



UNIONCAMERE

PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024

4 - SOSTEGNO DEL TURISMO (PROGRAMMA REGIONALE)

1. OBIETTIVI PROGRAMMA

Il programma per il sostegno del turismo punta a consolidare il ruolo del sistema camerale nell'analisi sull'economia del settore e a valorizzare ulteriormente le iniziative avviate dalle Camere di commercio per l'attrattività dei territori e delle destinazioni turistiche. A tale scopo, sono state definite le seguenti 3 linee di attività:

1. **estendere e consolidare il programma nazionale di ricerche e quello di analisi sulle economie locali del turismo per rafforzare il ruolo delle Camere di commercio a sostegno delle imprese turistiche** attraverso l'investimento nella formazione dei funzionari camerale per migliorare l'analisi dei prodotti turistici nei territori regionali e per l'utilizzo delle più moderne metodologie di analisi dell'impatto economico degli eventi che caratterizzano l'offerta turistica locale;
2. **sostenere la capacità delle Camere di commercio nell'analizzare il livello di sviluppo delle destinazioni turistiche** impostando nuove progettualità ad esse dedicate, anche nell'ottica della sostenibilità. Vanno, altresì, proseguite le attività di trasferimento delle competenze (capacity building) per la crescita di impresa, concentrando gli interventi sui fabbisogni delle destinazioni turistiche;
3. **favorire gli interventi promozionali per la qualificazione della filiera e delle destinazioni turistiche** valorizzando con il rating Ospitalità Italiana anche i circuiti e gli eventi turistici, culturali e sportivi e, in generale, gli strumenti promozionali delle destinazioni turistiche che verranno inseriti nella piattaforma dell'Ospitalità Italiana.

1. ATTIVITÀ

Attività centralizzata realizzata da Unioncamere

1. Consolidare le attività di osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori

Il consolidamento dell'Osservatorio sull'economia del turismo del sistema camerale passa attraverso la prosecuzione dell'integrazione delle risultanze delle attività di monitoraggio realizzate a livello centrale con quelle realizzate nei vari ambiti territoriali, conseguendo un approccio "federato" nelle analisi dei fenomeni turistici. Questo permette la realizzazione di un articolato Programma di ricerche nazionale e locale che vede la strutturazione dell'impianto di osservazione basata sui fondamentali dell'analisi economica: la domanda e l'offerta di mercato. Le indagini sulla domanda, con particolare riferimento alla spesa e al comportamento dei turisti, rappresentano un filone strategico di analisi economica e territoriale realizzata in questi anni dal sistema camerale. Una metodologia che si è caratterizzata per la possibilità di integrare le indagini svolte a livello centrale con i risultati delle indagini territoriali realizzate grazie ai sovra-campionamenti locali del campione di osservazione nazionale.

L'attività a livello centrale prevede, dunque, da un lato, la realizzazione di un report economico nazionale da mettere a disposizione delle Camere di commercio e, dall'altro lato, il proseguimento dell'attività di assistenza alle Camere di commercio e alle Unioni regionali, anche attraverso focus group, per la lettura condivisa dei dati turistici con gli stakeholder, funzionale all'attività di analisi economica dei singoli territori.

Tale programma di lavoro sarà realizzato attraverso i seguenti step:

1.1 attivazione dei due macro-filoni di indagine che costituiscono il *core* delle analisi socio-economiche del turismo in Italia, ossia:

- due indagini dirette alla domanda che avranno luogo nei due momenti di picco stagionale del turismo (una in estate e una in inverno) e coinvolgeranno i turisti italiani e stranieri che soggiornano in Italia. Le informazioni permetteranno di rilevare i comportamenti turistici e di consumo (spesa e abitudini) dei turisti e le ricadute economiche sul territorio;
- tre indagini alle imprese per il monitoraggio dell'offerta che si svolgeranno in tre periodi dell'anno (una ogni quadrimestre) e saranno rivolte ad un campione di imprese ricettive italiane per verificare l'andamento delle vendite, le prenotazioni per i mesi successivi alla rilevazione, le caratteristiche della clientela, i mercati di interesse, le principali esigenze e le problematiche segnalate dal sistema delle imprese.

