



## Creare valore con il turismo sostenibile: le nuove sfide per le regioni italiane per una programmazione e progettazione europea più innovativa ed inclusiva

*On-line National Debate, Italian Antenna*

**12 Luglio 2021**

# Progetto Turismo: ripartire dopo l'emergenza

Dr. Dario Gargiulo  
DIRETTORE GENERALE ACI EUROPA



Project co-financed by the European  
Regional Development Fund  
<https://sustainable-tourism.interreg-med.eu>



# L'Automobile Club d'Italia

L'ACI ha da sempre una particolare attenzione verso i temi del turismo, testimoniata da un impegno pluriennale in attività progettuali (e accordi istituzionali con Enit, Min. Cultura, Regione Abruzzo ecc.), dalle proprie capacità e competenze e anche dalla **struttura reticolare** - attiva a livello internazionale, con una **struttura** di missione a

**Bruxelles** dedicata al matching tra iniziative turistiche di valore e risorse finanziarie europee - e sul territorio attraverso le sedi provinciali (n.102 Automobile Club) e le delegazioni territoriali (ca. 1.500). L'impegno nel **settore turistico**, dunque, costituisce un tratto caratterizzante del suo operato sull'intero territorio nazionale, in virtù del quale ACI rappresenta un soggetto ideale per lo sviluppo di attività di valorizzazione culturale e turistica dei territori.



# La crisi del Turismo: come ripartire

*Dati Organizzazione Mondiale Turismo:*

- nel **2019** aumento **arrivi turistici internazionali + 3,8%**
- nel **2020** diminuzione del - **73,1%**.

*Dati Eurostat, nel 2020, in Italia:*

- diminuzione **arrivi turistici internazionali -74,7%**
- diminuzione **arrivi clienti domestici - 44,1%**.



I dati provvisori Istat relativi al primo trimestre **2021** indicano una **flessione del 71,6%** in termini di **arrivi** rispetto all' analogo periodo 2020, non dissimile dalle **presenze (-70,8%)** .

Uno studio condotto da Demoskopika indica per il periodo estivo (giugno – settembre **2021**) **38,8 milioni** di arrivi (*italiani e stranieri*) sul territorio nazionale, con quasi 166 milioni di presenze, per un **incremento** rispettivamente pari all'**11,9%** e al **16,2%** rispetto allo stesso periodo del 2020.





# Il Progetto Turismo ACI

L'ACI si è fatto promotore di un **Piano strategico per il turismo** di portata nazionale che:

- si basa sulla volontà di **valorizzare i territori**;
- punta allo sviluppo delle località turistiche che attualmente hanno una ridotta capacità attrattiva ma potenzialmente sono idonee a soddisfare la domanda turistica;
- punta sul **turismo di prossimità** che può soddisfare una “nuova” domanda turistica in risposta all’arresto determinato dalla pandemia ai grandi spostamenti contribuendo, così, a decongestionare le mete e i percorsi maggiormente affollati;
- propone il coinvolgimenti di **soggetti pubblici e privati** per realizzare: lo sviluppo locale, l’attrazione di investimenti, la rigenerazione urbana, il recupero dei paesaggi e soprattutto una **occupazione vera e stabile nel tempo**.
- sviluppa un **format di intervento** che potrà essere ripetuto innumerevoli volte.



Project co-financed by the European  
Regional Development Fund  
<https://sustainable-tourism.interreg-med.eu>



Unión de Universidades del Mediterráneo  
Mediterranean Universities Union  
Union des Universités de la Méditerranée  
اتحاد الجامعات المتوسطية



