggi privati in strutture.

Tabella 3.3: Distribuzione provinciale del totale degli arrivi, delle presenze e della permanenza media in Sicilia, anno 2024.

Grafico 3.1: Distribuzione provinciale degli arrivi in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024.

Grafico 3.2: Distribuzione provinciale della permanenza media in Sicilia per tipologia di esercizio, anno 2024

Tabella 3.4: Comuni che, nel 2024, hanno registrato più di 50.000 presenze

Tabella 4.1: Numero di strutture alberghiere, extra alberghiere e dei rispettivi posti letto, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024

Grafico 4.1: Numero di Arrivi, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024

Grafico 4.2: Presenze, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024

Grafico 4.3: Permanenza Media, nelle Isole oggetto di studio, anno 2024

Immagine 4.1: Distribuzione degli alloggi privati registrati su Airbnb, in Sicilia

Immagine 4.2: Distribuzione degli alloggi privati registrati su Airbnb, a Maiorca

Immagine 4.3: Confronto tra i prezzi degli interi appartamenti in Sicilia e Maiorca

Grafico 5.1 Principali attività svolte dai Tour Operator sulle isole

Grafico 5.2: Offerta pacchetti Corsica

Grafico 5.3: Offerta pacchetti Creta

Grafici 5.4: Offerta pacchetti Maiorca

Grafico 5.5: Offerta pacchetti Sardegna

Grafico 5.6: Offerta pacchetti Sicilia

Tabella 5.1: Attività offerte e reti di collaborazione

Grafico 5.7: Percentuale di pacchetti venduti nelle aree interne

Grafico 5.8: Durata media dei pacchetti venduti dai Tour Operators

Tabella 5.2: Dati sui pacchetti venduti nel 2024, dai Tour Operator intervistati