I risultati dei due filoni di indagini - che possono vantare dati esclusivi (es. confronti temporali, identikit del turista e spesa media dei vacanzieri che alloggiano sia in strutture ricettive che in abitazioni private, ecc.) - confluiranno nell'ecosistema digitale alla base dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio e dei sistemi di monitoraggio dello stato di salute delle destinazioni turistiche, ecosistema Stendhal;

1.2 formazione dei responsabili camerale per l'utilizzo degli strumenti di analisi dell'economia del turismo. Viste le novità introdotte nell'ecosistema Stendhal, proseguirà l'attività di formazione all'utilizzo efficace della piattaforma, in tutte le sue possibilità di navigazione ed incrocio di dati statistici ed informazioni quali-quantitative, inclusa la sperimentazione della tenuta statistica delle nuove analisi di tipo predittivo, a beneficio dei responsabili del turismo delle Camere di commercio;

1.3 promozione delle nuove metodologie di analisi sui prodotti turistici italiani (termale, balneare, montano, naturalistico, ecc.) fornendo assistenza ai sistemi camerati regionali per realizzare degli incontri con gli stakeholder locali per la lettura condivisa dei dati sui prodotti turistici funzionali all'analisi del loro peso economico sulla filiera locale.

Prodotti/servizi realizzati per le CCIAA/UR:

- ✓ Report con analisi dei risultati delle indagini nazionali e relativa nota metodologia;
- ✓ Formazione dei responsabili camerati sul Data explorer di Stendhal attraverso l'organizzazione di webinar a livello regionale;
- ✓ Format per la realizzazione - a livello regionale - dei focus group con gli stakeholder per analisi condivisa sui prodotti turistici regionali;
- ✓ Inserimento dati e informazioni prodotte a livello territoriale nell'ecosistema Stendhal.

2. Favorire lo sviluppo delle destinazioni turistiche attraverso modelli di analisi innovativi

Le attività sono orientate a capitalizzare i risultati derivati dalle azioni condotte nelle annualità precedenti per lo sviluppo e la valorizzazione delle destinazioni turistiche, anche grazie alle potenzialità dell'ecosistema digitale Stendhal ultimato nel 2023, che ha al proprio interno una funzionalità (Data for destination) che consente di affrontare in modo nuovo tale analisi. La funzionalità è denominata Data for destination e offre 4 tool di analisi: Assessment (analizza potenziale e posizionamento competitivo della destinazione), Sentiment (verifica la percezione che i turisti hanno avuto nel corso della vacanza), Branding (valuta la forza e la rappresentazione del brand di una destinazione turistica attraverso i media), Sustainability (verifica l'impatto ambientale, sociale ed economico dei fenomeni turistici).

Nella loro complessità i 4 tool sono in grado di effettuare diagnosi, misurare tendenze, tracciare proiezioni sui diversi fenomeni che interessano una località turistica e comparare le performance di destinazioni turistiche assimilabili, con l'obiettivo di sostenere e migliorare le decisioni e le politiche camerati a supporto del turismo.

In questo filone di lavoro sono dunque previste 3 azioni che utilizzano tali metodologie:

- 2.1 attivazione di percorsi per la crescita delle capacità di analisi e di progettazione dei funzionari camerati attraverso lo studio comparato delle destinazioni turistiche dell'ambito regionale di riferimento. Si tratta di dare avvio ad un programma di medio periodo che porti il personale camerale ad acquisire dimestichezza e consapevolezza delle possibilità di intervento che possono essere realizzate nelle singole destinazioni turistiche. Verranno avviati percorsi di analisi partecipata, dei veri e propri laboratori di ricerca e di progettazione che definiranno anche i fabbisogni riscontrati nelle destinazioni turistiche. I laboratori, strutturati a livello regionale, dovranno anche cimentarsi con la progettazione di nuovi interventi utilizzando le funzionalità della terza sezione di Stendhal, Data for project;
- 2.2 prosecuzione delle attività di trasferimento delle competenze fornendo alle Camere di commercio il supporto per definire gli interventi di capacity building - da effettuare attraverso la Tourism Lab Academy strutturata da Isnart - sulla base del fabbisogno formativo emerso attraverso l'analisi del posizionamento competitivo delle destinazioni turistiche così da calare le attività di accrescimento delle conoscenze sulle effettive necessità delle imprese che operano nelle destinazioni;

2.3 promozione degli interventi di governance del turismo aiutando le Camere di commercio che decidono di porsi come parte attiva nella individuazione e costituzione di un sistema di governo della destinazione. Utilizzando i gruppi di imprese mobilitati nel corso del 2023 per la definizione del Piano di intervento sulle destinazioni turistiche, a livello centrale, sarà fornito il supporto alle Camere di commercio che volessero cimentarsi con le pratiche di aggregazione di imprese del comparto turistico nel costituirsi come DMC, PMC, Club di prodotto per arrivare anche alle modalità per la strutturazione di una DMO o di altri sistemi di governance come le OGD (Organizzazioni di Gestione della Destinazione).

