

**24.11.2016**

ore **14.30**



## **L'INNOVAZIONE DEL TURISMO in Emilia Romagna**

Travelling trends, reti, proposte, leggi e incentivi

**MEF** Museo Enzo Ferrari



MODENA

### **L'innovazione del turismo in Emilia Romagna INTRODUZIONE ROBERTO MASI Presidente CNA Commercio e Turismo Emilia Romagna**

In un momento in cui siamo alla vigilia dell'applicazione della nuova Legge Regionale sul turismo, dell'apertura di un nuovo bando rivolto anche alle imprese operanti in ambito turistico, in un momento in cui il mondo sta cambiando alla velocità della luce e di conseguenza cambiano anche le abitudini di persone e viaggiatori, abbiamo ritenuto importante organizzare questo pomeriggio di confronto e riflessioni su quella che può essere **L'INNOVAZIONE DEL TURISMO IN EMILIA ROMAGNA**.

**I dati<sup>1</sup> ci dicono che sono sei anni consecutivi che il turismo mondiale è in crescita** (+4.6% nel 2015 e le stime parlano di una crescita fra il 3.5 e il 4.5% nel 2016) e nonostante la situazione legata al terrorismo e diverse problematiche è l'Europa ad essere cresciuta più di tutti con un +5% nel 2015.

Stiamo parlando di un'economia che pesa parecchio, a livello mondiale parliamo del **9% del PIL e del 6% dell'export mondiale** (per rendere bene l'idea, visto che il turismo è considerato un settore dell'export, nel 2015 è risultato al terzo posto davanti a food e automotive e dopo combustibili e industria chimica.)

La crescita complessiva del turismo è stata nettamente superiore alle performance dell'economia mondiale dimostrando quindi che nonostante la crisi, si tratta di **un'area resiliente, in grado di garantire sviluppo e occupazione, un'area su cui investire.**

A fronte di questo panorama internazionale l'Italia ha tenuto, ma l'Emilia Romagna molto meno, è pertanto opportuno unire le forze per rinnovare l'offerta turistica della nostra regione.

<sup>1</sup> UNWTO 2016

La combinazione di crisi economica e necessità di rinnovamento sta mettendo a dura prova molte imprese del nostro territorio, almeno un 20% di imprese alberghiere è a rischio chiusura, ma soffrono anche commercio e servizi, dobbiamo quindi capire in che direzione si muove la domanda turistica e attrezzarci al meglio per rispondere.

Da questo presupposto ci siamo mossi anche nel commissionare allo Studio Giaccardi la ricerca di cui fra poco verranno presentati i risultati, capire cosa cercano i viaggiatori under 40, una intera generazione di viaggiatori che rappresentano oggi il 20% di tutti i turisti e nei prossimi anni saranno quasi la metà del numero totale di viaggiatori di tutto il mondo. Volevamo capire se la nostra regione è conosciuta da questi viaggiatori e risponde alle loro esigenze.

Il turista oggi ha più strumenti per informarsi, decidere e scegliere la tipologia di vacanza che più si adatta ai propri desideri; la rivoluzione digitale ha stravolto le normali dinamiche rendendo il turista più “forte” e consapevole.

Il 68% dei viaggiatori consultano la rete prima di decidere dove andare e questo fatto non si può ignorare. La discussione non è più se essere o non essere presenti su internet, perché direttamente o indirettamente ci siamo comunque, meglio prenderne atto prima possibile e cambiare di conseguenza, perché da questi comportamenti dipendono spesso anche le fortune o sfortune di un territorio.

Noi ci mettiamo a disposizione della Regione per contribuire alla crescita del nostro sistema turistico, convinti che il nostro legame e la nostra rappresentatività del sistema economico del territorio dalla ristorazione al ricettivo, dai trasporti all'artigianato artistico, dalle attività commerciali e di pubblico esercizio, ai servizi e ancor più la nostra capacità di mettere in rete tutte queste diverse tipologie di impresa possa essere strategico per la competitività del turismo della nostra regione.

**Il turismo non è solo un sistema alberghiero, non è solo ristorazione, non è solo balneazione, non è solo musei o terme, IL TURISMO È TERRITORIO.**

A dimostrazione di ciò, fra i nostri associati a livello regionale, abbiamo provato ad estrapolare tutti i soggetti che in base alla nostra esperienza hanno o potrebbero avere a che fare col turismo e tra agenzie immobiliari e agenzie di viaggio, artigianato artistico, chi gestisce attività sportive o di divertimento, chi noleggia attrezzature sportive, i balneari, le guide turistiche, ma anche chi fa

comunicazione, marketing o servizi collegati al turismo così come il ricettivo e la ristorazione arriviamo a più di 7500 imprese.

In questo senso apprezziamo lo sforzo e il cambio di traiettoria proposto dalla Regione con la **nuova Legge sul Turismo**, passando dal prodotto alle destinazioni, destinazioni appunto che possono anche essere (o forse devono essere) multiprodotto. Il turismo balneare (per fare un esempio) è sicuramente fondamentale per la nostra regione, ma chi sceglie o è attratto in prima battuta da questa tipologia di turismo poi cerca anche altro e noi tanto altro lo abbiamo e dobbiamo imparare a sfruttarlo meglio, a valorizzarlo e a metterlo in rete. Così ad esempio, saremo meno in balia di scoraggianti previsioni meteo perché il turista saprà che avrà tanto altro da fare.

Il patrimonio della nostra regione tra gastronomia, artigianato, cultura, natura e benessere, marchi storici di fama mondiale nell'automotive come nella moda, può essere un grande vantaggio competitivo da sfruttare al meglio.

