



UNIONCAMERE  
EMILIA-ROMAGNA



UNIONCAMERE



ISNART

## IMPRESA > TURISMO

LE CAMERE DI COMMERCIO PER LA  
PROMOZIONE DEL TURISMO, LE  
STRATEGIE E GLI STRUMENTI DEL  
NUOVO SISTEMA CAMERALE

Roberto Di Vincenzo

Presidente ISNART



# La Riforma delle Camere e il nuovo ruolo sul turismo

La recente riforma sta trasformando gli enti che compongono il Sistema camerale affermando un modello di sistema istituzionale più leggero e moderno potenziando la propria mission di “pubblica amministrazione per le imprese”, e interfaccia tra “imprese” e “stato”, chiamate a offrire servizi e soluzioni che agevolino la business community, nel quadro di una forte spinta alla digitalizzazione.

*l'art. 1, comma 1, lett. d) bis del D. Lgs 25 novembre 2016, n. 219, sancisce che le Camere di Commercio, singolarmente o in forma associata, svolgono le funzioni relative **a valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo, in collaborazione con gli Enti e organismi competenti***

La riforma delle Camere di commercio attribuisce al Sistema camerale **nuove funzioni per la valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo; una nuova competenza prioritaria che le pone al centro di un necessario processo di integrazione dell'offerta, aprendole ad un nuovo ruolo di servizio al territorio ed ai suoi attori.**

Si conferma inoltre l'autonomia funzionale delle Camere ma si potenzia in parallelo il principio di sussidiarietà tra enti, in particolare Regioni e Camere di Commercio, chiamate così a collaborare per lo sviluppo turistico la valorizzazione culturale dei territori e delle imprese.



# Dove stiamo andando

## La nuova funzione di Isnart

ISNART Scpa - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche - nasce nel 1992 dal Sistema camerale per rispondere a un bisogno di approccio integrato allo sviluppo del comparto turistico italiano, componente fondamentale dell'economia del Paese.

E composta da:

- Unioncamere nazionale
- 36 Camere di commercio
- 4 Unioni regionali delle Camere di commercio

Supporta le imprese dell'intero comparto a qualificare meglio la propria offerta – vedi Marchio Ospitalità Italiana – e a migliorare la propria capacità competitiva.

Dota le Camere e i territori di un punto di osservazione sull'andamento del comparto turistico italiano, oggi anche attraverso sistemi altamente innovativi

Affianca le Camere di commercio nel dare attuazione alla riforma e a svolgere la nuova competenza che affida agli enti un ruolo strategico per lo sviluppo turistico territoriale





# Dove stiamo andando

## Le scelte strategiche

- ❑ contribuire concretamente alla **digital transformation** del turismo
- ❑ comprendere le **dinamiche economico e sociali** connesse al turismo
- ❑ analizzare in modo puntuale e innovativo le **interconnessioni tra attrattori, sistema turistico e mutamenti della domanda**
- ❑ fornire alle imprese **strumenti per accrescere** la capacità di intercettare in tempo reale le opportunità offerte dai mercati
- ❑ supportare il sistema pubblico nel **migliorare e innovare** il contesto in cui vivono le imprese

