Oltre il campanilismo per far quadrare il compasso

Giuseppe Miccichè – novembre 2026

Premessa. Il compasso non quadra

Un Paese a due redditi

Prima di parlare di Unione dei Comuni, di distretto o di turismo, bisogna partire da un dato che spiega quasi tutto il resto. Secondo l'ISTAT, nel 2024 il reddito disponibile per abitante nel Mezzogiorno è stato di 17,8 mila euro, poco meno del 70% di quello del Centro-Nord (25,9 mila euro). Il PIL per abitante del Centro-Nord è 1,75 volte quello del Mezzogiorno, con una differenza di 18,7 mila euro a testa. Nella classifica regionale del reddito disponibile la Provincia autonoma di Bolzano arriva a 32,7 mila euro e la Lombardia a 28,2 mila; la Sicilia si ferma a 17,4 mila, la Campania a 17,2 e la Calabria a 16,8.

Da questo divario nascono le storture che conosciamo. Un reddito più basso significa meno consumi e quindi imprese più piccole e più fragili; meno gettito locale e quindi servizi più poveri; case che valgono meno e quindi famiglie con meno patrimonio da investire o da dare in garanzia. E significa soprattutto che i giovani migliori partono, portando altrove la formazione che il territorio ha pagato. Il divario non è un incidente: si autoalimenta, perché ogni anno di reddito basso rende più difficile l'anno successivo.

La stessa frattura si legge nei redditi dichiarati al fisco. Nell'anno d'imposta 2024 il reddito medio dichiarato va dai 29.421 euro della Lombardia ai 18.474 della Calabria; tutte le regioni del Mezzogiorno stanno sotto tutte quelle del Centro-Nord, e la Sicilia, con 19.958 euro, è diciassettesima su venti.

Regione	Reddito medio dichiarato 2024 (€ per contribuente)
Lombardia	29.421
Trentino-Alto Adige	27.978
Emilia-Romagna	27.434
Valle d'Aosta	27.157
Lazio	26.895
Piemonte	26.624
Veneto	26.413
Friuli-Venezia Giulia	26.250
Liguria	26.043
Toscana	25.692
Umbria	24.141
Marche	23.970
Abruzzo	21.985
Sardegna	21.329
Campania	20.652
Basilicata	20.077
Sicilia	19.958
Puglia	19.936
Molise	19.889
Calabria	18.474

Fonte: dichiarazioni dei redditi, anno d'imposta 2024 (dati del Ministero dell'Economia e delle Finanze, elaborazione Excellera pubblicata da Money.it il 2 luglio 2026). È il reddito medio per contribuente, non per abitante: misura diversa dal reddito disponibile ISTAT citato sopra, ma che disegna la stessa geografia.

Il teorema del compasso

Perché il divario resiste a decenni di incentivi? La risposta che propongo è un esercizio che chiunque può ripetere con una cartina e un compasso, e che ho chiamato il teorema del compasso nell'articolo «…il compasso non quadra» (miccirosso.it, 26 giugno 2024).

Due imprenditori fanno lo stesso prodotto, con la stessa bravura e lo stesso impegno: Federico a Negrar di Valpolicella, Diego a Campobello di Licata. Si punta il compasso sulla sede di ciascuno e si traccia un cerchio di 300 chilometri di raggio: è il mercato che ognuno può servire in giornata.

Nel cerchio di Federico vivono ben più di 15 milioni di persone: oltre 30 milioni contando solo l'Italia (la Lombardia, il Veneto, l'Emilia-Romagna, il Piemonte, la Toscana e mezzo Nord), senza considerare la Svizzera, l'Austria e la Slovenia. Nel cerchio di Diego ne vivono circa 6 milioni, quasi tutti in Sicilia e in Calabria. Il mercato di Diego è circa un quinto di quello di Federico. E non è solo più piccolo: è più povero, perché dentro il cerchio di Diego il reddito per abitante è quello che abbiamo appena visto.

Diego, poi, paga di più per partire. A Campobello l'acqua va stoccata e in buona parte comprata da privati, con le analisi a carico dell'impresa; la connessione ultraveloce manca; le strade sono inadeguate e i trasporti costano di più.

Il teorema. A parità di prodotto e di capacità, chi nasce nel cerchio sbagliato parte svantaggiato per la sola posizione: ha meno clienti, con meno potere d'acquisto, e servirli gli costa di più. Nessun incentivo di breve periodo colma questo divario, perché la ricchezza è funzione diretta del reddito. Se il reddito dentro il cerchio non cresce, non cresce nemmeno la ricchezza del territorio: le case si svalutano, i beni culturali non rendono, le imprese restano piccole e i ragazzi si spostano nei cerchi più ricchi.

Per questo, in quell'articolo, proponevo misure di almeno vent'anni, individuate, regolate e sorvegliate dall'Unione europea, per i cittadini che si trasferiscono nelle zone depresse e per le imprese che vi aprono nuove sedi: una detassazione parziale ventennale e

agevolazioni su assicurazioni, tributi regionali e IMU. Siamo tutti sotto lo stesso ombrello, scrivevo, ma qualcuno prende acqua.

Il residuo fiscale: chi tira e chi è tirato

Il divario di reddito ha una conseguenza diretta sui conti pubblici. Il residuo fiscale di una regione è la differenza tra la spesa pubblica che riceve e le entrate (tributi e contributi) che i suoi residenti versano. Se è negativo, la regione dà più di quanto riceve e finanzia il resto del Paese; se è positivo, riceve più di quanto dà.

Uno studio recente che ricostruisce la serie per tutte le regioni (Università di Ferrara, dicembre 2025, su dati dei Conti Pubblici Territoriali dal 2000 al 2021) mostra la stessa geografia del reddito. In media sul periodo, Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Toscana e Piemonte sono le maggiori contributrici nette; tutte le regioni del Mezzogiorno ricevono. Nel 2021 il residuo della Lombardia è stato di -52,5 miliardi di euro, quello della Sicilia di +16,9 miliardi.

Regione	Residuo fiscale pro capite, media 2000-2021 (€)	Residuo fiscale totale 2021 (mld €)
Lombardia	-4.653	-52,5
Emilia-Romagna	-3.718	-17,2
Veneto	-3.261	-14,8
Toscana	-1.831	-6,8
Piemonte	-1.740	-8,0
Marche	-984	-0,2
Liguria	-426	-0,2
Umbria	-27	0,0
Lazio	+395	+15,5
Abruzzo	+600	+2,5
Friuli-Venezia Giulia	+855	+1,0
Campania	+1.102	+9,6
Puglia	+1.185	+8,6

Regione	Residuo fiscale pro capite, media 2000-2021 (€)	Residuo fiscale totale 2021 (mld €)
P.A. Bolzano	+1.362	+2,2
P.A. Trento	+1.572	+2,1
Valle d'Aosta	+1.579	+1,2
Basilicata	+1.828	+1,3
Sicilia	+2.012	+16,9
Molise	+2.092	+0,9
Sardegna	+2.301	+6,6
Calabria	+2.485	+6,4

Fonte: L. Loiacono, L. Rizzo, R. Secomandi, «Residui fiscali regionali: aspetti metodologici e applicazione alle regioni italiane dal 2000 al 2021», Quaderni DEM 4/2025, Università di Ferrara. Valori deflazionati (base 2010); segno negativo = la regione versa più di quanto riceve. I risultati cambiano con il metodo di attribuzione territoriale di entrate e spese: con il criterio della Banca d'Italia, rielaborato dalla CGIA per il 2019, ogni lombardo ha versato al resto del Paese 5.090 euro, ogni emiliano 2.811 e ogni veneto 2.680, mentre la Sicilia ha ricevuto 2.989 euro per abitante e la Calabria 3.085. Gli ordini di grandezza e la geografia non cambiano.

Il residuo non è una colpa né un merito. È la fotografia del teorema del compasso tradotta in conti pubblici: dove il reddito è alto si versa molto, dove è basso si riceve. Ed è anche la ragione per cui il tema interessa il Nord quanto il Sud. Finché il Mezzogiorno resta nel cerchio povero, il Centro-Nord deve trainarlo con trasferimenti che non finiscono mai.

Investire per invertire. Se lo Stato o l'Unione europea investono in un territorio con manovre fiscali mirate (meno tasse per chi produce e per chi si trasferisce, servizi che abbassano i costi delle imprese), nei primi anni la spesa pubblica in quella regione cresce. Ma se l'investimento fa crescere il reddito, cresce anche il gettito che il territorio versa, e cala il bisogno di trasferimenti: il residuo si riduce e, nel tempo, può invertirsi. Le regioni

che oggi sono trainate diventerebbero regioni che trainano: non un costo permanente per il resto del Paese, ma un secondo motore della sua crescita.

Le premesse di una manovra territoriale

Da qui discendono le premesse di questa relazione:

- **Il problema è il reddito.** Le storture del Mezzogiorno (imprese piccole, servizi poveri, emigrazione dei giovani) sono conseguenze del reddito basso, non cause.
- **Il compasso spiega perché il mercato da solo non basta.** Chi sta nel cerchio povero ha un mercato di prossimità più piccolo e più povero e costi più alti: senza un intervento la distanza non si chiude.
- **Investire nel Sud conviene anche al Nord.** Un territorio che alza il proprio reddito riduce il proprio residuo fiscale e smette di essere trainato.
- **La manovra deve essere territoriale.** Le misure funzionano se si applicano a un territorio definito, con un progetto, un soggetto che lo guida e un orizzonte di vent'anni. Un comune da solo è troppo piccolo per esserlo; sette comuni con un'identità comune lo sono.

La proposta che segue è questa: costruire, tra Campobello di Licata, Canicattì, Licata, Naro, Palma di Montechiaro, Ravanusa e Sommatino, un territorio capace di allargare il proprio cerchio, portando dentro reddito prodotto altrove con il turismo e i prodotti, e di alzare il reddito di chi ci abita. E, nello stesso tempo, di presentarsi pronto quando lo Stato o l'Unione europea vorranno sperimentare una manovra territoriale per il Mezzogiorno o finalmente utilizzare la Politica per fare Politica Economica e dare un senso al termine Programmazione.

1. La tesi

Sette comuni uniti da storia, cultura ed economia possono fare insieme ciò che nessuno di loro riesce a fare da solo: darsi una linea comune, promuoverla e trasformarla in reddito. È questa la proposta per Campobello di Licata, Canicattì, Ravanusa, Naro, Sommatino, Palma di Montechiaro e Licata.

La relazione ha due fuochi.

- **Le azioni comuni.** Un nome, un calendario, un'offerta e una promozione unici per un territorio che condivide il feudo e il *Gattopardo*, lo zolfo, l'uva, la tavola, le feste patronali e l'arte di Silvio Benedetto.
- **Il reddito che trattiene i giovani.** Più visitatori e prodotti venduti meglio significano imprese e lavoro qualificato. È il solo modo per fermare l'emorragia di ragazzi, soprattutto laureati, che oggi lasciano questi paesi.

La gestione associata degli uffici e dei servizi, di cui molto si discute quando si parla di Unione dei Comuni, qui è un mezzo e non il fine. Rende i comuni più efficienti, ma non basta a dare a un ragazzo una ragione per restare. Quella ragione la danno il lavoro e il reddito. Per questo il motore sono le imprese: la rete nasce come partenariato pubblico-privato, con le aziende del territorio al centro e non in platea.

Oltre l'Unione dei Comuni: una consapevolezza di territorio

La proposta non si esaurisce nell'Unione dei Comuni, intesa come semplice accordo tra enti per gestire insieme uffici e servizi. L'Unione è lo strumento giuridico. Il fine è più ampio: che chi abita a Campobello, a Canicattì, a Licata, a Naro, a Palma, a Ravanusa e a Sommatino si riconosca parte di un unico territorio, con una storia, una cultura e un'economia comuni. È questa la **consapevolezza di territorio**.

Una consapevolezza di territorio cambia il modo in cui si decide e si agisce. Il sindaco non si chiede più soltanto cosa conviene al proprio paese, ma cosa conviene al territorio. L'impresa vende l'uva, il vino, una notte d'albergo con il nome del territorio, non solo con quello del comune. Il ragazzo che conosce il Parco della Divina Commedia, il Palazzo Ducale di Palma e la miniera Trabia Tallarita ha una ragione in più per restare e, se parte, un racconto da portare con sé.

Senza questa consapevolezza l'Unione resta un ente sulla carta, come molte delle Unioni siciliane; con essa, gli strumenti giuridici e i finanziamenti trovano un progetto da servire.

Per questo la relazione dedica spazio ai cittadini e alla scuola, a partire dalla primaria, prima ancora che agli uffici e ai bandi.

