

**Audizione UNIONCAMERE presso la IX Commissione del Senato
sul
Piano strategico di sviluppo del turismo 2023-2027
del
MINISTERO DEL TURISMO**

Onorevole Presidente De Carlo, Onorevoli Senatori,
Unioncamere, in rappresentanza delle Camere di commercio e dell'intero sistema camerale, ringrazia la 9a Commissione del Senato per l'opportunità di poter rappresentare alcune considerazioni sul nuovo Piano di Sviluppo Strategico del Ministero del Turismo.

Innanzitutto, esprimiamo un giudizio complessivamente positivo sul provvedimento: apprezziamo, in particolare, la continuità di visione con quanto previsto dalla precedente programmazione strategica che, come era inevitabile, ha fortemente risentito del blocco alle attività imposto dal periodo pandemico nella sua messa a terra.

Il Piano viene correttamente inquadrato e reso coerente con analisi e riflessioni che sono andate maturando in sede internazionale (G20 Roma, G20 Bali, Agenda 2030 UE, Recovery Act) e nazionale (in particolare, la strategia per la ripresa del turismo disegnata e finanziata nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza).

Con questa audizione, preparata con il contributo dell'Istituto Nazionale per le ricerche turistiche (ISNART) delle Camere di commercio, intendiamo evidenziare il contributo in termini di progettualità e idee che può fornire il sistema camerale.

Le Camere, infatti, dando concreta attuazione alle nuove competenze attribuite loro nel 2016, si sono ritagliate un ruolo di "soggetto ponte" tra Regioni, enti locali ed imprese nella definizione delle strategie di sviluppo, qualificazione e promozione del turismo a livello territoriale. Per dare attuazione a queste nuove funzioni, il sistema camerale ha fatto anche ricorso a risorse proprie e investirà nel prossimo triennio oltre 50 milioni di euro di risorse promozionali per progettualità a diretto sostegno delle imprese della filiera turistica sui territori.



Prima, però, vorrei fornire qualche dato sulla dinamica del turismo in Italia, proveniente dalle indagini dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio.

Nel 2022 si stimano **775,6 milioni di turisti** (+17,5% sul 2021 ma ancora -16,4% rispetto al 2019), per un impatto economico di **77,4 miliardi di euro** (+18,5% sul 2021, -8,1% rispetto al 2019).

La crescita registrata rispetto al 2021 è legata principalmente al **ritorno del turismo internazionale (+49,7%** le presenze, soprattutto in strutture ricettive) e ad una sostanziale **stabilità per quello domestico (+1,8%)**.

La pandemia ha avuto un forte impatto sul sistema del turismo, sia in termini economici, **sia accelerando NUOVI COMPORAMENTI** già in atto a livello globale; ne cito alcuni:

- **maggiore attenzione alla sostenibilità**
- **crescente interesse per forme di turismo SLOW e all'aria aperta (boom del cicloturismo), riscoperta di borghi ed aree interne**
- **interesse per percorsi esperienziali emotivamente e culturalmente appaganti.**

In questo scenario, vorrei quindi soffermarmi su quale potrebbe essere il contributo del sistema camerale in riferimento ad alcuni temi cardine del Piano strategico del turismo, toccando gli aspetti della governance, del monitoraggio, dell'innovazione, della crescita della qualità e del lavoro.

SULLA GOVERNANCE

Le nuove funzioni attribuite nel 2016 alle Camere in materia di promozione del turismo e valorizzazione dei beni culturali hanno trovato ulteriore rafforzamento nella sottoscrizione di accordi di partenariato istituzionale, ed in particolare:

- **il PROTOCOLLO d'INTESA tra la Conferenza dei Presidenti delle regioni e l'Unioncamere** che mira a **favorire l'implementazione dell'osservazione economica e la valorizzazione delle destinazioni turistiche**, stimolando la **qualificazione delle professionalità** per diffondere la cultura dell'ospitalità turistica;
- **Il PROTOCOLLO tra ENIT e Unioncamere** per la realizzazione di **attività di studio, sull'offerta e la domanda turistica anche a livello internazionale e di iniziative promozionali per rilanciare l'immagine dell'Italia nel mondo** attraverso la rete delle Camere di commercio italiane all'estero e i ristoranti italiani nel mondo dotati del quality dell'"Ospitalità italiana".