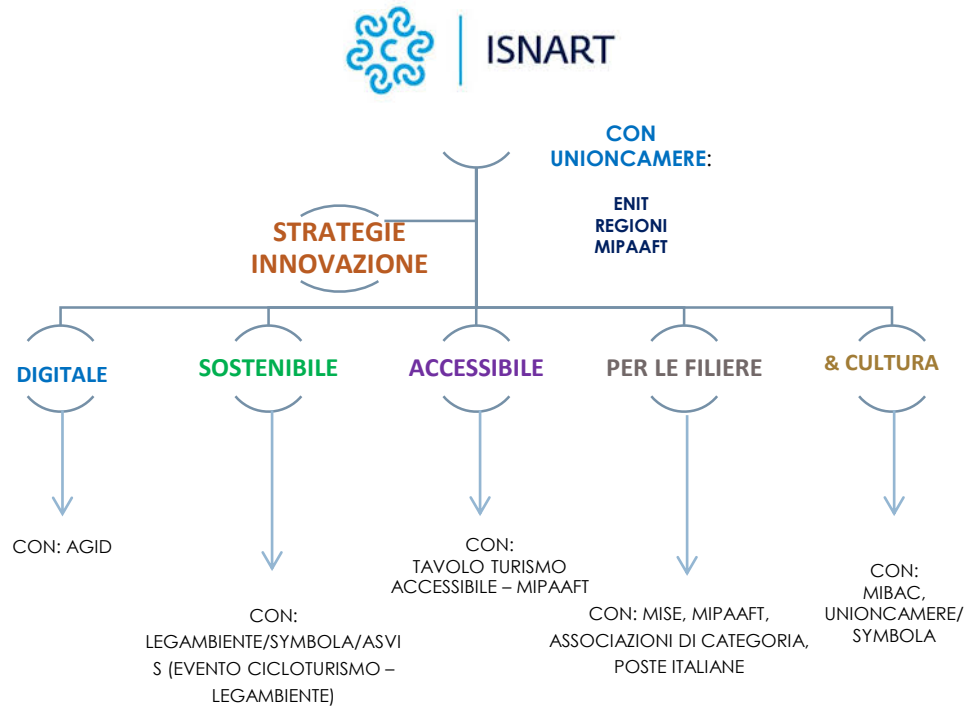


# Dove stiamo andando

## Le alleanze

La riforma dà la possibilità agli Enti camerali di **svolgere attività in convenzione con enti pubblici e privati** e, nello specifico, accordi e convenzioni con Ministeri, Regioni, Comuni, Città metropolitane, Agenzie, Università, Ordini professionali, altri Enti pubblici, soggetti privati (Associazioni, ecc.).

In generale il Sistema camerale è chiamato a collaborare con funzioni che riguardano principalmente la **ricerca statistica**, gli **osservatori territoriali in materia di turismo** e/o i relativi studi di settore, il coordinamento e la programmazione delle linee strategiche in materia turistica, la **promozione dei territori**, la conciliazione, gli accordi e le **collaborazioni interistituzionali**, la formazione ed, infine, la qualità dell'offerta ricettiva.





# Camere di commercio e ISNART per un nuovo turismo

## LAVORIAMO ASSIEME PER:

- ❑ costruire una struttura territoriale e nazionale capace di «**dare gambe**» **alla nuova competenza** delle Camere di commercio per affrontare gli impegni richiesti dalla nuova competenza
- ❑ essere **riconosciuti come una comunità esperta**, disposta e capace nel dare supporto allo sviluppo turistico
- ❑ collaborare con il coordinamento delle Regioni, per diventare **punto di snodo tra strategie** nazionali, regionali e territoriali
- ❑ far sì che **i dati e le informazioni prodotte dal Sistema camerale** diventino **strumenti concreti e fruibili** per le amministrazioni che hanno in carico le strategie, la programmazione e l'organizzazione del turismo sui territori