È un'operazione a vent'anni, non a breve termine. Chi la avvia oggi lavora per il reddito, per il benessere e per la dignità della generazione che oggi sta decidendo se restare o partire.

2. Un territorio unito da storia, cultura ed economia

Il filo che lega i sette comuni è la Sicilia del feudo: la terra dei baroni che fondarono i paesi, dei contadini e degli zolfatari che li abitarono, dei vigneti e dei frutteti che oggi ne disegnano il paesaggio. È la Sicilia del *Gattopardo*, e nessun altro territorio la possiede tutta insieme in trenta chilometri.

I sette comuni contano insieme oltre 120 mila abitanti, più del doppio della città di Agrigento, e vanno dal mare di Licata e di Palma di Montechiaro alla valle del Salso a Sommatino. Stanno tra due siti UNESCO, la Valle dei Templi e la Villa Romana del Casale, senza essere sulla rotta di nessuno dei due.

Quattro fili, un solo racconto

La storia. Palma di Montechiaro è la città dei Tomasi di Lampedusa, già tappa della Strada degli Scrittori per i luoghi del *Gattopardo*. Naro porta il castello e il barocco di una città regia. Ravanusa custodisce l'area archeologica di Monte Saraceno. Sommatino condivide con Riesi la miniera Trabia Tallarita, il più ricco giacimento di zolfo d'Europa secondo il FAI, oggi sede di un museo. Campobello di Licata è la città d'arte di Silvio Benedetto, con il Parco della Divina Commedia. Licata porta il porto, il Liberty, il castello e la città greca di Finziade. Canicattì è il centro urbano, commerciale e ferroviario.

La terra. I marchi europei disegnano già il distretto meglio dei confini amministrativi. L'Uva da tavola di Canicattì IGP si coltiva tra le province di Agrigento e Caltanissetta. La Pesca di Delia IGP comprende Sommatino, Canicattì, Naro, Ravanusa e Campobello di

Licata. Il Pistacchio di Raffadali DOP include Naro, Campobello, Canicattì, Palma e Ravanusa. A questi si aggiungono i vini e il melone cantalupo di Palma.

Il clima e l'accoglienza. Sole per gran parte dell'anno, inverni miti, il mare a breve distanza dai centri collinari, case e costo della vita molto inferiori alle mete già affermate. Sono gli argomenti che attirano i soggiorni lunghi, i pensionati nordeuropei, i lavoratori da remoto e gli emigrati di ritorno.

La tavola. La cucina è il filo che il visitatore tocca tre volte al giorno, ed è la stessa da Palma a Sommatino: grano duro, mandorla, uva, ortaggi, carne di maiale e di agnello, pesce sulla costa. È una cucina di feudo e di monastero, povera negli ingredienti e ricca nella pasticceria.

La gastronomia come prodotto turistico

Per molti stranieri il cibo è il primo motivo per venire in Italia. Secondo il Rapporto sul turismo enogastronomico 2025 lo è per il 55% di tedeschi, svizzeri e austriaci e per il 54% degli statunitensi. Lo stesso Rapporto colloca la Sicilia tra le regioni più attrattive per i turisti del gusto.

Conta anche per il reddito: secondo la ricerca Garibaldi-SRM «Quando il vino incontra il turismo», una presenza legata all'enogastronomia genera 151,7 euro di valore aggiunto, contro 128,2 di una presenza balneare.

Cosa abbiamo già:

- **Canicattì**: l'uva Italia e le cantine; le paste nuove di mandorla, i biscotti ricci e i quadrelli di mandorla e pistacchio; le stigliole.
- **Palma di Montechiaro**: i dolci di mandorla delle monache benedettine, già segnalati dal portale turistico regionale; il bussato al ragù di maiale, il cuscus di pesce e i cucciddateddi; il melone cantalupo.
- **Campobello di Licata**: la 'mpanata e lu ‘mpurnatu; i vini.

- **Licata**: la cucina di mare, dalle polpette di sarde alla zuppa di pesce; il carciofo e il pomodoro buttiglieddu; e La Madia di Pino Cuttaia, due stelle Michelin, meta di viaggio per gli appassionati.
- **Naro, Ravanusa e Sommatino**: pesche IGP, pistacchio, mandorle, olio e formaggi. Le ricette di casa sono poco documentate e vanno censite.
- **Il *Gattopardo* a tavola**: il timballo di maccheroni del pranzo di Donnafugata è tra le pagine di cucina più celebri della letteratura italiana, e Palma è una delle due città che hanno ispirato la Donnafugata del romanzo.

Cosa fare insieme:

- **Censimento delle ricette e dei produttori** nei sette comuni, con le scuole e le associazioni: è il primo contenuto del portale.
- **Carta dei prodotti e dei piatti del distretto** nei ristoranti aderenti al marchio, sul modello della Carta degli Oli di Salento d'Amare: almeno tre piatti e cinque prodotti locali in ogni menu.
- **Denominazioni comunali (De.Co.)** deliberate in modo coordinato, per dare un nome e una regola alle specialità che non hanno un marchio europeo.
- **Il menu del *Gattopardo***, proposto dai ristoranti di tutti e sette i comuni nelle settimane dell'evento-bandiera.
- **Itinerario del gusto** che unisce cantine, frantoi, pasticcerie, caseifici e aziende dell'uva, con visite prenotabili dal portale.
- **Calendario del gusto**: vendemmia dell'uva, raccolta delle pesche, mandorlo in fiore, dolci di Natale e di Pasqua, al posto di sette sagre scollegate.
- **Formazione**: corsi di cucina del territorio per i ristoratori e per le scuole alberghiere della zona.

Silvio Benedetto e il Parco della Divina Commedia

Campobello di Licata custodisce un'opera unica: l'intera *Divina Commedia* dipinta su 110 monoliti di travertino, lungo un percorso di circa 300 metri in una vecchia cava, che scende nell'Inferno e risale per il Purgatorio fino al Paradiso. È il Parco della Divina

Commedia, o Valle delle Pietre Dipinte, realizzato negli anni Novanta e concluso nel 1999 dal maestro Silvio Benedetto con la collaborazione di Olga Macaluso.

Il parco è il punto d'arrivo di un lavoro cominciato nel 1980, quando il sindaco Calogero Gueli e l'artista italo-argentino avviarono la trasformazione del paese in una galleria a cielo aperto. Ne fanno parte piazza XX Settembre, con la pavimentazione in marmo e granito e la facciata dipinta del municipio; piazza Tien An Men; i murales e le sculture di piazza Martiri di Modena; il «Murale dei 100 bambini»; il grande murale in maiolica ispirato all'*Iliade* sul Centro polivalente. Per queste opere il portale nazionale del turismo presenta Campobello come città d'arte.

Il maestro è scomparso il 16 maggio 2026, a 88 anni. Negli anni il parco ha sofferto incuria e chiusure, e nel 2024 lo stesso Benedetto aveva ripreso i lavori sulle pietre. Al distretto restano un dovere e un'occasione: restaurare il parco, tenerlo aperto e farne uno dei poli d'arte contemporanea dell'Agrigentino.

Cosa proponiamo:

- **Restauro e apertura stabile del parco**, con un partenariato speciale pubblico-privato per la gestione e orari certi tutto l'anno.
- **Un itinerario Silvio Benedetto** segnalato e raccontato, che unisce il parco, le piazze e i murales in una visita di mezza giornata.
- **Catalogo e archivio delle opere**, d'intesa con la famiglia e con le artiste che hanno lavorato con il maestro.
- **Dante tra le pietre**: letture dei canti, teatro e musica nel parco, il Dantedì del 25 marzo, laboratori per le scuole di tutta la Sicilia.
- **Il parco nei circuiti nazionali**: itinerari danteschi, turismo scolastico, parchi letterari e il censimento dei Luoghi del Cuore del FAI, dove il parco è già presente.

Un distretto già vivo

Il distretto non va inventato: va collegato. Nei sette comuni c'è già, oggi, quasi tutto ciò che una destinazione deve offrire. Manca che qualcuno lo metta in fila e lo racconti come una cosa sola.

Ambito	Cosa c'è già
Arte	Il Parco della Divina Commedia e le opere di Silvio Benedetto a Campobello; il castello e il barocco di Naro; Palazzo Ducale, Monastero e Chiesa Madre a Palma; il Liberty e il Teatro Re Grillo a Licata
Archeologia e musei	Monte Saraceno a Ravanusa; la città greca di Finziade, il Museo archeologico della Badia e il Museo del Mare a Licata; il museo della miniera Trabia Tallarita a Sommatino
Storia	Lo sbarco alleato del 10 luglio 1943 sulle spiagge di Licata; la battaglia navale di Capo Ecnomo; l'epopea dello zolfo; i Tomasi di Lampedusa a Palma
Tavola	La Madia di Pino Cuttaia a Licata, due stelle Michelin; tre marchi europei tra uva, pesca e pistacchio; le cantine; la pasticceria di mandorla
Feste e riti	Primavera Narese, erede della prima Sagra del Mandorlo in Fiore, nata a Naro; San Calogero a Naro; Madonna del Castello a Palma; Sant'Angelo a Licata; Settimana Santa a Canicattì e a Licata; Uva Fest a Canicattì; Sagra della Raviola e del Totomè a Ravanusa
Mare	Le spiagge e il porto di Licata; la costa di Palma con il castello di Montechiaro
Voci	Giuseppe Tomasi di Lampedusa, Rosa Balistreri, Silvio Benedetto

Licata cambia la scala del progetto. Porta il mare, il porto e le strutture ricettive, tra cui il Serenusa Village, un villaggio a quattro stelle con 494 camere a circa sette chilometri dal

centro, che da solo pesa molto sulle presenze del comune. Porta anche un ristorante che da solo giustifica una deviazione. L'entroterra porta ciò che la costa non ha: arte, archeologia, vigneti, feste. Insieme fanno una vacanza intera.

Fonti: Regione Siciliana su Licata, Ministero della Cultura su Finziade, Guida Michelin, Primavera Narese, origini del Mandorlo in Fiore.

Le feste patronali: un calendario unico

Le feste patronali sono l'attrattiva più antica del territorio e la sola che non costa nulla inventare. Ogni comune ne ha almeno una, con riti propri e un pubblico fedele. Oggi ciascuna si promuove da sola; messe in calendario diventano una stagione.

Quando	Comune e festa	Cosa la distingue
Domenica dopo Pasqua	Palma di Montechiaro, Madonna del Castello	Pellegrinaggio all'alba, a piedi scalzi, fino al castello sul mare
5 maggio	Licata, Sant'Angelo, patrono	Le corse con l'urna d'argento e i ceri dei mestieri; la festa risale al 1457
13-15 giugno	Ravanusa, San Vito, patrono	Consegna delle chiavi della città al santo e processione con Sant'Antonio
18 giugno	Naro, San Calogero, patrono	I pani votivi a forma delle parti del corpo guarite, la fiera, una settimana di festa
15 agosto	Ravanusa, Maria SS. Assunta	La «festa di mezz'agustu», una settimana intera
Metà agosto	Licata, Sant'Angelo d'estate	Ricordo della liberazione dalla peste del 1625
Seconda metà di agosto	Campobello di Licata, Madonna dell'Aiuto	La Rietina: sfilata di carretti siciliani e cavalli che si tiene dal 1737, con l'asta della «Bannera»
Ultima domenica di agosto	Canicattì, San Diego, protettore	Una settimana di festa; il simulacro in processione su un carretto trainato da un cavallo
8 settembre	Palma di Montechiaro, Maria SS. del Rosario, patrona	Fiera nel centro storico e concerti che hanno richiamato circa diecimila persone
4 dicembre	Sommatino, Santa	La santa dei minatori nel paese dello zolfo

Quando	Comune e festa	Cosa la distingue
	Barbara, patrona	

Fonti: Madonna del Castello, Sant'Angelo a Licata, San Vito a Ravanusa, San Calogero a Naro, Rietina di Campobello, San Diego a Canicattì, Madonna del Rosario a Palma.

Cosa dice il calendario

- **Due picchi.** Metà giugno, con Ravanusa e Naro a tre giorni di distanza, e le tre settimane tra Ferragosto e l'8 settembre, con cinque feste in quattro comuni.
- **Un agosto che è già un itinerario.** Ravanusa, Licata, Campobello, Canicattì e poi Palma: chi resta due settimane può seguirle tutte. È anche il periodo in cui tornano gli emigrati, il primo pubblico del distretto.
- **Un filo comune.** Carretti e cavalli compaiono sia a Campobello sia a Canicattì: la Rietina può diventare un tema del distretto.
- **Mesi vuoti.** Da ottobre a marzo c'è quasi solo Santa Barbara. Lì servono gli eventi del gusto e della cultura: Uva Fest, Natale, Carnevale di Ravanusa, Primavera Narese, Dantedì.