NECSTour  
European Regions for  
Competitive and Sustainable Tourism



UN  
environment  
United Nations  
Environment Programme



Plan  
Bleu  
Mediterranean Action Plan  
Barcelona Convention



# Il Progetto Turismo

## *Impatto sul PIL*

- Lo sviluppo del **Progetto Turismo** rappresenta uno strumento fondamentale per fornire un sinergico impulso alle attività turistiche del Paese: conseguire una serie di risultati che, partendo dal potenziamento dell'offerta turistica, culturale e ambientale - attraverso il modello operativo predisposto - sia in grado di sostenere una corretta **ricollocazione internazionale** della “proposta turistica” italiana.
- Ipotesi di impatto sul PIL partendo da un decremento del 41,5% del fatturato delle imprese turistiche nel 2020 (anno base 2019) e una flessione del 16,8% nel 2021:
  - **una riduzione** del PIL pari a circa **96 miliardi euro nel 2020**;
  - circa **39 miliardi euro nel 2021**;
  - tali variazioni si traducono in valori assoluti del PIL di circa **136 miliardi di €** e di circa **193 miliardi di €** rispettivamente nel 2020 e nel 2021.
- È fondamentale per questo settore un **sostegno pubblico** in termini di investimenti per ridurre l'impatto negativo della pandemia e favorirne la ripresa: infatti nel **PNRR** sono previsti, nell'ambito della *Missione 1 “Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo”*, **6,68 M€** oltre a **1,46 M€** nell'ambito del **Fondo Complementare**, per un **totale di 8,13 M€**.





# Il Progetto Turismo

## *I nuovi giacimenti occupazionali*

La previsione di significative contrazioni del fatturato del comparto turistico è destinata a generare un impatto sull'occupazione altrettanto importante. Infatti, a fronte di una contrazione dei ricavi per il biennio 2020-2021, tutte le imprese del settore si stanno apprestando ad operare tagli dei costi e, in primis, dei costi del personale.

- Il **Progetto Turismo** elaborato da ACI ha un'importante valenza per **ridurre l'impatto sociale** causato dall'attuale pandemia. Esso potrebbe consentire una riduzione nelle perdite di occupati in un range da 4.000 a 10.000 unità a seconda della effettiva evoluzione della crisi sanitaria in atto.
- Coniugando gli asset della digitalizzazione e della sostenibilità che hanno espresso la loro forza trasformativa in gran parte degli approcci socio-economici e dei modelli di business più attuali, unitamente a una capacità di riorganizzazione e di riattivazione dell'offerta che deve mostrare soluzioni inedite nel servire i mutati bisogni del turista, è possibile definire la costituzione di nuovi **giacimenti occupazionali** che caratterizzeranno il futuro del settore turistico.





# Il Progetto Turismo

## *I nuovi giacimenti occupazionali*

Profilo	Finalità
<u>Destination manager</u>	Valorizzazione turistica di un territorio, individuazione di carenze nell'offerta, promozione di mete rimaste in ombra, destagionalizzazione
<u>Operatore Informatico</u>	Trasformazione in digitale dei processi analogici e sviluppo di formule di <u>dynamic packaging</u> , per personalizzare la proposta turistica al cliente
<u>Social media manager</u>	Gestione piani editoriali sui social network
<u>Web content specialist</u>	Produzione di contenuti efficaci per siti, blog, social media e newsletter
<u>Online travel designer</u>	Creazione di itinerari specifici in base alle indicazioni date dal turista
<u>Guida esperienziale</u>	Riqualificazione focalizzata della figura della guida turistica, attraverso nuovi linguaggi in grado di connettere il viaggio con le passioni del turista: arte, vino, sport, ecologia, temi sociali, dimensione etnica dei territori
<u>Experience manager</u>	Creazione, organizzazione e gestione della rete di <u>stakeholder</u> per l'esperienza turistica
<u>Consulente/coordinatore ambientale</u>	Supporto certificato alla realizzazione di strutture ricettive responsabili e sostenibili
<u>Guest relation manager</u>	Figura di riferimento per l'ospite secondo il presupposto della <u>guest centricity</u>
<u>E-commerce manager</u>	Attrazione di prenotazioni direttamente sul sito senza intermediazioni, con offerte mirate e personalizzate in relazione al profilo del turista
<u>Revenue manager</u>	Definizione del costo dei servizi in base alle scelte della concorrenza, al traffico aereo, alle conversazioni sui social