Esistono inoltre una serie ulteriore di protocolli a livello territoriale tra Camere, Regioni e Università, attivati nell'ambito di una azione promozionale che il sistema camerale conduce attraverso il Network **Mirabilia**, nato per la valorizzazione dei siti Unesco meno conosciuti. Tra queste intese, ricordo in particolare quella stipulata con l'Università degli studi di Perugia per lo sviluppo dell'economia del turismo e la valorizzazione dei siti Unesco.

Sempre in tema di Governance, ricordo che **il Sistema camerale ha contribuito alla nascita e allo sviluppo di Destination Management Organization e di Organizzazioni di Gestione della Destinazione, strumenti di governance delle destinazioni turistiche che riuniscono i diversi attori territoriali.**

Ne sono esempi la Camera di Commercio di **Verona che presiede la DMO LAGO DI GARDA**, la **Camera di Commercio Riviera di Liguria con la DMO Riviera dei Fiori** e la **Camera dell'Umbria, nella costituenda DMO UMBRIA.**

Richiamo, infine, la vostra attenzione su una nostra iniziativa che intreccia il tema della governance con quello della sostenibilità, alla quale il Piano Strategico attribuisce grande importanza per preservare l'eccellenza e la qualità delle destinazioni italiane e come leva strategica per intercettare nuovi segmenti turistici. Si tratta di ***un modello di analisi delle destinazioni turistiche sviluppato da Isnart che andrebbe valorizzato all'interno del Piano strategico di sviluppo del turismo. Grazie a questo modello è possibile stimare, per tutti i 7.901 comuni italiani, l'impatto del turismo sui territori nelle tre declinazioni della sostenibilità (ambientale, sociale ed economica), e di progettare lo sviluppo turistico locale in maniera duratura e restituendo valore ai territori.***

SUL MONITORAGGIO E LE ANALISI

In tema di monitoraggio e analisi economica, ricordo che attraverso l'Osservatorio sull'economia del turismo gestito da Isnart, il sistema camerale da oltre 20 anni esamina ed anticipa i principali trend di mercato del sistema turistico italiano.

In particolare, in partenariato con ENIT, vengono svolte **indagini dirette rivolte sia al lato della domanda** (turisti italiani e stranieri) **che dell'offerta** (strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere) sull'intero territorio nazionale.

Le informazioni raccolte ci consentono di delineare il profilo dei turisti e il livello di soddisfazione per l'esperienza vissuta.

Questo patrimonio informativo è disponibile per **singoli territori, prodotti turistici e/o target di clientela** e viene messo a disposizione degli **Osservatori sul turismo delle regioni.**

Il sistema camerale, tra l'altro, ha investito per costruire un **ECOSISTEMA DIGITALE**, la **piattaforma Stendhal**, che raccoglie e rende confrontabili tutte queste informazioni, in logica **OPEN DATA**, unitamente alle statistiche provenienti da fonti ufficiali.

Le funzioni di **Big Data Analytics** della piattaforma consentono **analisi predittive** utili per programmare lo sviluppo turistico evitando i rischi di **overtourism**.

Una funzionalità che supporta, dunque, la costruzione di un **turismo di precisione**, che permette di orientare gli interventi per rafforzare le fragilità delle destinazioni, valorizzandone i punti di forza e, soprattutto, orientando la promozione verso i target di domanda più consoni a quello specifico territorio.

Un impianto metodologico ed un complesso di informazioni e analisi che proponiamo di valorizzare all'interno del costituendo Centro Studi per la Programmazione Economica del Turismo, previsto dal Piano strategico del Turismo.

SULLA FORMAZIONE

Un altro capitolo fondamentale del Piano Strategico del Turismo è quello della formazione e riqualificazione delle professionalità come assi strategici indispensabili per la capacità competitiva del comparto turistico.

Il Sistema camerale, che attraverso il Sistema Informativo Excelsior da oltre 20 anni monitora il mismatch tra domanda ed offerta di lavoro, ha tra le proprie funzioni quella dell'orientamento e dell'individuazione di modelli per la certificazione delle competenze.

Unioncamere, con le Camere, ha avviato una sperimentazione nazionale per la certificazione delle competenze acquisite nel corso di stage/tirocini in azienda, in partenariato con le reti nazionali delle scuole tecniche e professionali (RENAIA, RENISA, TAM, M2A) e con Federalberghi e Fipe.