Cosa proponiamo

- **Calendario unico delle feste**, pubblicato entro gennaio sul portale e stampato in un solo pieghevole, in italiano e in inglese.
- **Tavolo delle feste** con parrocchie, confraternite, comitati e pro loco dei sette comuni. Le feste restano delle comunità che le celebrano: il distretto coordina e promuove, non dirige.
- **Serate che non si sovrappongono.** Le date liturgiche non si toccano; concerti, fuochi e sagre collegate si possono distribuire in modo che ad agosto ogni sera ne abbia una.
- **Navette serali** tra i comuni nei giorni di festa, e pacchetti di soggiorno costruiti sulle due settimane di agosto.

- **Servizi in comune**: un solo piano di sicurezza tipo, acquisti condivisi per palchi, luminarie e assistenza sanitaria, un solo ufficio per i permessi.
- **Racconto delle feste**: schede, fotografie e video per ciascuna, e la verifica dei requisiti per l'iscrizione al Registro delle Eredità Immateriali della Regione Siciliana.

Due date vanno confermate con le parrocchie prima di stampare il calendario: la festa del patrono di Campobello di Licata e quella di San Pancrazio, patrono di Canicattì. Sommatino appartiene a un'altra diocesi, e il tavolo deve tenerne conto.

Turismo religioso e turismo delle radici. Feste patronali, santuari e riti religiosi da una parte, comunità di emigrati e loro discendenti dall'altra: due pubblici già legati al territorio, che possono portare visitatori anche fuori dall'estate. I santuari, come quello di San Calogero a Naro, e le feste di primavera e di settembre possono diventare itinerari del distretto; ai discendenti degli emigrati vanno offerti la ricerca delle origini e la visita ai paesi e alle case di famiglia.

Chi porta cosa

Comune	Ruolo nell'offerta comune	Attrattore principale
Palma di Montechiaro	La porta sul mare e sul *Gattopardo*	Palazzo Ducale, Monastero, Chiesa Madre, castello e costa
Naro	La città d'arte	Castello chiaramontano, barocco, santuario di San Calogero
Canicattì	Il centro servizi e la capitale dell'uva	Stazione, commercio, Uva Italia IGP, cantine
Campobello di Licata	La città d'arte di Silvio Benedetto e il vino	Parco della Divina Commedia, piazze e murales del maestro, cantine
Ravanusa	L'archeologia	Monte Saraceno e museo archeologico
Sommatino	La memoria dello zolfo e il fiume	Miniera e museo Trabia Tallarita, valle del Salso
Licata	Il porto, il mare e l'alta cucina	Liberty, Castel Sant'Angelo, Finziade, musei, spiagge, luoghi dello sbarco del 1943, La Madia

I ruoli sono una proposta da validare con ciascun comune: nessuno deve sentirsi periferia degli altri.

L'offerta completa

Messi in fila, i sette comuni coprono ciò che un viaggiatore cerca in quattro o cinque giorni: mare, città d'arte, archeologia, archeologia industriale, arte contemporanea, enogastronomia certificata e letteratura. Quasi nessuno dei sette, da solo, regge più di una giornata di visita.

Il significato prima del nome. Prima di scegliere un nome bisogna decidere che cosa il distretto vuole dire di sé. Il nome deve essere la sintesi di un significato condiviso, non il punto di partenza.

Una chiave di lettura costruita apposta. Invece di adottare uno dei racconti già esistenti, se ne può creare uno nuovo, pensato per tutti e sette i comuni, e lavorare perché ciascuno vi si riconosca. Alcuni esempi:

- «L'Abbraccio, terra d'accoglienza»
- «Terre Antiche, il futuro della tradizione»
- «Slow Land, una terra, uno stile di vita più sano»
- «Il Paniere di Sicilia, terra di raccolti e racconti»

Il nome va scelto con cura e verificato sul piano della registrabilità. Tre ipotesi di lavoro: «Terre del Gattopardo», «Valle del Salso», «Colline dell'Uva d'Oro». Qualunque sia, deve funzionare in inglese e in tedesco e riguardare, come Salento d'Amare, non solo il turismo ma anche prodotti, artigianato e servizi.

3. Le azioni comuni per promuovere il territorio

Promuovere il territorio è la prima azione comune, ma non la sola. Le azioni di questa relazione hanno una regola: ognuna coinvolge tutti e sette i comuni e nessuna può essere fatta da uno solo.

Ciò che ci unisce	Azioni comuni
Storia: il feudo e il Gattopardo, lo zolfo, Finziade, lo sbarco del 1943	Un nome e un racconto unici; un itinerario ad anello segnalato; un biglietto unico per musei, castelli e siti
Cultura: Silvio Benedetto, il barocco, il Liberty, le feste patronali, Rosa Balistreri	Calendario unico delle feste e degli eventi; restauro e rilancio del Parco della Divina Commedia; un evento-bandiera itinerante
Economia: uva, pesche, vino, mandorle, pesce, ristorazione	Marchio per prodotti e imprese; carta dei piatti del distretto; presenza comune alle fiere; itinerario del gusto
Accoglienza: clima, mare, ospitalità	Portale e prenotazione unici; standard di qualità condivisi; navette tra i comuni; formazione comune degli operatori

Il dettaglio è nel capitolo precedente e nelle pagine che seguono, a cominciare dalla promozione.

Non si promuove un territorio: si promuove una ragione per venirci, a un pubblico preciso, con un'offerta che si può già prenotare. Con un bilancio piccolo la pubblicità generica è denaro perso; funzionano pochi pubblici scelti e i canali di chi ha già voce, cioè Regione, DMO, cantine e stampa.

Cosa ha fatto la Puglia

Il piano strategico Puglia365 ha coperto il decennio 2016-2025. La promozione non è stata fatta per località ma per prodotti, cioè enogastronomia, borghi, arte, natura, sport e matrimoni, con l'obiettivo dichiarato di allungare la stagione. Gli strumenti: accordi di co-marketing con compagnie aeree e tour operator, viaggi-stampa, un sistema di canali social, mercati esteri selezionati.

Salento d'Amare, più in piccolo, portava il nome fuori casa: lo sponsor sulla maglia del Lecce, lo stand e le degustazioni a Bergamo il giorno della partita. La lezione comune è la costanza: dieci anni dello stesso messaggio, non una campagna.

A chi parlare

Pubblico	Perché è alla nostra portata	Cosa offrirgli	Dove raggiungerlo
Visitatori della Valle dei Templi	Oltre un milione l'anno, a mezz'ora da noi, con una permanenza media in città di 1,71 notti	«Una notte in più nelle terre del Gattopardo»: cena in cantina, Palma e Naro il giorno dopo	Alberghi e guide di Agrigento, biglietteria online, DMO
Lettori e spettatori del *Gattopardo*	La serie Netflix è uscita il 5 marzo 2025 ed è stata quinta nella classifica mondiale Netflix delle serie non in lingua inglese, tra le dieci più viste in 36 paesi. La Donnafugata del romanzo unisce Palma di Montechiaro e Santa Margherita di Belice	Itinerario dei luoghi veri del romanzo: Palazzo Ducale, Monastero, Chiesa Madre	Stampa di viaggio italiana ed estera, Strada degli Scrittori, librerie
Emigrati e loro discendenti	Il turismo delle radici ha portato in Italia 6,6 milioni di visitatori nel 2024, con 7,4 milioni stimati dal Ministero degli Esteri per il 2026. Ogni nostro comune ha una comunità all'estero	Accoglienza dedicata, ricerca delle origini in anagrafe e in parrocchia, soggiorni in primavera e autunno oltre che ad agosto	Associazioni di emigrati, gemellaggi, piattaforma ministeriale Italea
Appassionati di vino e cibo	Tre marchi europei e cantine che già esportano	Vendemmia dell'uva, degustazioni, cucina, mandorlo e pistacchio	Le cantine stesse, i consorzi, l'itinerario europeo Iter Vitis già nel Distretto
Nord Europa fuori stagione	Clima mite e costi bassi da ottobre a maggio	Soggiorni lunghi in case recuperate dei centri storici	Portali di affitto, stampa specializzata, passaparola degli emigrati
Scuole e gruppi organizzati	Letteratura, archeologia e miniera sono programmi scolastici	Gita di due giorni con laboratori	Istituti scolastici, agenzie di turismo scolastico
Produzioni di cinema e televisione	La Regione cofinanzia le riprese con 15 milioni nel triennio 2025-2027 e nel 2026 ha ammesso 21 produzioni, tenute a spendere nell'isola almeno il 150% del contributo	Un solo ufficio che rilascia permessi per tutti e sette i comuni; catalogo dei luoghi	Sicilia Film Commission

Il primo pubblico è il più importante: è già qui, non va convinto a venire in Sicilia ma solo a fermarsi.

Gli strumenti, in ordine di priorità

1. **Il nome e le immagini.** Marchio, frase-guida e un archivio unico di fotografie e video professionali dei sette comuni, a disposizione di tutti gli aderenti. Senza immagini buone nessun altro strumento funziona.
2. **Il portale con offerte prenotabili.** In italiano, inglese e tedesco. Non una vetrina di monumenti ma pacchetti con prezzo, date e pulsante di prenotazione.
3. **La presenza dove il turista cerca.** Schede aggiornate di ogni sito, museo e struttura sulle mappe e sui portali di recensioni: orari veri, foto, risposte.
4. **L'ufficio stampa e i viaggi per giornalisti e operatori.** Portare qui dieci giornalisti e dieci tour operator l'anno vale più di qualsiasi inserzione.
5. **Le fiere, dentro lo stand della Regione.** BIT, TTG e ITB con la DMO e l'Assessorato, mai con uno stand proprio.
6. **I prodotti come ambasciatori.** Ogni bottiglia e ogni cassetta d'uva che parte porta il marchio e un codice che rimanda al portale. Lo ha fatto una cantina siciliana con un'edizione dedicata alla serie.
7. **I canali social**, con un piano editoriale unico e un solo responsabile, alimentati dagli operatori.
8. **Gli emigrati come rete di ambasciatori**, con un referente per ogni comunità all'estero.
9. **La segnaletica.** Cartelli del distretto agli svincoli della SS 640 e della SS 115: chi passa deve sapere che esiste.

Un calendario in tre stagioni

La promozione serve ad allungare la stagione, quindi si concentra dove oggi non viene nessuno. Una proposta di lavoro: la primavera della Settimana Santa e delle fioriture; la fine dell'estate con la vendemmia dell'uva da tavola; l'autunno e l'inverno della letteratura, dello zolfo e della cucina. L'evento-bandiera va collocato in una di queste finestre, non ad agosto.

Prima chi ci abita

La promozione comincia in casa. Un residente che non sa cosa c'è a dieci chilometri non lo consiglierà a nessuno, e un ristoratore di Canicattì deve saper mandare il cliente a Naro. Giornate di visita reciproca per residenti, scuole e operatori costano poco e costruiscono l'orgoglio che poi si vede nell'accoglienza.

Prima la popolazione, poi la promozione. Prima di costruire e promuovere il distretto serve un lavoro costante sulla popolazione locale, una sorta di campagna elettorale permanente: spiegare il progetto, ascoltare e costruire consenso. Incontri in ogni comune, assemblee pubbliche, un canale sempre aperto alle proposte. Un piano di vent'anni regge solo se chi abita qui lo sente proprio.

Nessuno promuove ciò che non conosce. Molti residenti non hanno mai visitato il castello del paese vicino, e molti ragazzi partono senza aver visto il Parco della Divina Commedia. La consapevolezza non nasce da sola: si costruisce, e comincia a scuola.

A scuola, dai sei anni

Età	Azioni
Scuola primaria (6-10 anni)	Uscite a piedi nel proprio centro storico e una gita l'anno in un altro comune del distretto. Laboratori con nonni e artigiani: il pane, i dolci, il carretto, i mestieri della miniera. Un «quaderno del territorio» che accompagna il bambino per cinque anni. Al Parco della Divina Commedia, Dante raccontato davanti alle pietre
Scuola media (11-13 anni)	Ogni classe adotta un monumento, lo studia e lo presenta ai genitori e ai visitatori. Gemellaggi tra classi dei sette comuni, con una giornata di scambio. Un concorso annuale del distretto per il miglior racconto, video o disegno
Scuola superiore (14-18 anni)	Studenti-guida nelle giornate di apertura dei monumenti, sul modello degli Apprendisti Ciceroni del FAI. Formazione scuola-lavoro in musei, cantine e strutture ricettive. Video e

Età	Azioni
	pagine social del distretto curati dagli studenti. Istituti alberghieri e agrari al lavoro sui prodotti e sui piatti locali
Università e dopo	Tesi di laurea, tirocini e servizio civile nei siti e negli uffici del distretto

Gli strumenti esistono già. La legge 92 del 2019 ha istituito l'educazione civica nel primo e nel secondo ciclo di istruzione; tra i suoi temi, all'articolo 3, c'è l'educazione al rispetto e alla valorizzazione del patrimonio culturale e dei beni pubblici comuni. Il regolamento dell'autonomia scolastica, D.P.R. 275 del 1999, disciplina la definizione dei curricoli da parte delle scuole (articolo 8) e le reti di scuole, che si costituiscono con un accordo (articolo 7). La legge regionale siciliana 9 del 2011 promuove l'insegnamento della storia, della letteratura e del patrimonio linguistico siciliano nelle scuole di ogni ordine e grado.