Profilo	Finalità
<u>Community manager/connector</u>	Cura delle relazioni di una comunità di utenti, organizzando la comunicazione social ma anche attività pratiche per gli ospiti
<u>Advertising manager</u>	Progettazione di campagne online, creazione dell'immagine e del <u>brand</u> dell'esperienza, dell'attrattore, del territorio
<u>Digital architect</u>	Creazione dell'ecosistema digitale nel quale si muove il turista, all'incrocio fra il sito dove si prenota e si vedono le informazioni alle pagine social per chiedere dettagli, lasciare la propria esperienza, trovare <u>gadget</u> digitali da condividere
<u>House sharing co-Host</u>	Consulenza e supporto nella gestione degli appartamenti privati sulle piattaforme per gli affitti brevi
<u>Property manager</u>	Consulenza per la monetizzazione della casa o seconda casa a fini turistici
<u>Host di esperienze</u>	Gestione del luogo per la teatralizzazione/realizzazione delle esperienze ( <u>winelivery</u> , <u>affordable</u> )
<u>Instagram sitter</u>	Valorizzazione e cura del profilo <u>Instagram</u> degli ospiti
<u>Travel youtuber/Travel Influencer</u>	Realizzazione video, recensioni, articoli, <u>storytelling</u> sui social di viaggi effettuati per promuovere le mete turistiche/strutture/percorsi ecc.
<u>Online trek designer</u>	Creazione e gestione dell'architettura del percorso attraverso guide online, <u>brand</u> e servizi digitali per cammini, sentieri, vie storiche
<u>Deep walking trainer</u>	guida specializzata nel rendere più profonda l'esperienza del sentiero con racconti, aneddoti, esperienze di rilassamento, filosofia, meditazione e pratica della <u>viananza</u>
<u>Digital business analyst</u>	Analisi dei dati online per ottimizzare esperienza turistica e investimenti aziendali





## Il Progetto Turismo

Il Piano si articola su due livelli di intervento così definiti:

- **i progetti pilota**, ovvero specifici interventi su eccellenze del sistema turistico Paese che meritano di essere valorizzati anche per il forte valore simbolico che suscitano e la loro capacità di catalizzare l'attenzione dei pubblici di riferimento nazionali e internazionali (alcuni esempi: “I Borghi in rete” e Le strade delle Olimpiadi);
- **i turismi per una ripresa diffusa**, progetti non meno rilevanti, ma trasversali all'intero territorio nazionale, articolati su sei aree di intervento, contrassegnate dalla soddisfazione di specifiche attese da parte di target differenziati o in taluni casi, sovrapponibili, con particolareggiate proposte di valore.





# Il Progetto Turismo

## *I Turismi per una Ripresa diffusa*

Una ripresa del sistema turistico nazionale richiede un articolato sistema di azioni sull'intero territorio nazionale. Come anticipato, ACI intende mettere a disposizione la propria configurazione organizzativa centrale, le proprie capacità e competenze e la struttura reticolare attiva sul territorio attraverso le sedi provinciali e le delegazioni territoriali, per la realizzazione di un Piano strategico del turismo che, nell'ambito di un processo di valorizzazione unitario, si articola su *sei aree di intervento*:

### **1. Turismo ambiente/natura**

Tale proposta prende in considerazione tutte le tipologie di turismo la cui *reason why* sia essenzialmente basata su un'esperienza di immersione, estetica o di evasione, in ambienti di grande valore naturalistico e paesaggistico, come aree verdi, protette, ma anche oasi floro-faunistiche e parchi naturali.

### **2. Turismo delle aree interne. I percorsi della via Francigena e della storia, dell'arte e del turismo religioso**

In tale area si ricomprendono proposte ampie, il cui *fil rouge* è senz'altro da individuare in una esperienza di assorbimento legata ad un ruolo attivo del visitatore.





# Il Progetto Turismo

## *I Turismi per una Ripresa diffusa*

### 3. Turismo e mobilità sostenibile

L'area di *business* in oggetto riguarda un'offerta turistica sviluppata prevalentemente per consentire al visitatore di vivere esperienze orientate da comportamenti sostenibili sotto il profilo ambientale.

### 4. Turismo enogastronomico e rurale

Le eccellenze enogastronomiche italiane fanno del Bel Paese un indiscusso *main player* a livello internazionale e rappresentano un elemento di rilevante attrazione nel settore turistico, richiamando flussi in forte ascesa soprattutto dall'estero.

### 5. Turismo grandi attrattori

L'Italia vanta un patrimonio architettonico, archeologico, storico e artistico difficilmente eguagliabile a livello globale, che risulta essere il primo fattore del flusso turistico proveniente dall'estero.

### 6. Turismo grandi eventi

I grandi eventi generano una grande movimentazione turista, con effetti non solo sull'industria della ricettività e dell'ospitalità ma anche ad una serie di soggetti economici esterni al settore.





# GRAZIE PER L'ATTENZIONE



d.gargiulo@aci.it