# Le sfide che dobbiamo affrontare

Il turismo è (diventato) un fenomeno complesso

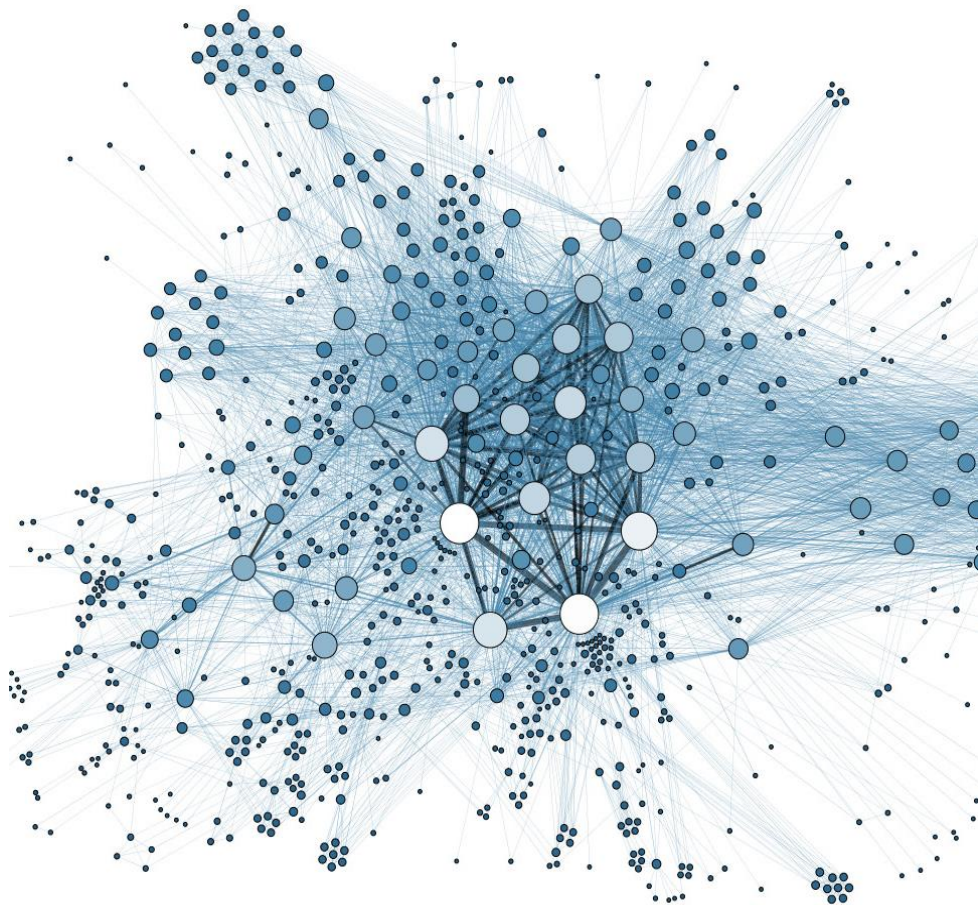
Nell'era dell'interconnessione i modelli tradizionali di osservazione sono insufficienti a fronte dell'intensità e velocità dei mutamenti in atto.

Nelle operazioni di **valorizzazione dei territori**, il coinvolgimento esperienziale e relazionale tra turista e servizio erogato diventa esso stesso più complesso

Questo accade perché esistono **differenti tipologie di turisti**, dagli **INDIVIDUALISTI** ai **VIAGGIATORI ETICI**, dai **TURISTI DA PACKAGE**, ai **REPEATER** e agli **UP-MARKET** più sofisticati, **ognuno dei quali nutre aspettative differenti dal proprio viaggio**, esperienze differenziate.