Cosa serve per partire (esempi non esaustivi):

- **Un accordo di rete tra le scuole** dei sette comuni, con un insegnante referente per istituto.
- **Un kit didattico unico**: schede, mappe e percorsi uguali per tutti, preparati con gli insegnanti.
- **Scuolabus condivisi** per le gite tra i comuni, pagati dal fondo comune.
- **Formazione degli insegnanti**, molti dei quali non sono del posto.
- **Una giornata del distretto**, ogni anno, in cui le classi mostrano il loro lavoro in piazza.

Per gli adulti

- **Porte aperte ai residenti**: una domenica al mese ingresso gratuito e visita guidata, a rotazione nei sette comuni.
- **Turista a casa tua**: una carta del residente con ingresso gratuito o ridotto in tutti i siti del distretto.

- **Ambasciatori del territorio**: brevi corsi per chi incontra il visitatore per primo, come baristi, commercianti, tassisti, benzinai, vigili urbani.
- **La memoria degli anziani**: passeggiate di quartiere con i narratori del paese e un archivio comune di fotografie, racconti e registrazioni.
- **Gli emigrati**: sono i primi ambasciatori fuori dalla Sicilia. Una festa del ritorno in agosto e una lettera annuale li tengono legati al progetto.
- **La cura dei luoghi**: adozione di piazze e aiuole da parte di scuole, associazioni e condomini; giornate di pulizia; premi al decoro.
- **Il racconto nei canali di tutti i giorni**: parrocchie, associazioni, bande, compagnie teatrali, radio e pagine locali.
- **Servizi per chi ci abita:** il distretto deve dare qualcosa anche ai residenti, in servizi, vantaggi e occasioni, dalla carta del residente alla navetta agli eventi. Sono loro i primi ad accogliere e a raccontare il territorio.

Come si misura

Quattro numeri, da pubblicare ogni anno: le classi coinvolte; gli studenti che hanno visitato almeno tre comuni del distretto; i residenti con la carta; i volontari attivi nei siti.

Un bambino che a dieci anni ha visto i sette paesi, a vent'anni sa cosa lascia se parte, e sa cosa raccontare se resta.

Chi paga e come si misura

La promozione sta in capo alla fondazione pubblico-privata ed è finanziata da imposta di soggiorno, quote degli aderenti e bandi. Propongo una regola semplice: per ogni euro pubblico, un euro dei privati. Chi investe del proprio controlla come viene speso.

Nel primo anno il denaro va in contenuti, cioè immagini, portale e offerte, non in inserzioni. Ogni azione ha un numero da verificare: visite e richieste dal portale, prenotazioni, provenienza degli ospiti, presenze nei mesi di bassa stagione.

4. L'obiettivo: più reddito, meno partenze

L'obiettivo non è avere più turisti: è che tra vent'anni chi nasce in questi sette comuni possa scegliere di restarci. Il turismo è il mezzo, il reddito medio è il metro.

Il ragionamento è una catena, e ogni anello va misurato:

- Le azioni comuni portano visitatori e fanno vendere meglio i prodotti.
- Visitatori e prezzi migliori fanno nascere e crescere imprese.
- Le imprese creano lavoro, anche qualificato.
- Il lavoro alza il reddito medio.
- Con un reddito e una prospettiva, i giovani restano e alcuni tornano.

Se un anello non tiene, l'ultimo non arriva. Per questo il turismo da solo non basta e serve lavoro qualificato, come si dice più avanti in questo capitolo.

Da dove partiamo

- **Reddito.** La provincia di Agrigento dichiara in media 18.027 euro per contribuente, contro 25.820 della media nazionale: il 70% (dati MEF, anno d'imposta 2024). È tra le ultime province d'Italia. Canicattì, Licata e Palma di Montechiaro risultano sotto la media provinciale, Palma con il valore più basso tra i dieci comuni maggiori (Tutto Paesi su dati MEF).
- **Produzione.** Per prodotto pro capite Agrigento era ultima in Italia nella rilevazione del Centro Studi Tagliacarne: Milano produce 3,5 volte tanto.
- **Popolazione.** Tra il censimento 2011 e il 1° gennaio 2026 Ravanusa è passata da 12.128 a 10.124 residenti e Sommatino da 7.267 a 6.220 (ISTAT, dato 2026 provvisorio, via City Population): tra il 14% e il 17% in meno in quindici anni.

Il compasso, da qui. Questi numeri sono il teorema del compasso visto da vicino (premessa). Il distretto lavora sul compasso in due modi. Primo, allarga il cerchio: il turismo porta dentro il territorio clienti che vivono ben oltre i 300 chilometri e hanno il reddito dei clienti di Federico; chi ha conosciuto il territorio continua a comprarne i prodotti anche da casa. Secondo, alza il reddito di chi abita dentro il cerchio: lavoro

qualificato, prezzi migliori per i prodotti e servizi pubblici che abbassano i costi delle imprese, a cominciare da acqua, connessione e trasporti (capitolo 5).

Cosa dice il Salento, senza esagerare

Il Salento non è diventato ricco: per reddito dichiarato Lecce resta nella parte bassa della classifica nazionale. Ma cresce più degli altri. Tra il 2019 e il 2022 il reddito disponibile delle famiglie leccesi è aumentato del 12,5%, quarto miglior risultato d'Italia secondo la stessa rilevazione Tagliacarne.

Il riscatto non è un salto: è una pendenza diversa, tenuta per vent'anni.

Un ordine di grandezza per noi

Se il distretto raggiungesse l'intensità turistica che ha oggi la media della provincia di Agrigento, circa 4,2 presenze per residente, arriverebbe a circa 515 mila presenze l'anno. Con una spesa di 80 euro a notte, il valore che si ricava dai dati pugliesi, sono circa 41 milioni di euro l'anno spesi sul territorio. Licata ha già un turismo balneare proprio, quindi una parte di queste presenze esiste: conta la quota nuova, soprattutto nell'entroterra.

È un'ipotesi di lavoro, non una previsione, e va ricalcolata quando avremo il dato reale di partenza. Dice però due cose. Primo: l'obiettivo è raggiungibile, perché non chiede di diventare il Salento ma di arrivare alla media della nostra stessa provincia. Secondo: la spesa turistica diretta, da sola, non cambia il reddito medio. Lo cambiano gli effetti che il turismo trascina.

Le cinque vie diu accesso al reddito

1. **Prezzo dei prodotti.** Uva, pesche, vino, mandorle e pistacchio venduti con il nome del territorio, a chi il territorio lo ha visitato, valgono di più. È il meccanismo della Carta degli Oli salentina.
2. **Lavoro qualificato.** Ricettività, ristorazione, guide, trasporti, manutenzione, servizi digitali: occupazione che non si può delocalizzare.

3. **Valore delle case.** Un centro storico abitato e visitato rivaluta un patrimonio oggi invendibile, che è il risparmio delle nostre famiglie.
4. **Rientri e nuovi residenti.** Emigrati di ritorno, lavoratori da remoto, pensionati stranieri portano reddito prodotto altrove e lo spendono qui.
5. **Risparmio pubblico.** I servizi associati liberano risorse dei bilanci comunali e migliorano la capacità di spendere i fondi.

Dai prodotti della terra ai prodotti trasformati. Uva, pesche, mandorle e pistacchio si vendono soprattutto come materia prima. Senza trasformazione sul posto, il valore aggiunto e il lavoro qualificato restano altrove. Il distretto può sostenere laboratori di trasformazione, anche condivisi tra più aziende, e legarli al marchio comune e alle visite in azienda.

I nuovi residenti di origine straniera. Chi è arrivato da altri paesi e vive qui è una risorsa che un piano ventennale non può ignorare: per la demografia, il lavoro, l'impresa e l'accoglienza. Corsi di lingua e formazione, accompagnamento per chi apre un'impresa, un posto ai tavoli del distretto: l'integrazione è parte del progetto, non un capitolo a parte.

Giovani che restano: l'effetto sull'emigrazione

Il reddito in più conta soprattutto per una ragione: decide se i giovani restano o partono. Oggi partono, e partono i più istruiti.

I numeri dell'esodo

- **Mezzogiorno.** Tra il 2002 e il 2024 quasi 350 mila laureati sotto i 35 anni si sono trasferiti al Centro-Nord; al netto dei rientri il Sud ne ha persi 270 mila. Tra i giovani meridionali che partono, i laureati erano il 20% nel 2002 e sono circa il 60% nel 2024 (Svimez e Save the Children, febbraio 2026).
- **Il costo.** Svimez valuta in 6,8 miliardi di euro l'anno la formazione che il Sud paga e il Centro-Nord utilizza, più 1,1 miliardi verso l'estero (La Sicilia).
- **Sicilia.** Tra il 2022 e il 2024 hanno lasciato l'isola 44.303 giovani tra 25 e 34 anni: 32.122 verso il Centro-Nord e 12.181 verso l'estero (Rapporto Svimez 2025). A tre

anni dal titolo l'isola trattiene circa il 68% dei propri laureati (Confcommercio Sicilia su dati Svimez).

- **Agrigento.** È la prima provincia siciliana per iscritti all'anagrafe dei residenti all'estero, 162.239, e quella che nel 2024 ha perso più residenti in valore assoluto, 2.107.

Un ordine di grandezza per il distretto

In proporzione alla popolazione, dai sette comuni partono ogni anno circa 380 giovani tra 25 e 34 anni. Se la metà è laureata, come Svimez indica per il Mezzogiorno, sono circa 190 laureati. Formare un laureato costa a famiglie e Stato circa 170 mila euro, secondo stime OCSE. Ogni anno, quindi, il territorio regala altrove circa 32 milioni di euro di formazione: una cifra vicina ai 41 milioni che il turismo a regime porterebbe.

È una stima proporzionale, non un dato rilevato. I dati comunali ISTAT sui trasferimenti di residenza per età e titolo di studio vanno chiesti nei primi cento giorni.

Cosa cambia se i laureati restano

Ambito	Effetto
Imprese	Nascono nuove aziende e quelle esistenti trovano qui i profili che oggi cercano fuori: digitale, lingue, export, gestione
Uffici pubblici	Gli uffici comuni hanno progettisti, tecnici ed esperti di fondi europei: sale la capacità di ottenere e spendere risorse
Demografia	Chi resta a trent'anni mette su famiglia qui: più nascite, scuole che restano aperte, classi che non si accorpano
Famiglie	Finisce il doppio costo di mantenere i figli altrove; meno anziani costretti a seguirli al Nord
Case e centri storici	Torna la domanda di abitazioni e il patrimonio immobiliare recupera valore
Bilanci comunali	Più contribuenti e redditi più alti: più addizionale IRPEF e tributi locali, servizi

Ambito	Effetto
	più sostenibili
Vita civile	Si rinnova la classe dirigente: amministratori, professionisti, associazioni, cultura

Gli over 75 del Sud che vivono di fatto al Centro-Nord per stare vicino ai figli sono passati in ventidue anni da 96 mila a oltre 184 mila (Avvenire su dati Svimez). Trattenere un giovane significa spesso trattenere una famiglia intera.

Un'avvertenza: il turismo da solo non basta

Il Rapporto Svimez 2025 segnala che il turismo è la prima porta d'ingresso al lavoro per i giovani del Sud, con oltre un terzo dei nuovi addetti, ma che il mercato meridionale chiede poche competenze avanzate. Un distretto fatto solo di lavoro stagionale non tratterrebbe un laureato. Il progetto deve quindi creare lavoro qualificato, e può farlo in sei ambiti:

- **Regia della destinazione**: marketing, digitale, analisi dei dati, lingue, organizzazione di eventi.
- **Beni culturali**: restauro, archeologia, gestione dei musei e del Parco della Divina Commedia.
- **Filiera agroalimentare**: enologi, agronomi, tecnologi alimentari, addetti all'export.
- **Uffici comuni**: Ufficio Europa, progettazione, gare, sportello unico per le imprese.
- **Servizi alle imprese**: tecnici, consulenti, professionisti che seguono investimenti e bandi.
- **Lavoro da remoto**: spazi di coworking e connessioni veloci per chi lavora per aziende lontane vivendo qui.