Prodotti/servizi realizzati per le CCIAA/UR:

- ✓ Assistenza per lo sviluppo delle attività di analisi partecipata e laboratori di progettazione;
- ✓ Format per seminari/webinar per l'attività di trasferimento delle competenze;
- ✓ Assistenza alle Camere di commercio impegnate nella strutturazione di sistemi di governo delle destinazioni.

3. Promuovere la qualificazione della filiera

Sul versante della qualificazione di filiera, saranno resi disponibili gli strumenti per riconoscere il grado di Ospitalità Italiana che le imprese riescono ad esprimere e sarà fornito alle Camere di commercio il supporto per accompagnarle nel percorso di crescita verso la qualificazione. Parallelamente, saranno strutturate nuove regole per la valutazione della qualità dei circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, etc.) e supportate le Camere nell'attività di istruttoria per l'attribuzione del rating Ospitalità Italiana anche a tali circuiti.

Prodotti/servizi realizzati per le CCIE:

- ✓ Assistenza alle Camere di commercio impegnate nelle attività di qualificazione.

4. Animazione della rete dei ristoranti italiani nel mondo

La rete "Ospitalità Italiana" dei ristoranti italiani nel mondo deve essere costantemente animata per poter essere utilizzata quale strumento di valorizzazione delle produzioni alimentari e artigianali e delle destinazioni turistiche italiane, a disposizione di quanti (amministrazioni centrali e regionali) sono impegnati nella diffusione del Made in Italy all'estero. A tal fine, occorrerà portare avanti le attività necessarie a garantire la diffusione della distinzione Ospitalità Italiana (oramai presente anche presso le pizzerie e le gelaterie italiane all'estero), assicurandone sia la segreteria tecnica che il supporto alle attività di verifica realizzate dalle Camere di commercio italiane all'estero presso le strutture aderenti.

Prodotti/servizi realizzati per le CCIE:

- ✓ Assistenza alle CCIE impegnate nel programma di valorizzazione della rete dei ristoranti italiani nel mondo

Attività a livello locale realizzata dalle Unioni regionali/Camere di commercio

1. Consolidare le attività di osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori

Le attività sono da realizzare su un livello regionale. Pertanto, le Unioni regionali, le Camere di commercio in associazione tra loro a livello regionale o le Camere di commercio uniche di livello regionale, per dare corposità e forza all'impianto analitico, sulla base degli strumenti e dell'assistenza forniti da Unioncamere, dovranno realizzare il Programma di ricerche locale. Il Programma nazionale verrà infatti integrato con sovra campionamenti di indagine svolte a livello locale, così da far crescere la "funzione federata" di Stendhal, chiamata a fornire elementi di analisi e approfondimenti dei fenomeni turistici nei singoli territori, andandosi ad integrare con i dati e le analisi svolte a livello locale anche da altri organismi, in particolare le Regioni, con le quali occorre attivare e/o proseguire le alleanze e collaborazioni, dando concreta attuazione al disposto del Protocollo d'intesa stipulato tra l'Unioncamere e la Conferenza delle Regioni.

A tale scopo, le fasi di lavoro di tale linea di attività sono:

- 1.1 attivazione di indagini territoriali ad hoc rivolte ai turisti che consentano di evidenziare le caratteristiche del/dei turismo/i sui territori, utilizzando l'impianto metodologico adottato da Unioncamere per le indagini di livello nazionale. Le indagini territoriali possono essere realizzate attraverso dei sovra-campionamenti locali del campione di osservazione nazionale. I sovra campionamenti permetteranno analisi di approfondimento prioritariamente articolate attorno ai territori già identificati nelle precedenti annualità del fondo e/o su particolari eventi di interesse nell'ambito della strategia promozionale del territorio;
- 1.2 partecipazione ai seminari/webinar formativi attivati dal livello centrale per approfondire l'utilizzo dell'ecosistema Stendhal alla base dell'Osservatorio economico sul turismo;
- 1.3 realizzazione - sulla base del format fornito da Unioncamere - degli incontri con gli stakeholder locali per l'analisi sui prodotti turistici regionali (ad es., balneare, montano, lacuale, termale, naturalistico, ecc.). A tale scopo, attraverso il tool Data explorer di Stendhal, saranno messi a disposizione dati e analisi sui prodotti turistici da portare all'attenzione degli stakeholder locali per l'analisi condivisa e lo studio dell'andamento dei prodotti e del loro peso economico sulla filiera locale. In questo contesto sarà sperimentato l'utilizzo della terza sezione di Stendhal denominata Data for project, che può consentire di simulare il posizionamento dei prodotti turistici messi sotto esame.

Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:

- ✓ Indagini dirette ai turisti e alle imprese con metodologia fornita dall'Unioncamere e sovra campionamento statisticamente significativo;

- ✓ Report dati in formato excel per l'alimentazione dell'ecosistema digitale;
- ✓ Report di analisi economico-territoriale (almeno 1) contenente i risultati delle indagini di livello territoriale, con eventuale approfondimento tematico relativamente ad un prodotto turistico;
- ✓ Attività di raccordo con le Regioni;
- ✓ Partecipazione alla formazione sulle metodologie di utilizzo dell'ecosistema digitale;
- ✓ Realizzazione di almeno 1 incontro con il coinvolgimento di almeno 10 stakeholder per formulare analisi condivise di trend e posizionamento del prodotto turistico locale rispetto le aree competitor.

2. Favorire lo sviluppo delle destinazioni turistiche attraverso modelli di analisi innovativi

Le attività sono da realizzare su un livello regionale. Le Unioni regionali/Camere capofila e/o di livello regionale, saranno chiamate ad accrescere – attraverso l'utilizzo del Data for destination – le proprie capacità progettuali per valutare il livello di sviluppo delle destinazioni turistiche e promuovere relativi modelli di intervento. Le azioni da realizzare su questa linea sono:

- 2.1 partecipazione dei funzionari camerale ai laboratori di co-progettazione attivati dal livello centrale per l'analisi e la definizione del posizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Tutto ciò, al fine analizzare il posizionamento di mercato e quindi, individuare gli ambiti su cui puntare da subito per poter promuovere la singola destinazione (e su cui le Camere potranno utilizzare anche il finanziamento del 20%) e quali interventi mettere in atto, in collaborazione con gli stakeholder che su quella destinazione insistono per intervenire sulle situazioni di maggiore fragilità che ne frenano lo sviluppo;
- 2.2 organizzazione dei percorsi di assistenza alle imprese (in modalità webinar), con attività di trasferimento delle competenze (capacity building), concentrando gli interventi di coaching sulle necessità riscontrate attraverso l'analisi del posizionamento competitivo della destinazione anche in un'ottica di sostenibilità;
- 2.3 Sostegno alla partecipazione delle Camere in DMO (Destination Management Organization) o altri sistemi di governance come le OGD (Organizzazioni di gestione della Destinazione) e/o alla nascita di aggregazioni d'impresa in DMC, PMC, Club di prodotto.

Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:

- ✓ Partecipazione del personale camerale ai laboratori di co-progettazione;
- ✓ Realizzazione di percorsi di assistenza alle imprese per l'organizzazione dell'offerta turistica della destinazione;
- ✓ Sperimentazione di sistemi di governance della destinazione.

3. Promuovere la qualificazione della filiera

Per quanto riguarda le attività di qualificazione di filiera, le Unioni regionali, le Camere di commercio in associazione tra loro a livello regionale o le Camere di commercio uniche di livello regionale, sulla base dei disciplinari e del supporto forniti dal livello nazionale, dovranno promuovere la qualificazione dei circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.). Le attività da realizzare sono:

3.1 utilizzando le regole messe a punto dal livello nazionale per l'attribuzione di uno scoring ai circuiti turistici, le Unioni regionali/Camere di commercio devono raccogliere le informazioni per la valutazione dei circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.). I circuiti che superano un certo punteggio saranno inseriti nella piattaforma dell'Ospitalità Italiana.

Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:

- ✓ Raccolta delle informazioni per la qualificazione dei circuiti turistici.

Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:

1. Realizzazione di almeno una indagine diretta ai turisti con sovra campionamento statisticamente significativo (periodo estate/Natale 2023) realizzando gli output seguenti:
 - 1a - 1 Report dati in formato excel per l'alimentazione dell'ecosistema digitale;
 - 1b - 1 Report di analisi economico-territoriale contenente i risultati delle indagini di livello territoriale,
 - 1c - eventuale approfondimento tematico relativamente ad un prodotto turistico/evento;
2. Realizzazione di almeno un focus group che veda il coinvolgimento di almeno 10 stakeholder locali per ciascun focus per formulare analisi condivise sul posizionamento del prodotto turistico locale;
3. Realizzazione di almeno un seminario rivolto ad almeno 15 imprese partecipanti per le attività di capacity building;
4. Realizzazione delle attività per la qualificazione di almeno 3 circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.) per Camera di commercio partecipante al progetto regionale.

Spesa massima ammissibile per il complesso delle attività e azioni progettuali:

- 1) CCIAA piccola dimensione (0-75.000 imprese): 30.000,00 euro;
- 2) CCIAA media dimensione (75.000 - 100.000 imprese): 35.000,00 euro;
- 3) CCIAA media dimensione (oltre 100.000 imprese): 40.000,00 euro;

Spese ammissibili al finanziamento:

1. **Personale** esclusivamente con riferimento alle spese di coordinamento del personale della struttura camerale che coordina il progetto a livello regionale (Unione regionale/Struttura regionale/CCIAA regionale);
2. **Prestazioni di servizi** con riferimento alle spese esterne per le attività relative all'osservatorio economico, allo sviluppo delle destinazioni turistiche e alla promozione della qualificazione di filiera (es. realizzazione indagini, realizzazioni analisi economiche e relativi report, ricognizione delle informazioni relative alle destinazioni turistiche e realizzazione piano strategico, attività di assistenza alle imprese per la qualificazione di filiera, etc);
3. **Promozione** con riferimento alle spese esterne per la realizzazione di conferenze e comunicati stampa, acquisto di prodotti e servizi finalizzati all'organizzazione di incontri e webinar, etc.;
4. **Altre spese** con riferimento ai canoni di abbonamento e/o acquisto banche dati, alle spese di trasferta delle risorse umane della struttura camerale di coordinamento per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.

Ribaltamento della spesa massima ammissibile per le suddette attività, nell'ambito della tipologia di spese ammissibili che la CCIAA può realizzare (cfr. scheda spese ammissibili):

Tipologia di spesa	Composizione % delle spese
Personale (<i>coordinamento del personale della struttura camerale capofila del progetto a livello regionale (Unione regionale/Struttura regionale/CCIAA regionale)</i>)	Fino max 35,0%
Prestazione di servizi (<i>società in house, società di mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, ecc.</i>) con riferimento alle spese esterne per le attività relative all'osservatorio economico, allo sviluppo delle destinazioni turistiche e alla promozione della qualificazione di filiera (es. realizzazione indagini, realizzazioni analisi economiche e relativi report, ricognizione delle informazioni relative alle destinazioni turistiche e realizzazione piano strategico, attività di assistenza alle imprese per la qualificazione di filiera, etc.	Fino max 55,0%
Attrezzature e software	Fino max 00,0%
Promozione con riferimento alle spese esterne per la realizzazione di conferenze e comunicati stampa, acquisto di prodotti e servizi finalizzati all'organizzazione di incontri e webinar, , etc	Fino max 30,0%
Altre spese con riferimento ai canoni di abbonamento e/o acquisto banche dati, alle spese di trasferta delle risorse umane della struttura camerale di	Fino max 10,0%

<i>coordinamento per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali</i>	
--	--

N° FTE che si prevede di dedicare al programma
---	-------

La CCAA/UR che gestisce il progetto, aderendo al programma Turismo, sottoscrive l'impegno a realizzare le attività proposte e a beneficiare dei servizi/prodotti messi a disposizione dall'Unioncamere.

Si impegna altresì a realizzare una indagine di customer satisfaction presso le imprese/utenti beneficiari delle attività progettuali per rilevare il livello di soddisfazione dei servizi ricevuti attraverso il programma del Fondo perequativo, utilizzando gli strumenti di rilevazione messi a disposizione dall'Unioncamere.

RESPONSABILE DEL PROGRAMMA:

Nominativo: Amedeo Del Principe

REFERENTE OPERATIVO DEL PROGRAMMA:

Nominativo: Giovanna Pascale

Telefono: 06.4704374

E-mail: giovanna.pascale@gmail.com