Per riuscire a farlo, a nostro parere, serve innanzitutto acquisirne consapevolezza, poi essere in grado di creare delle proposte che, pur mantenendo una visione turistica unitaria, mettano insieme queste differenti tipologie di imprese rendendo facile per il turista (che è sempre la nostra guida) poterne godere appieno.

Parlando di destinazioni turistiche e di un mondo (e quindi di una domanda turistica) che cambia molto velocemente proponiamo anche l'organizzazione di Osservatori Turistici di Destinazione, così da poter monitorare dati (non solo di presenze) e organizzare l'offerta e l'accoglienza nel modo migliore per rispondere alle esigenze del turista.

Un altro nodo per riuscire in questo compito è quello dei collegamenti, se il nostro hub aeroportuale è l'aeroporto di Bologna così come le stazioni dell'alta velocità per i treni (sia Bologna che Reggio Emilia), occorre garantire trasferimenti facili e veloci nel resto della regione, d'estate e d'inverno. Vedremo dopo come noi cerchiamo di muoverci per fare rete anche in questo ambito.

Per riuscire ancor meglio a svolgere il nostro ruolo di aggregatori delle imprese del territorio, chiediamo che anche in Emilia Romagna, come già avviene in Toscana e in Veneto, venga valorizzato l'artigianato come elemento turistico. Abbiamo lavorato su alcuni progetti pilota in questa direzione e abbiamo visto il successo che può avere. Non dobbiamo inventarci niente, siamo già una regione ricchissima di botteghe artigiane, di botteghe storiche, di artigiani che rinnovano la tradizione, insomma siamo circondati da imprenditori in grado di offrire al turista un'esperienza. Sempre di più il viaggiatore (sempre la nostra guida) vuole entrare a

contatto con la realtà che visita, sapere e vedere come e dove vengono realizzati i prodotti tipici, portarseli a casa e magari imparare a farne un pezzetto!

Se parliamo di una visione complessiva del turismo regionale che sia in grado di mettere a sistema diversi aspetti e diverse peculiarità, riteniamo utile investire su un turismo che duri tutto l'anno, per tutta la regione (anche per il mare quindi), a tal fine sarà necessario modificare i piani spiaggia ormai obsoleti. Sarebbe importante avere un indirizzo della Regione in questa direzione, fermo restando che si tratta di un'opportunità, non di un obbligo, che ciascun comune potrà quindi decidere in che modo applicare. Vedremo anche dalla ricerca fra poco come questa indicazione emerga dalle risposte dei viaggiatori.

A questo punto un accenno alla questione dei balneari è doverosa. E' vero che ragioniamo su una proposta di turismo complessiva dove però il turismo balneare della nostra costa rimane un elemento cardine, e allora senza ripercorrere passi, errori ed occasioni mancate, ma concentrandoci sulla situazione attuale, per la nostra regione questa incertezza e ancor peggio questa spada di Damocle che pende sugli imprenditori balneari è davvero un danno; un danno perché è in crisi ormai da anni tutta la filiera visto che ovviamente non avendo certezza sulla propria concessione non esiste un incentivo a investire, un danno per la nostra offerta turistica che in assenza di investimenti fatica a rinnovarsi e un danno per migliaia di famiglie che hanno investito in passato in base alla legislazione nazionale creando il sistema di pmi che hanno portato valore turistico, sicurezza e qualità ambientale. Per questo sosteniamo il legittimo affidamento e la tutela delle imprese esistenti. Contiamo davvero sulla nostra Regione e sul ruolo che riveste a livello nazionale per ottenere quello che dovrebbe essere l'obiettivo comune di tutti, la difesa e lo sviluppo delle piccole imprese che hanno fatto crescere il turismo balneare nella nostra regione, facendolo diventare un modello a livello internazionale.

La capacità del turista di informarsi, l'impatto e il ruolo di internet nell'orientamento del turista, la ricerca anche di nuove esperienze più personalizzate fanno sì che al turista del giorno d'oggi si presentino davvero tantissime diverse opportunità, il turista vuole e deve poter scegliere. Il turista sa che esistono moltissime soluzioni differenti e giustamente non si accontenta ma vuole la soluzione che maggiormente corrisponde alle proprie esigenze.

Questo è vero anche nell'ambito della domanda di accomodation dove c'è stato un grande cambiamento, pensiamo quindi che nell'offerta alberghiera ed extra alberghiera ci sia spazio per diverse tipologie di ricettività.

Pensiamo che non si possa ignorare una delle nuove tendenze turistiche ma valga la pena capirne l'opportunità e sfruttarne il successo magari per registrazione accessi e tassa di soggiorno, come già avviene in altri territori. Ha senso parlare di airbnb così come di agriturismi e bed and breakfast, di alberghi diffusi oltre che di alberghi tradizionali, magari rinnovati e in grado di soddisfare le nuove richieste.

Se come abbiamo detto prima il turismo è territorio, occorre riuscire a valorizzarne ed integrarne tutti gli aspetti. Vedremo anche fra poco nella ricerca, come sia particolarmente gradita al turista la composizione di pacchetti composti da più esperienze; è importante come si raggiunge una location, che tipo di attività posso fare o cosa posso andare a visitare, le novità introdotte da festival o manifestazioni, dove posso mangiare e in che orari posso acquistare. Per riuscire a fare ciò è sicuramente utile riuscire a ragionare in modo integrato con politiche che considerino contemporaneamente innovazione, commercio, turismo, logistica e cultura, come in parte abbiamo già visto nell'ultimo bando uscito e che più tardi ci verrà illustrato.

Oggi la nostra idea è fornire un pomeriggio di stimoli alla vigilia dell'operatività di una nuova Legge Regionale, parlare di startup, di buone prassi, di idee e di disponibilità da parte nostra a collaborare per l'innovazione del turismo di questa regione.