Cosa proponiamo

- **Borse e tirocini del distretto** per laureati residenti, presso le imprese aderenti al marchio e gli uffici comuni.

- **Concorsi unici** degli uffici associati, riservando profili tecnici qualificati.
- **Sportello rientri**, che accompagna chi torna tra incentivi fiscali nazionali, bandi per l'autoimpiego e ricerca della casa.
- **Convenzioni con le università siciliane** per tesi, ricerche e dottorati sul distretto.
- **Sostegno alla proposta Svimez** di un premio di permanenza per i laureati: detassazione parziale del reddito dei giovani laureati neoassunti nei primi cinque anni di lavoro al Sud.
- **Un indicatore in più** da pubblicare ogni anno: il saldo migratorio dei laureati tra 25 e 34 anni.

Benessere e riscatto

Il benessere si misura anche in ciò che la rete lascia ai residenti: musei aperti, trasporti tra i paesi, centri storici curati, eventi tutto l'anno, scuole che formano a un mestiere esercitabile sul posto. Un territorio accogliente per chi viene è prima di tutto più vivibile per chi resta.

Il riscatto è smettere di definirsi per sottrazione, «l'entroterra», «la periferia di Agrigento», e darsi un nome proprio.

Gli indicatori da pubblicare ogni anno

Indicatore	Fonte
Presenze e permanenza media nei sette comuni, per tipo di struttura	Osservatorio turistico regionale
Ospiti dei villaggi turistici che partecipano a escursioni e visite nei sette comuni	Imprese aderenti al distretto
Posti letto e nuove imprese ricettive	Regione, Camera di Commercio
Reddito medio dichiarato per comune	MEF, Dipartimento Finanze
Saldo migratorio dei residenti tra 18 e 39 anni	ISTAT
Fondi ottenuti e percentuale spesa	OpenCoesione
Gettito dell'imposta di soggiorno	Bilanci comunali

5. Se funziona: le risorse pubbliche che l'azione comune attira

Un'azione comune che funziona non produce solo reddito privato. Rende il territorio un luogo dove conviene investire denaro pubblico, e quel denaro migliora i servizi di tutti: l'acqua e i trasporti per primi. È il circolo che Keynes descriveva, e vale a una condizione: che l'azione funzioni davvero.

Il circolo, in quattro passaggi

- **L'investimento pubblico apre cantieri**: reti idriche, strade, stazioni, restauri.
- **I cantieri pagano imprese e lavoratori**, che spendono sul territorio. Ogni euro investito ne muove più di uno: è il moltiplicatore.
- **L'opera finita migliora un servizio**: l'acqua arriva, il treno passa. Residenti e imprese stanno meglio, i visitatori tornano.
- **Il territorio che cresce giustifica nuovi investimenti**, pubblici e privati, e il giro ricomincia.

Gli studi sul moltiplicatore indicano che l'investimento pubblico pesa sul PIL più della spesa corrente, e di più dove il capitale pubblico è scarso, come al Sud. Svimez lo conferma dal lato opposto: nel 2026 gli investimenti del PNRR nel Mezzogiorno toccano 9,3 miliardi, e senza quella spinta la crescita del Sud nel 2027 si dimezzerebbe.

Dopo il PNRR le risorse saranno meno, e andranno a chi ha progetti pronti e sa spenderle.

Perché un gruppo di comuni che funziona attira risorse

Leva	Cosa cambia rispetto al comune singolo
Massa critica	Oltre 120 mila abitanti e un solo interlocutore: per Regione e ministeri è un territorio, non sette richieste
Progetti pronti	Un ufficio comune tiene un parco progetti aggiornato: quando esce il bando, il progetto esiste già
Credibilità	Chi ha speso bene i primi fondi ottiene i successivi. I comuni in Unione hanno pagato il 62% dei fondi ricevuti, gli altri il

Leva	Cosa cambia rispetto al comune singolo
	47%
Domanda dimostrata	Presenze turistiche e imprese in crescita sono l'argomento che giustifica un acquedotto o una corsa in più
Risorse proprie	Imposta di soggiorno e quote dei privati permettono di cofinanziare, e chi cofinanzia passa avanti
Peso ai tavoli	Sette sindaci che votano insieme contano nell'assemblea idrica, con la Regione e con le Ferrovie

L'acqua

Senza acqua non c'è accoglienza. Oggi la provincia di Agrigento disperde il 52,4% dell'acqua immessa in rete: 166 litri su 316 per abitante. A Campobello di Licata nel 2026 i turni hanno superato i dieci giorni, prima di scendere a quattro in agosto. Ad Agrigento, la scorsa estate, i turisti chiedevano notizie sull'acqua prima di confermare il viaggio.

I soldi, in parte, ci sono. Nel 2026 il gestore pubblico AICA ha ottenuto 54 milioni dal PNRR per le reti; Campobello ha avuto fondi europei per due stralci della rete; a Canicattì è partita una gara da 6,4 milioni. Ma la rete di Palma di Montechiaro, circa 9 milioni, è rimasta fuori da uno sblocco di fondi, e in passato di 40 milioni disponibili per la provincia ne sono arrivati a compimento dieci.

Cosa può fare il distretto:

- **Una lista unica di priorità** per le reti dei sette comuni, votata insieme nell'assemblea idrica, di cui i sindaci sono soci.
- **Progetti esecutivi pronti** per ogni rete, così che nessun finanziamento si perda per ritardi.
- **Un argomento in più**: strutture ricettive e imprese agricole che crescono rendono l'investimento più facile da giustificare.
- **Acqua per l'agricoltura**: seguire insieme gli interventi del Consorzio di bonifica, che ha in programma 110 milioni nell'Agrigentino, anche a Naro.

I trasporti

La ferrovia che da Canicattì scende a Licata attraversa il distretto, ma serve poco. Tra Canicattì e Gela i treni diretti sono circa tre al giorno. La linea per Palermo è rimasta chiusa per lavori dal 14 giugno al 1° ottobre 2026, in piena stagione, e la Cgil ha denunciato la riduzione dei treni diretti tra Agrigento e l'aeroporto di Palermo. Tra i nostri paesi il trasporto pubblico è scarso, e chi non ha un'auto non si muove: né il turista né lo studente.

Cosa può fare il distretto:

- **Una richiesta unica alla Regione**, che paga il servizio ferroviario e gli autobus: più corse sulla linea Canicattì-Licata e coincidenze con l'aeroporto, sostenute dai dati sulle presenze.
- **Una navetta del distretto** tra i sette comuni, a cominciare dai giorni di festa e dall'estate.
- **Il treno come prodotto turistico**: corse speciali verso il mare e per gli eventi, sul modello dei treni storici già attivi in Sicilia.
- **Stazioni come porte del territorio**: informazioni, biciclette, coincidenze con la navetta.

Muoversi tra i sette comuni. Un territorio unico deve essere percorribile da un capo all'altro. Oltre a treni e autobus servono:

- accordi con taxi e noleggio con conducente per tariffe di distretto;
- noleggio di biciclette, anche a pedalata assistita, e di altri mezzi leggeri per il turismo slow;
- una segnaletica unica, con lo stesso stile in tutti e sette i comuni;
- mappe comuni, cartacee e digitali, con itinerari e distanze.

Perché il denaro resti qui

Il moltiplicatore lavora sul territorio solo se imprese e lavoratori sono del territorio. Per questo servono lotti di dimensione accessibile alle imprese locali, nel rispetto delle regole

sugli appalti; formazione dei lavoratori prima che aprano i cantieri; pagamenti puntuali da parte dei comuni.

La condizione: che funzioni

Il circolo non parte da solo. I fondi persi per ritardi e i debiti del gestore idrico, che la Regione ha dovuto coprire con 20 milioni, mostrano cosa accade quando la spesa pubblica non incontra una buona gestione. Per questo la sequenza è obbligata: prima l'azione comune dà risultati misurabili, poi quei risultati si portano ai tavoli dove si decidono gli investimenti.

Tre indicatori da aggiungere a quelli del capitolo 4: giorni di attesa tra un turno idrico e l'altro; corse giornaliere di treno e autobus tra i sette comuni; euro di investimento pubblico ottenuti e spesi per abitante.

6. Il motore: il partenariato pubblico-privato

La rete può partire dalle imprese, senza aspettare che sette consigli comunali siano pronti. I comuni danno legittimazione, beni e accesso ai fondi di coesione; le imprese danno capitale, velocità e continuità oltre i mandati elettorali. Il fulcro è un soggetto comune in cui siedono entrambi.

Perché il privato al centro

- **Supera il vincolo delle Unioni.** Un comune può far parte di una sola Unione, ma può aderire a una fondazione o a un consorzio. Palma di Montechiaro, già capofila dell'Unione Sicilia Centro Orientale, e Sommatino, che è in un'altra provincia, entrano senza ostacoli.
- **Non dipende dal calendario elettorale.** Un'impresa che ha investito non cambia strategia a ogni elezione.
- **Il capitale privato c'è.** All'avviso regionale da 135 milioni per le strutture ricettive sono arrivate richieste per oltre un miliardo e la graduatoria provvisoria conta 2.689 progetti ammessi. La voglia di investire nel turismo siciliano supera di oltre otto volte le risorse pubbliche disponibili.

- **È il modello che funziona altrove.** Salento d'Amare era una rete di 217 imprese. La Val d'Orcia ha una società operativa. La DMO del Sud-Est nasce come fondazione di partecipazione aperta ai privati. Il Distretto Turistico Valle dei Templi a settembre 2026 ha aperto l'adesione a imprese e associazioni.

Chi fa cosa

	Parte pubblica (i sette comuni)	Parte privata (imprese e associazioni)
Apporta	Beni culturali e immobili inutilizzati, regole, imposta di soggiorno, titolo per i fondi di coesione	Capitale, posti letto, prodotti, competenze commerciali, quote annuali
Decide su	Indirizzi, tutela, uso dei beni pubblici, disciplinare del marchio	Prodotto turistico, prezzi, promozione commerciale, gestione dei servizi
Ne ricava	Territorio vivo, entrate, servizi che da solo non potrebbe pagare	Flussi, marchio comune, accesso a bandi riservati alle aggregazioni

Chi sono i privati che fanno da fulcro

Serve un nucleo promotore di dieci o quindici soggetti, scelti perché già investono e già esportano il nome del territorio: cantine e consorzi di tutela dell'uva, della pesca e del pistacchio; strutture ricettive e ristoratori; agenzie di incoming; il credito cooperativo locale; imprese di costruzioni interessate al recupero dei centri storici; associazioni culturali e teatrali che animano il calendario.

Le imprese, tutte. Il nucleo promotore apre la strada, ma la rete va pensata anche per microimprese, artigiani, commercio di vicinato, giovani imprese e imprenditori di origine straniera. Servono tre cose:

- una proposta chiara di ciò che ottiene chi aderisce: visibilità sul portale e nelle guide, formazione, accesso ai bandi e agli acquisti comuni;
- quote proporzionate alla dimensione dell'impresa, con una quota simbolica per le più piccole;
- un piano per coinvolgerle e dare loro visibilità: incontri per categoria, una vetrina comune delle imprese aderenti, un segno di riconoscimento da esporre.

Gli strumenti giuridici

Strumento	Chi vi partecipa	A cosa serve	Quando usarlo
Contratto di rete tra imprese (art. 3, comma 4-ter, del D.L. 5/2009, convertito dalla legge 33/2009)	Solo imprese	Programma comune, marchio, candidature congiunte ai bandi. Si costituisce in poche settimane	Subito: è il primo atto, e può precedere i comuni
Fondazione di partecipazione	Comuni fondatori, imprese e associazioni partecipanti	Governo stabile della destinazione, senza scopo di lucro; titolare del marchio. È la forma scelta dalla DMO Enjoy Barocco	Entro il secondo o terzo anno: è il fulcro definitivo
Società consortile	Comuni e imprese	Attività commerciali: prenotazioni, biglietteria, navetta	Quando ci sono servizi da vendere
Partenariato speciale pubblico-privato (art. 134, comma 2, del D.Lgs. 36/2023, Codice dei contratti pubblici)	Un comune e un operatore privato o del terzo settore	Affidare con procedura semplificata la valorizzazione di un bene culturale pubblico, anche a bassa redditività	Bene per bene: un palazzo, un castello, un museo oggi chiusi o sottoutilizzati
Sponsorizzazioni e Art Bonus	Imprese e cittadini verso i comuni	Finanziare restauri e attività culturali con beneficio fiscale per chi dona	Sempre, in parallelo

La sequenza che propongo: prima il contratto di rete tra le imprese promotrici, insieme al protocollo tra i sindaci; poi la fondazione di partecipazione, in cui comuni e imprese siedono allo stesso tavolo; i partenariati speciali sui singoli beni man mano che servono.