Ci offriamo, quindi, di costruire per il settore del turismo un MODELLO DI CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE che sia:

- 1) riconosciuta dalle imprese, per allineare il mondo della formazione con le richieste del mercato del lavoro;***
- 2) sostenuto dalle scuole, per favorire l'arricchimento del CV degli studenti con una certificazione di "parte terza" di competenze maturate in contesti non formali;***
- 3) in grado di agevolare l'incontro di domanda/offerta di lavoro attraverso la realizzazione di percorsi di formazione basati su modelli standard nazionali co-progettati tra scuola ed imprese;***
- 4) capace di favorire l'orientamento e di attrarre studenti di talento per il settore del turismo.***

A ciò affianchiamo i percorsi di *capacity building*: iniziative di formazione rivolte ai titolari d'impresa e/o i loro collaboratori che mirano a rafforzare le proprie capacità, superare le cause di fragilità e far fronte ai cambiamenti del contesto di riferimento. Ad oggi sono stati organizzati oltre **150 percorsi formativi** dalle diverse Camere di commercio, con un indice di gradimento di oltre il 95%.

In virtù dell'esperienza maturata su questi fronti, Unioncamere e ISNART propongono la creazione di una Lab Academy che possa affiancare le iniziative per la riqualificazione delle imprese della filiera turistica.

SULL'INNOVAZIONE

In tema di innovazione, ricordo che il Ministero del Turismo punta fortemente allo sviluppo di un Hub del turismo digitale per innovare e connettere l'offerta e la promozione turistica del Paese. Le Camere di commercio sono indicate come partner istituzionali dell'Hub e per questo stiamo già lavorando per **mettere a disposizione del Ministero l'anagrafica delle imprese della filiera del turismo.**

Confermo quindi la disponibilità delle Camere di commercio a mettersi a disposizione per contribuire a qualificare l'offerta del Digital Tourism Hub, nonché a portarlo all'attenzione delle imprese sui territori.

In tema di digitalizzazione, vorrei sottolineare l'apporto che il sistema camerale, all'interno del Piano Strategico, potrebbe offrire attraverso i PID – Punti impresa digitale, nati nel 2017 all'interno del Piano Nazionale Impresa 4.0 per favorire la digitalizzazione delle micro, piccole e medie imprese (MPMI).

I Pid hanno già **raggiunto oltre 500.000 tra imprese con servizi informativi, di assessment digitale delle imprese, sostegni economici per la digitalizzazione (voucher), orientamento e di mentoring.**

I dati rilevati attraverso queste nostre strutture mettono in luce come **il livello di digitalizzazione delle imprese della filiera turistica sia meno marcato della media. In questo settore le imprese ai primi stadi del processo di digitalizzazione ("esordienti" ed "apprendisti" digitali) sono in numero maggiore rispetto alla totalità degli altri settori.** Tuttavia, emerge una crescita costante della maturità digitale nelle imprese micro e piccole, imposta dalla pandemia, **che ha avuto un effetto catalizzatore nei processi di digitalizzazione delle imprese turistiche.**

SULLA QUALITA'

Un'ultima riflessione riguarda infine il tema della qualità dei servizi offerti in ambito turistico.



Su questo fronte, il Sistema Camerale lavora da circa trent'anni con il **progetto Ospitalità Italiana** che garantisce al consumatore standard qualitativi sulle imprese ricettive e ristorative certificate in Italia e all'estero.

Il progetto **ha consentito di certificare circa 7.000 imprese in Italia.**

Dal 2010, Ospitalità Italiana è stata estesa anche ai ristoranti, pizzerie e gelaterie italiani nel mondo, anche al fine di contrastare i fenomeni di *italian sounding*.

Il percorso certificativo, integrato con un sistema di rating, è studiato per trasformare i requisiti in altrettanti indicatori chiave delle prestazioni aziendali.

Obiettivo ultimo, quello di utilizzare il percorso certificativo per accompagnare l'impresa ad analizzare il livello a cui si attesta nelle quattro aree di indagine (promozione del territorio, notorietà, identità e qualità del servizio) e ad avviare percorsi di miglioramento, nella prospettiva di superare il sistema classico delle stelle dell'hôtellerie.

Ad oggi, sono stati certificati circa 2.230 ristoranti, 20 gelaterie e 16 pizzerie in 60 nazioni, con il supporto di 73 Camere di commercio estere.

Il sistema camerale mette a disposizione questa esperienza e questa rete di strutture certificate che possono costituire, altresì, un formidabile canale di valorizzazione dei prodotti autenticamente italiani, sia in Italia che all'estero.