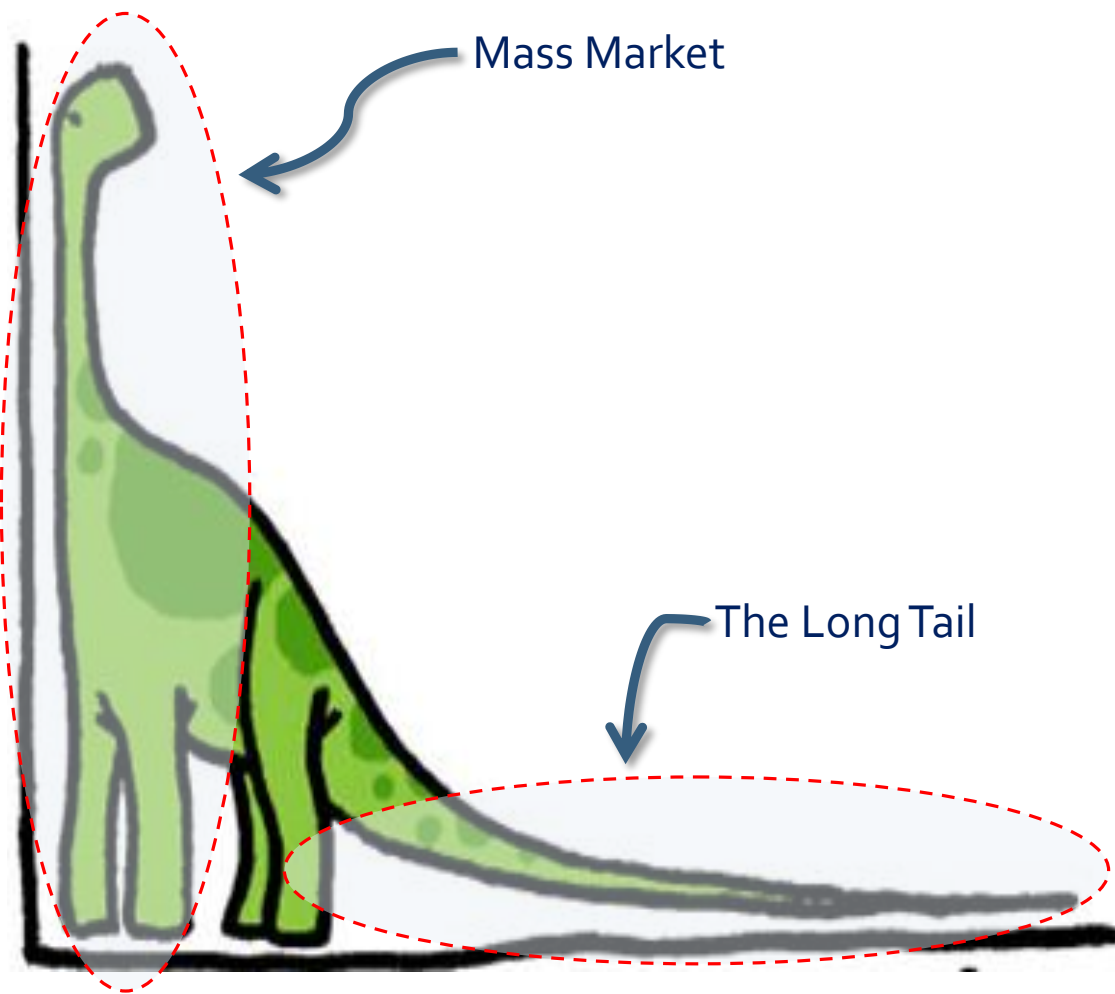
Turisti con esigenze sempre più connotate che, superando la semplice descrizione sociologica, ci raccontano di un mondo del turismo che si polarizza sempre più in **TRIBU' DEL TURISMO**®\*, perimetri entro cui realizzare la strategia d'approccio più efficace per dialogare con ciascuna TRIBU'.

\*: *Marchio in corso di registrazione*



# Scenari

*"La tecnologia sta trasformando i mercati di massa in milioni di nicchie che è necessario presidiare e soddisfare per mantenere e sviluppare la propria posizione sul mercato"*  
(C. Anderson, *The Long Tail*)



# Le prime risposte

## Due piattaforme al servizio del turismo

Abbiamo realizzato due strumenti basati su **l'Intelligenza Artificiale e i Big data**: una metodologia per l'osservazione economica del turismo, e una piattaforma che permette di analizzare la capacità di connessione tra le risorse culturali e naturali e il sistema turistico territoriale, due piattaforme **nate oggi ma che si svilupperanno in modo continuo**:

**Con Simoo la "mappa delle opportunità", è la prima e unica piattaforma basata su un sistema di Intelligenza artificiale**, che coglie e restituisce il rapporto tra un attrattore e il sistema turistico territoriale, che svela le carenze di servizi e mette in luce le conseguenti opportunità di colmarle con nuovi servizi, e nuove attività imprenditoriali, o con scelte di governance locale. Siamo quindi in grado di fornire alla governance e alle imprese, nuove chiavi di sviluppo **valorizzando il loro ruolo nel "ciò che c'è e ciò che manca"** e le conseguenti potenzialità di sviluppo nei diversi ambiti territoriali;

**Con la piattaforma Big data di osservazione sull'economia del turismo**, abbiamo l'obiettivo di individuare le linee di sviluppo del settore, delle destinazioni turistiche, dei prodotti turistici locali e delle migliori pratiche di gestione d'impresa, implementando l'osservazione sul turismo con le nuove opportunità date dalla rilevazione delle informazioni tramite Big Data.