Gli incentivi che solo le imprese possono prendere

Misura	Cosa offre	Stato
Credito d'imposta ZES unica	Credito per investimenti in beni strumentali, immobili compresi entro limiti, nelle strutture produttive del Mezzogiorno	Prorogato dalla legge di bilancio 2026 (legge 199/2025, art. 1, commi 438-447) per il 2026, 2027 e 2028: 2,3 miliardi, 1 miliardo e 750 milioni. Il disegno di legge di bilancio 2027 propone di aumentare le somme del 2027 e del 2028: da

Misura	Cosa offre	Stato
		verificare a iter concluso
Fondo GreenTour (Ministero del Turismo, Invitalia)	Fondo perduto e finanziamento agevolato per programmi da 1 a 15 milioni; previsti piani congiunti con contratto di rete (al massimo cinque imprese)	Dotazione 109 milioni; sportello prorogato fino all'8 ottobre 2026
Avviso regionale strutture ricettive (FSC 2021-27)	Fondo perduto per ristrutturare, ampliare o aprire strutture recuperando immobili esistenti	135 milioni, domande chiuse il 28 febbraio 2026; graduatoria provvisoria con 2.689 progetti ammessi e 20 milioni aggiunti per lo scorrimento. Da presidiare scorrimenti e nuove edizioni
LEADER tramite i GAL	Contributi a microimprese, agriturismi, servizi turistici rurali	Programmazione 2023-27 in corso
Fondo ANCI turismo	Contributo fino a 40 mila euro per progetti sviluppati con un soggetto attuatore individuato dal comune	Rotazione regionale 2026-28: la Sicilia è prevista nel 2028

Una rete già costituita arriva a questi avvisi con i progetti pronti; chi si aggrega dopo la pubblicazione arriva tardi.

Le regole che proteggono il progetto

- **Il marchio è della fondazione**, non di un'impresa: nessuno può portarselo via.
- **Nessun socio dominante.** Voto per teste o tetto alle quote, perché la rete non diventi lo strumento di un singolo operatore.
- **Porte aperte.** Adesione con avviso pubblico e requisiti oggettivi, come ha fatto il Distretto Valle dei Templi.
- **Evidenza pubblica** per ogni affidamento di beni e servizi comunali, e attenzione alle regole sugli aiuti di Stato.
- **Chi aderisce paga una quota e rispetta un disciplinare.** È la lezione di Salento d'Amare: un marchio gratuito e senza obblighi non vale nulla.

7. La lezione del Salento

Il Salento ha vinto quando ha smesso di vendere Gallipoli, Otranto o Melpignano e ha cominciato a vendere «il Salento». Tre ingredienti hanno lavorato insieme, e tutti e tre sono replicabili.

Un nome comune. Il marchio Salento d'Amare, promosso dalla Provincia di Lecce nei primi anni Duemila, nasce per superare la promozione delle singole attività e costruire un'immagine condivisa. Non riguardava solo il turismo: ospitalità, agroalimentare, artigianato e servizi sotto un unico segno. Nel 2013 contava 217 imprese aderenti.

Un'unione di comuni vera. I piccoli centri della Grecìa Salentina, nessuno dei quali era una meta turistica, si sono costituiti in Unione dei Comuni attorno a un'identità comune, la lingua e la cultura grika. Oggi sono dodici comuni e gestiscono insieme, tra l'altro, una rete unica di biblioteche.

Un evento-bandiera. Dalla Grecìa Salentina è nata nel 1998 la Notte della Taranta. Secondo il rapporto CISET per Confcommercio e Agis, ogni edizione costa circa 1,2 milioni di euro e genera 16,8 milioni di spesa dei visitatori sul territorio: 14 euro per ogni euro investito. Melpignano, poco più di duemila abitanti, non avrebbe mai potuto farlo da solo.

Il risultato di sistema si legge nei numeri della Puglia: dal 2015, anno del piano strategico regionale, al 2024 gli arrivi dall'estero sono triplicati, da 730 mila a 2,3 milioni (Osservatorio Pugliapromozione).

Cosa non copiare

La stessa esperienza salentina insegna anche i limiti. Nel 2020 la Provincia ha dovuto rilanciare il marchio, segno che il suo potenziale non era pienamente espresso, e nessuna fonte consente di quantificare quanta parte della crescita del Salento sia merito del marchio in sé. Va detto con onestà in assemblea: il marchio è stato una delle leve, non la causa unica. Quattro avvertenze ne discendono.

- Un logo non basta: servono servizi e vantaggi concreti per chi aderisce.
- La rete deve produrre valore per le imprese, altrimenti si svuota.
- La comunicazione deve essere continua, non legata ai soli eventi.
- Occorre una governance stabile, con responsabilità, risorse e regole definite nel tempo.

È proprio l'ultima avvertenza a portarci all'Unione dei Comuni: una rete informale tra sindaci dura quanto un mandato, un ente con statuto, bilancio e uffici dura vent'anni.

8. Perché i comuni da soli perdono potenzialità

I comuni associati spendono meglio i fondi europei di quelli che vanno da soli: è un dato misurato, non un'opinione. Il dossier del Progetto ITALIAE della Presidenza del Consiglio ha confrontato, nelle regioni meno sviluppate, la gestione del FESR 2014-20.

Comuni beneficiari FESR 2014-20	Pagato su finanziato (media)	Progetti conclusi (media)
Associati in Unione	62%	37%
Non associati	47%	18%

Chi è in Unione conclude il doppio dei progetti. La ragione è semplice: un comune di 7 o 9 mila abitanti non ha un ufficio progettazione, un ufficio gare e un ufficio turismo; un'Unione di oltre 120 mila abitanti sì.

L'avvertenza siciliana

Lo stesso dossier contiene però un dato che in assemblea va detto: in Sicilia l'unica Unione beneficiaria rilevata aveva speso circa l'1% del finanziato, senza alcun progetto concluso. È il valore più basso tra le regioni esaminate. Già nel 2015 un'analisi per ANCI Sicilia contava 183 comuni siciliani in Unione, oltre il 43% del totale, ma in Unioni piccole (3,5 comuni in media), strutturalmente deboli e dedicate soprattutto ad attività accessorie più che alle funzioni fondamentali.

La Sicilia non ha poche Unioni: ha Unioni vuote. La proposta ha senso solo se l'Unione nasce con uffici veri, personale conferito e uno scopo preciso.

Esperienze di paragone

Esperienza	Cosa hanno messo in comune	Cosa insegna
Grecìa Salentina (Lecce)	Unione di dodici piccoli comuni attorno all'identità grika; rete delle biblioteche; Notte della Taranta	Un'identità condivisa trasforma paesi anonimi in una meta
Val d'Orcia (Siena)	Cinque comuni, un Parco e una società in house, la Val d'Orcia S.r.l., nata nel 1996 per i progetti d'area e il marketing della destinazione; sito UNESCO dal 2004	Lo strumento operativo comune viene prima del riconoscimento, non dopo
Langhe-Roero e Monferrato (Piemonte)	Un'associazione di gestione del sito UNESCO e un unico Ente Turismo per tre territori	Flussi turistici +30% dal riconoscimento del 2014; il bilancio decennale stima un impatto di oltre 209 milioni
Madonie (Palermo)	Area interna di 21 comuni, che ha scelto l'Unione dei Comuni Madonie per la gestione associata; l'Unione firma nel 2026 l'accordo di programma con la Regione	In Sicilia si può fare. Ma lo spopolamento è continuato: aggregarsi è necessario, non sufficiente
Enjoy Barocco (Ragusa)	Nel 2026 il Libero Consorzio di Ragusa avvia la fondazione di partecipazione «Enjoy Barocco – South East Sicily» per la DMO del Sud-Est, aperta a comuni e privati (statuto definitivo di luglio 2026)	La forma pubblico-privata è quella scelta per la nuova DMO
Strada degli Scrittori (Agrigento-Caltanissetta)	Dodici comuni, in gran parte agrigentini, lungo lo scorrimento veloce Agrigento-Caltanissetta, tra cui Palma di Montechiaro, uniti da un itinerario letterario	La rete tematica a casa nostra esiste già: va agganciata, non duplicata

Il controesempio a 40 chilometri

Agrigento dimostra cosa accade senza una rete. La Valle dei Templi ha superato il milione di ingressi (1.062.949 nel 2024), ma nel 2024 la provincia è stata l'unica in Sicilia a perdere presenze (Federalberghi su dati dell'Osservatorio regionale). Nell'anno da Capitale italiana della Cultura la permanenza media in città è rimasta a 1,71 notti.

Un milione di persone arriva ogni anno a mezz'ora dai nostri comuni, visita i templi e riparte. Non manca il flusso: manca un territorio organizzato che dia una ragione per fermarsi una notte in più.

9. I numeri del turismo: Sicilia e Salento nel biennio 2024-2025

Nel 2025 la Puglia, con meno abitanti della Sicilia, ha aumentato le presenze del 10,4%; la Sicilia è rimasta ferma (+0,24%).

Territorio	Presenze 2024	Presenze 2025	Variazione	Arrivi 2025	Presenze per residente (2025)
Sicilia	22,4 milioni	circa 22,5 milioni (stima)	+0,24%	+2,8% sul 2024 (7,0 milioni nel 2024)	circa 4,7
Provincia di Agrigento	1.744.553	1.726.583	−1,03%	n.d.	circa 4,2
Puglia	20,7 milioni	22,7 milioni	+10,4%	6,7 milioni (+13%)	circa 5,8

Arrivi = persone che pernottano almeno una notte; presenze = notti trascorse. Le presenze per residente sono una mia elaborazione su popolazione ISTAT arrotondata; il dato Sicilia 2025 è una stima ottenuta applicando la variazione ufficiale (+0,24%) al dato 2024.

Come leggere i dati

- **La Sicilia cresce poco e si ferma poco.** Nel 2025 gli arrivi salgono del 2,8% ma le presenze restano ferme (+0,24%): più turisti, soggiorni più brevi.
- **La Puglia cresce a doppia cifra. Nel 2025 arrivi +13% e presenze +10%, trainati dall'estero (+25% gli arrivi, +23% le presenze). Dal 2015 al 2024 gli arrivi internazionali sono triplicati, da 730 mila a 2,3 milioni.**
- **Agrigento arretra.** Due anni consecutivi di calo delle presenze, pur con gli stranieri in aumento (794.319 presenze nel 2025, +4,3%). Il calo è tutto del mercato italiano (−5,1%).
- **C'è spazio.** La stessa Regione Siciliana rileva che il rapporto tra presenze e residenti è inferiore a quello di Puglia e Sardegna, e che l'isola dispone di aree capaci di accogliere nuovi flussi. Quelle aree siamo noi.

Dentro la provincia c'è un dato che sembra un'eccezione e che invece conferma la tesi. Secondo l'Osservatorio turistico provinciale, ad Agrigento la permanenza media non supera un giorno e mezzo, mentre a Licata supera i cinque giorni. Ma a Licata una parte rilevante delle presenze si concentra in una sola struttura, il Serenusa Village: un villaggio a quattro stelle con 494 camere, a circa sette chilometri dal centro, che vende soggiorni settimanali con pensione completa e animazione. Sono presenze vere, ma in buona parte restano dentro il villaggio: con la pensione completa, la spesa per mangiare, divertirsi e fare escursioni la incassa soprattutto la struttura. Lo stesso effetto alza la media della provincia: senza il villaggio, il quadro di Agrigento sarebbe ancora più debole.

È la conferma di ciò che questa relazione sostiene: i turisti possono già esserci, ma senza un'offerta di territorio non diventano reddito diffuso. Il distretto deve portare fuori dal villaggio almeno una parte di quegli ospiti: una cena nel centro storico di Licata, una visita a una cantina di Campobello, una sera alla festa patronale di Naro, un'escursione a Palma sulle tracce del Gattopardo. Ogni giornata trascorsa fuori dal villaggio è reddito che oggi va perso.

Avvertenza sui dati. Le statistiche ufficiali contano tutte le presenze di un comune, comprese quelle dei grandi villaggi turistici, dove l'ospite trascorre quasi tutta la vacanza dentro la struttura. In un territorio con poche strutture, una sola struttura di grandi dimensioni basta a spostare le medie. Per questo la relazione non usa il dato di Licata come misura dell'attrattività del territorio, e la stessa cautela vale per ogni confronto tra province, compreso quello con Lecce. Prima di fissare gli obiettivi del distretto vanno chiesti all'Osservatorio turistico regionale i dati dei sette comuni divisi per tipo di struttura e per mese.

Agrigento e Lecce a confronto

Per capire cosa il turismo cambia davvero, conviene mettere a confronto le due province su quattro piani: presenze turistiche, reddito, crescita del reddito e servizi.

Indicatore	Provincia di Agrigento	Provincia di Lecce	Fonte
Presenze turistiche 2025	1.726.583 (−1,03%)	circa 7,5 milioni (+8%)	Osservatorio regionale siciliano; Salento Prime su dati dell'Osservatorio pugliese
Presenze per residente (2025)	circa 4,2	circa 9,8	Mia elaborazione su popolazione ISTAT
Reddito medio dichiarato, anno 2023	17.200 euro	17.869 euro	MEF, tramite Pagella Politica e CGIA
Reddito medio dichiarato, anno 2024	17.900 euro	dato non disponibile	MEF, tramite AgrigentoNotizie
Reddito disponibile pro capite 2024	15.059 euro, penultima in Italia	dato non disponibile	Unioncamere-Tagliacarne
Crescita del reddito disponibile 2019-2022	dato non disponibile	+12,5%, quarta in Italia	Tagliacarne
Raccolta differenziata	49,1% (2019) → 59,9% (2024)	16,6% (2010) → 64,7% (2024)	ISPRA, Catasto rifiuti
Qualità della vita, ItaliaOggi 2026	103ª su 107 (invariata); ultima per Affari e lavoro	78ª su 107 (era 82ª)	ItaliaOggi-Ital Communications-Sapienza

Cosa dice il confronto. Per reddito dichiarato le due province sono quasi alla pari: entrambe nella parte bassa della classifica, con Lecce appena sopra. La differenza sta altrove. Lecce ha circa il doppio delle presenze per residente e, nello stesso periodo, ha fatto più strada nei servizi: la raccolta differenziata è quadruplicata dal 2010 e la provincia risale nella classifica della qualità della vita. Il turismo da solo non ha reso il Salento ricco, ma ha accompagnato crescita del reddito e miglioramento dei servizi. È la tesi di questa relazione.

Fonti dei dati

- Sicilia 2024: Osservatorio turistico regionale, ripreso da Confimprese Palermo. Il dato provvisorio presentato alla BIT 2025 era di 21,5 milioni (Regione Siciliana).
- Sicilia 2025: Regione Siciliana, BIT 2026; totale presenze da La Sicilia. Un'altra fonte indica 22,8 milioni di presenze e 7,4 milioni di arrivi: il dato definitivo va chiesto all'Osservatorio. L'ISTAT, su un perimetro più ristretto, indica 20,98 milioni (elaborazione Sole 24 Ore).
- Provincia di Agrigento: Osservatorio regionale, tramite DMO Distretto Turistico Valle dei Templi.
- Puglia: Osservatorio Pugliapromozione, report 2024 e report 2025 (dati 2025 provvisori, 92% della capacità ricettiva).

I perimetri non sono identici tra regioni (affitti brevi inclusi o no, dati provvisori o definitivi): il confronto vale per ordini di grandezza e tendenze, non al decimale.

10. Lo strumento: cosa gestire insieme

La gestione associata dei servizi è il tema più discusso quando si parla di Unione dei Comuni: uffici tecnici condivisi, gare, bilancio, personale, transizione digitale. I suoi benefici sono reali: economie di scala, competenze specialistiche, più capacità di progettare.

In questa relazione però è uno strumento. Va fatta nella misura in cui serve ai due obiettivi: promuovere insieme il territorio e creare il reddito che trattiene i giovani. E serve a dare gambe a una consapevolezza di territorio: è questa a tenere insieme l'Unione, non il contrario. Per questo i tre cerchi che seguono partono dai servizi del distretto e non dal retrobottega amministrativo.

Insieme i sette comuni hanno la popolazione di una città importante, ma sette uffici tecnici, sette ragionerie e sette comandi di polizia locale, ciascuno troppo piccolo per specializzarsi. Gestire in comune non significa chiudere sportelli: lo sportello resta in ogni paese, è il retrobottega che diventa unico.

Si comincia dai servizi che oggi nessuno ha, e che quindi nessuno deve cedere; i servizi ordinari seguono quando la fiducia è costruita.

Cosa è già in comune oggi

I nostri comuni cooperano già, ma in ambiti disegnati da altri e tutti diversi tra loro.

Ambito	Chi lo gestisce	Quali dei sette comuni
Rifiuti	SRR ATO 4 Agrigento Provincia Est, presieduta per il 2026-2029 dal sindaco di Campobello di Licata	Sei; Sommatino, in provincia di Caltanissetta, fa capo all'ambito nisseno
Servizi sociali	Distretto socio-sanitario D3, capofila Canicattì	Canicattì, Campobello, Naro, Ravanusa. Palma e Licata formano il distretto D5; Sommatino in un distretto nisseno
Sviluppo rurale	GAL Sicilia Centro Meridionale	Sei
Fondi europei territoriali	SIRU Sicilia centro-orientale (capofila Palma di Montechiaro); FUA Sicilia centrale (capofila Caltanissetta)	Palma nel SIRU, Sommatino nella FUA; gli altri cinque non risultano tra i comuni fondatori
Turismo	DMO Distretto Turistico Valle dei Templi	Ambito provinciale agrigentino

Cinque geometrie diverse, nessuna coincide con i sette comuni. Non manca l'abitudine a stare insieme: manca un ambito scelto dai comuni stessi, attorno a un progetto loro.

L'esperienza della SRR insegna anche un rischio: la società è andata in difficoltà perché diversi comuni soci non versavano le quote. Ogni gestione associata ha bisogno di regole ferree sui pagamenti.

Il quadro delle regole

Le funzioni fondamentali dei comuni sono elencate dall'articolo 14, comma 27, del D.L. 78/2010. La stessa norma aveva previsto per i comuni fino a 5.000 abitanti l'obbligo di gestirle in forma associata; la Corte costituzionale, con la sentenza n. 33 del 2019, lo ha dichiarato illegittimo nella parte in cui non consente al comune di dimostrare che

l'associazione non porta vantaggi. Nessuno dei nostri sette comuni è comunque sotto quella soglia: per noi è una scelta, non un'imposizione.

Gli strumenti sono due. La convenzione (art. 30 del testo unico degli enti locali) crea un ufficio comune con personale distaccato, oppure delega un comune capofila; è rapida e reversibile. L'Unione (art. 32) è un ente con propri organi e bilancio. In Sicilia l'applicazione passa per la normativa regionale, da verificare con i segretari comunali.

Primo cerchio: i servizi del distretto (anni 1-3)

Sono servizi nuovi. Nessun comune perde un ufficio, tutti ne guadagnano uno.

Servizio	Come funziona in pratica	Forma e sede	Cosa cambia
Ufficio Europa e progettazione	4-5 tecnici distaccati dai comuni, affiancati da professionisti esterni pagati sui progetti. Tiene il calendario dei bandi, prepara un parco progetti pronto, rendiconta	Ufficio comune in convenzione, a Canicattì	I comuni si presentano agli avvisi con i progetti già scritti, in forma associata, con i punteggi premiali che ne derivano
Ufficio di destinazione	Portale unico, informazione turistica, raccolta dei dati di arrivi e presenze, rapporti con la DMO e con gli operatori	In capo alla fondazione pubblico-privata; punti informativi a Licata, a Palma e a Canicattì	Il turista e l'operatore hanno un solo interlocutore; il territorio conosce i propri numeri
Marchio e promozione	Disciplinare per ricettività, ristorazione e prodotti; presenza unica alle fiere; campagne digitali	Fondazione, con quote dei privati	Sette bilanci piccoli diventano un bilancio che compra visibilità
Calendario unico ed evento-bandiera	Programmazione annuale condivisa entro l'autunno; un grande evento itinerante tra i sette comuni; le feste patronali restano a ciascuno	Tavolo degli assessori alla cultura con le associazioni	Fine delle sovrapposizioni; una ragione per venire fuori stagione
Rete dei musei e delle biblioteche	Biglietto unico, orari coordinati, personale condiviso, una sola gara per guide e custodia. È il modello della rete bibliotecaria della Grecìa Salentina	Convenzione tra i comuni; gestione affidabile a un partner con partenariato speciale	Siti oggi aperti a singhiozzo diventano visitabili con orari certi
Mobilità	Navetta stagionale ad anello tra i sette centri, la costa e la Valle dei	Servizio affidato con gara unica;	Si può visitare il

Servizio	Come funziona in pratica	Forma e sede	Cosa cambia
turistica	Templi; segnaletica e cartellonistica uniche	cofinanziato dai privati	distretto senza auto
Imposta di soggiorno	Regolamento, tariffe e piattaforma di riscossione identici; gettito vincolato al piano comune	Delibere coordinate dei sette consigli	Risorsa stabile per la rete. La legge riserva l'imposta a capoluoghi, Unioni e comuni negli elenchi regionali delle località turistiche o città d'arte (art. 4 del D.Lgs. 23/2011): va verificato chi dei sette può già istituirla
Case vuote e ricettività diffusa	Censimento unico degli immobili inutilizzati, pubblici e privati; bando comune per il recupero; albergo diffuso nei centri storici	Ufficio comune con i tecnici comunali e le imprese della rete	Nascono posti letto dove oggi ci sono case chiuse

Secondo cerchio: il retrobottega amministrativo (anni 2-5)

Qui stanno le economie di scala più certe: il cittadino non vede differenza allo sportello, il comune spende meno e sbaglia meno.

Servizio	Come funziona in pratica	Cosa cambia
Sportello unico imprese ed edilizia	Un solo ufficio istruisce le pratiche con procedure e modulistica identiche; front office in ogni comune	Tempi certi e uguali per chi apre un'attività a Naro o a Canicattì. È il primo servizio che gli investitori giudicano
Centrale unica di committenza	Un ufficio gare qualificato al servizio di tutti	Il codice dei contratti (artt. 62 e 63 del D.Lgs. 36/2023) richiede stazioni appaltanti qualificate per i lavori oltre 500 mila euro e per servizi e forniture oltre 140 mila: molti comuni da soli non lo sono
Servizi digitali	Un responsabile della transizione digitale, software gestionali e contratti unici, sito e servizi online omogenei	Costi di licenza divisi per sette; dati che si parlano
Personale	Paghe, concorsi, formazione e contrattazione gestiti insieme; graduatorie condivise	Un concorso invece di sette; figure specialistiche che nessuno potrebbe assumere da solo

Servizio	Come funziona in pratica	Cosa cambia
Tributi e riscossione	Ufficio entrate associato con banche dati incrociate e contenzioso comune	Più recupero di evasione, a parità di aliquote
Pianificazione del territorio	Coordinamento dei piani urbanistici su costa, aree di confine, zone produttive e viabilità intercomunale	Scelte coerenti su dove si costruisce e dove si tutela il paesaggio che vendiamo

Terzo cerchio: i servizi al cittadino (dal quarto anno)

Sono i più delicati, perché toccano l'identità di ogni comune. Si affrontano per ultimi e solo dove il vantaggio è evidente.

Servizio	Come funziona in pratica	Cosa cambia
Polizia locale	Servizi coordinati con pattuglie miste per eventi, mercati e stagione estiva sui litorali di Licata e di Palma; centrale operativa unica; in prospettiva corpo unico	Copertura serale e festiva che oggi nessun comando garantisce
Protezione civile	Piano intercomunale, sala operativa e volontariato coordinati per incendi, alluvioni ed emergenza idrica	Mezzi e squadre condivisi, una sola catena di comando
Servizi sociali	Raccordo tra i distretti D3 e D5 e con il nisseno per i servizi non coperti dai piani di zona	Stessi servizi per i residenti dei sette comuni
Servizi scolastici	Gare uniche per mense e trasporto; trasporto studenti verso gli istituti superiori di Canicattì	Costi più bassi e linee che seguono i bisogni, non i confini
Rifiuti e igiene urbana	Dentro la SRR, i nostri sei comuni agrigentini possono condividere centri di raccolta, campagne e mezzi, e presentarsi con una posizione comune	Più peso nelle decisioni d'ambito; decoro adeguato a una destinazione turistica
Manutenzione e verde	Mezzi e squadre in comune per strade intercomunali, ingressi dei paesi, aree archeologiche	Il territorio si presenta curato da un capo all'altro

Come si dividono i costi

La regola di riparto è il punto su cui le gestioni associate si rompono. Propongo tre criteri combinati, fissati nella convenzione prima di partire.

- **Una quota fissa uguale per tutti**, per esempio il 20% del costo: ogni comune è socio alla pari.
- **Una quota per popolazione**, che riflette la dimensione.
- **Una quota a consumo**, misurata sul servizio: pratiche istruite, gare bandite, ore di pattuglia, presenze turistiche.

Il personale arriva per distacco dai comuni, senza nuove assunzioni nella fase iniziale. Ogni servizio ha il suo preventivo e il suo rendiconto annuale. Chi non versa la quota perde il voto fino al saldo: è la clausola che alla SRR è mancata.

Cosa aspettarsi, senza illusioni

Il guadagno principale non è il risparmio: è la capacità di fare cose che oggi non si fanno. Uno studio della Banca d'Italia su oltre 500 Unioni trova riduzioni di spesa solo in alcune funzioni, cioè amministrazione generale, polizia locale e viabilità, e solo dopo alcuni anni.

La Corte dei conti dell'Emilia-Romagna, con il parere n. 98 del 13 agosto 2025, ha poi chiarito che la gestione associata non può ridursi a un trasferimento formale senza integrazione reale degli uffici. È esattamente il difetto delle Unioni siciliane descritto al capitolo 8.

Il punto di arrivo possibile lo mostra l'Unione della Romagna Faentina: sei comuni, uno in meno dei nostri, che dal 2018 hanno conferito all'Unione tutte le funzioni e tutto il personale, circa 500 dipendenti nel 2019, mantenendo sindaci, consigli e sportelli in ogni paese. Non è l'obiettivo dei primi anni, ma dimostra che la strada esiste.

11. Bandi e provvidenze per i comuni in rete (esempio non esaustivo)

Le risorse più consistenti non passano da bandi a sportello ma dalle coalizioni territoriali già disegnate dalla Regione: chi non è organizzato in coalizione, semplicemente, non vi accede.

Canale	Cosa finanzia	Chi può accedere	Stato e note
PR FESR Sicilia 2021-27, politiche territoriali	Strategie territoriali integrate, inclusi cultura e turismo sostenibile	Solo coalizioni di comuni: FUA, SIRU, Aree interne	Oltre 1,25 miliardi ripartiti tra 27 coalizioni. Palma di Montechiaro è capofila del SIRU Sicilia centro-orientale e Sommatino è nella FUA Sicilia centrale; gli altri cinque comuni non risultano tra i fondatori di queste coalizioni
Contributi statali alle Unioni (Ministero dell'Interno)	Gestione associata di funzioni e servizi	Unioni di comuni; la Sicilia ha ricevuto la quota 2026 (comunicato del Ministero del 16 aprile 2026), ripartita dalla Regione con D.A. 569/2026	Annuale
Contributi regionali alle Unioni e alle convenzioni (L.R. 2/2023, art. 3, commi 25-26)	Esercizio associato di funzioni, anche nuove Unioni e convenzioni	Unioni e comuni convenzionati	Concessi in relazione all'effettivo esercizio associato, con delega esclusiva di tutti i comuni aderenti; avviso 2026 approvato con D.A. 359 del 24 giugno 2026
LEADER, Complemento Sviluppo Rurale 2023-27	Turismo rurale, servizi di base, diversificazione agricola, piccole infrastrutture	Comuni e imprese tramite i GAL	Sei comuni sono nel GAL Sicilia Centro Meridionale; Sommatino non ne fa parte
Interreg Italia-Malta 2021-27	Cooperazione su cultura e turismo sostenibile	Enti dell'area di programma con partner maltesi	Dotazione 57,6 milioni; l'avviso 2 da 24 milioni, prorogato, si è chiuso il 4 febbraio 2026. Da presidiare gli avvisi successivi e Interreg NEXT Italia-Tunisia
Fondo ANCI turismo nei comuni minori	Progetti di valorizzazione turistica sviluppati con un soggetto attuatore individuato dal comune; contributo fino a 40	Comuni sotto i 30.000 abitanti	1,5 milioni messi a disposizione da Airbnb per il triennio 2026-28, a rotazione regionale: la Sicilia è prevista nel 2028. Canicattì e Licata superano la soglia

Canale	Cosa finanzia	Chi può accedere	Stato e note
	mila euro		
Cultura nei piccoli comuni (Ministero della Cultura)	Progetti culturali	Comuni sotto 25.000 abitanti (ISTAT al 1° gennaio 2025), singoli o in rete con capofila; partner non profit obbligatorio. Canicattì e Licata superano la soglia	Prima edizione scaduta il 31 agosto 2026; una seconda edizione non è annunciata: preparare la rete per l'eventualità
Bandi regionali FESR e FSC 2021-27	Turismo, attività produttive, energia	Enti locali e imprese	Presentati nel ciclo «Opportunità Coesione»: oltre 640 milioni di avvisi illustrati ad Agrigento
Imposta di soggiorno	Promozione e servizi turistici	Tutti i comuni	Risorsa propria, senza bando: armonizzata, diventa il cofinanziamento stabile della rete

Scadenze e requisiti cambiano: ogni voce va riverificata sull'avviso ufficiale prima di impegnarsi. Gli incentivi riservati alle imprese sono nel capitolo 6.

12. La strategia in cinque passi

Vent'anni si reggono solo se ogni fase produce un risultato visibile prima che cambino i sindaci. Per questo ogni passo ha un prodotto concreto e una verifica.

Ogni fase si giudica su due soli numeri: le presenze, con il reddito che generano, e il saldo migratorio dei giovani tra 25 e 34 anni. Tutto il resto è mezzo.

Fase	Periodo	Cosa si fa	Risultato verificabile
1. Il patto	Primo anno	Protocollo d'intesa tra i sette sindaci, votato dai consigli comunali. Contratto di rete tra le imprese promotrici. Convenzione per l'ufficio comune di turismo e progettazione. Rilevazione di partenza: presenze, posti letto, immobili vuoti, redditi	Ufficio operativo con personale assegnato; dossier dei dati di partenza pubblicato

Fase	Periodo	Cosa si fa	Risultato verificabile
2. Le fondamenta	Anni 2-3	Piano strategico ventennale. Marchio e disciplinare. Fondazione di partecipazione tra comuni e imprese. Prime tre funzioni associate. Regolamento unico dell'imposta di soggiorno. Calendario unico. Prime candidature ai bandi in forma associata	Primo finanziamento ottenuto come rete; marchio registrato; almeno 50 imprese aderenti
3. Il prodotto	Anni 4-7	Itinerari, rete museale e biglietto unico. Ricettività diffusa nei centri storici. Navetta e segnaletica. Evento-bandiera. Carta dei prodotti nei ristoranti. Formazione all'accoglienza	Offerta acquistabile online; posti letto raddoppiati rispetto alla partenza
4. Il mercato	Anni 8-12	Promozione internazionale con la DMO e la Regione. Accordi con tour operator. Stagione allungata a primavera e autunno. Candidature a riconoscimenti nazionali	Quota di presenze straniere e permanenza media in linea con la media regionale
5. Il consolidamento	Anni 13-20	Fondazione autosufficiente, finanziata da imposta di soggiorno, quote degli aderenti e servizi venduti. Estensione delle funzioni associate ai servizi ordinari	Presenze per residente pari alla media provinciale; saldo migratorio giovanile non più negativo

I primi cento giorni

- ☐ Incontro dei sette sindaci con dieci-quindici imprese promotrici e nomina di un gruppo tecnico misto
- ☐ Verifica con il Dipartimento regionale della Programmazione delle coalizioni territoriali a cui possono aderire i comuni oggi esclusi
- ☐ Parere dei segretari comunali sulla forma giuridica compatibile con l'Unione esistente
- ☐ Incontro con la DMO Distretto Turistico Valle dei Templi e con il GAL Sicilia Centro Meridionale
- ☐ Richiesta all'Osservatorio turistico regionale dei dati di arrivi e presenze dei sette comuni, divisi per tipo di struttura e per mese

- ☐ Bozza di protocollo d'intesa da portare nei consigli comunali

Le condizioni perché regga

- **Un patto che sopravvive alle elezioni.** Votato dai consigli, non firmato solo dai sindaci, con maggioranza e opposizione.
- **Regole di equilibrio.** Presidenza a rotazione, sede operativa e sede di rappresentanza in comuni diversi, quote proporzionate ma con una soglia minima uguale per tutti: è così che si disinnesca il campanilismo, non negandolo.
- **I privati dentro dal primo giorno.** Il Salento insegna che senza imprese il marchio è un logo. Cantine, consorzi IGP, strutture ricettive e associazioni culturali devono sedere al tavolo.
- **Un direttore, non un comitato.** Una figura tecnica scelta per competenza, con obiettivi misurabili.
- **Trasparenza sui risultati.** Gli indicatori del capitolo 4 pubblicati ogni anno, anche quando non sono buoni.

In chiusura

Il campanile non va abbattuto: va messo in rete con gli altri sei. Ogni comune conserva il proprio nome, la propria festa, la propria storia, e guadagna ciò che da solo non avrà mai: una dimensione, una voce, un posto sulla mappa.

L'Unione dei Comuni è la forma; la sostanza è una consapevolezza di territorio: sentirsi, da Licata a Sommatino, parte di una stessa storia e di uno stesso futuro. È questa consapevolezza che porta i comuni a decidere insieme, le imprese a vendere un unico nome e i cittadini a raccontare la propria terra.

Tra vent'anni il successo non si misurerà dal numero di uffici messi in comune. Si misurerà da tre cose: se chi abita questi paesi si sentirà parte di un unico territorio, se questo territorio avrà un nome conosciuto fuori dai suoi confini, e se i ragazzi che oggi sono a scuola avranno potuto scegliere di restare.

Fonti

Salento

- Scheda «Salento d'Amare» allegata dal relatore
- CISET, Confcommercio e Agis, Le ricadute degli eventi culturali e di spettacolo (2017)
- Regione Puglia, I trend del turismo 2024
- Regione Puglia, Il turismo in Puglia nel 2025

Sicilia e Agrigento

- Regione Siciliana, dati turismo 2025 alla BIT
- PalermoToday, report Confimprese sui dati 2024
- SiciliaTV, dati 2025 della provincia di Agrigento
- Federalberghi Agrigento, dati 2024
- Serenusa Village, scheda della struttura (494 camere)
- Bluserena, Serenusa Resort: come arrivare (7 km dopo Licata)
- G. Miccichè, «…il compasso non quadra», miccirosso.it, 26 giugno 2024
- ISTAT, Conti economici territoriali, anni 2022-2024 (22 dicembre 2025)
- Reddito medio dichiarato per regione, anno d'imposta 2024 (dati MEF, elaborazione Excellera), Money.it, 2 luglio 2026
- L. Loiacono, L. Rizzo, R. Secomandi, Residui fiscali regionali 2000-2021, Quaderni DEM 4/2025, Università di Ferrara
- CGIA su dati Banca d'Italia, residuo fiscale 2019 (ANSA, 4 febbraio 2023)
- Popolazione entro 300 km: elaborazione su dati ISTAT, censimento 2011 (comuni-json; coordinate italy_geo)
- Salento Prime, dati BIT 2026 della provincia di Lecce
- LeccePrima, turismo nel Salento gennaio-agosto 2026
- ISPRA, Catasto rifiuti: Puglia 2010
- ISPRA, Catasto rifiuti: Sicilia 2024
- ItaliaOggi, Qualità della vita 2026 in Sicilia

- LeccePrima, Qualità della vita 2026 nel Salento
- Pagella Politica, redditi dichiarati 2023
- Buonasera24, Irpef per provincia (CGIA)
- AgrigentoNotizie, redditi 2024 in provincia
- La Sicilia, il servizio sulla Valle dei Templi con gli ingressi 2024

Unioni, coalizioni e fondi

- Progetto ITALIAE, Sud: frammentazione comunale e capacità di spesa
- ANCI Sicilia, Analisi delle Unioni siciliane (2015)
- ANCI Sicilia, Le risorse dei fondi strutturali 2021-27 per i comuni siciliani
- EuroInfoSicilia, Politiche territoriali 2021-27
- Regione Siciliana, 270 milioni per SIRU e Isole minori
- La Sicilia, costituzione dell'Unione Sicilia Centro Orientale
- Travelnostop, le cinque DMO siciliane

Reddito e popolazione

- BlogSicilia, redditi MEF 2025 per provincia
- Centro Studi Tagliacarne, reddito disponibile delle famiglie
- City Population, serie ISTAT dei comuni agrigentini

Licata, Campobello e Silvio Benedetto

- Comune di Campobello di Licata, Parco della Divina Commedia
- Italia.it, l'Agrigentino orientale tra arte e letteratura
- La Sicilia, la scomparsa di Silvio Benedetto
- AgrigentoNotizie, dati dell'Osservatorio turistico provinciale
- Guida Michelin, La Madia