

FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020

SOSTEGNO DEL TURISMO

OFFERTA TECNICA ECONOMICA

UNIONCAMERE TOSCANA

anno 2022

SOMMARIO

QUADRO DI RIFERIMENTO	3
Attività 1: Specializzazione dell’osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori	7
A. Report di analisi anche predittiva, economico-territoriale	8
B. Reperimento informazioni regionali per alimentare i due ecosistemi mappa delle opportunità e turismo big data.	10
C. Presentazione della reportistica agli organi camerali e divulgazione attraverso i media	11
D. Incontri di presentazione dei report con le imprese e gli stakeholder regionali.....	11
Attività 2: Sostegno alla crescita d’impresa e strumenti per la qualificazione della filiera	15
E. Format per la sperimentazione di interventi per la valorizzazione di una specifica destinazione turistica 18	
F. Realizzazione dei webinar sulla crescita d’impresa	20
G.1 Attivazione degli strumenti di qualificazione d’impresa dell’Ospitalità Italiana;	23
G.2 Attività per la promozione e divulgazione del circuito dell’Ospitalità Italiana	26
TEMPI E COSTI	28
MODALITA’ DI FATTURAZIONE	29

QUADRO DI RIFERIMENTO

Il Fondo di Perequazione 2019-2020 si pone come obiettivo principale quello di assistere le imprese e gli operatori del turismo italiani nella gestione della crisi e nella pianificazione della ripartenza alla luce delle gravi difficoltà economiche e sociali che hanno investito il settore a livello mondiale.

L'emergenza pandemica ha portato ad una rilevanza crescente delle certificazioni di sicurezza rilasciate dai Paesi/destinazioni e dalle organizzazioni internazionali del turismo, che in Italia passa dal 31% al 43% dell'anno precedente (Aigo e Travel Consul, 2021). In linea con i clienti internazionali, anche i turisti italiani si scoprono più attenti ai temi di sicurezza della destinazione e relativa certificazione sanitaria (83%) e alle misure anti Covid-19 da parte dei governi interessati (67%).

Durante l'anno in corso, Isnart intende massimizzare i vantaggi e le opportunità derivanti da un utilizzo sinergico dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio e del rating Ospitalità Italiana nelle sue diverse declinazioni (qualità, sicurezza, accessibilità, sostenibilità). Di fatto, sarà esplorata la relazione di reciprocità e di mutua interdipendenza che lega le imprese e le destinazioni turistiche italiane e che può offrire importanti opportunità per far emergere nuovi percorsi di innovazione a beneficio di mercati e regioni.

In linea con gli obiettivi di programma e la necessità di favorire una ripresa verso un'economia del turismo più verde, digitale e resiliente, le azioni proposte partono dall'analisi e dalla comprensione delle dinamiche di mercato, secondo una duplice finalità informativa di tipo previsionale e consuntiva, per giungere a formulare azioni sperimentali verso uno sviluppo turistico più sostenibile e coerente con gli obiettivi dell'Agenda 2030.

Nelle precedenti annualità sono stati realizzati strumenti ed azioni che hanno permesso di fornire un valido supporto tecnico al Sistema Camerale per offrire un concreto sostegno al turismo in un continuo scambio, confronto e supporto tra Isnart e le Camere di Commercio.

Negli ultimi due anni la realizzazione degli ecosistemi digitali per conto di Unioncamere ha visto il contributo attivo delle Camere di Commercio nell'individuazione, nella selezione e nel caricamento dei dati sulle piattaforme relativamente agli attrattori e alle destinazioni locali. I dati inseriti rappresentano le basi dati indispensabili a supportare le analisi che questi sistemi di intelligenza artificiale sono in grado di generare.

Oltre alla continua e necessaria implementazione dei dati sulle piattaforme, l'obiettivo del progetto è per il 2021 quello di formare i dipendenti delle Camere di Commercio nell'utilizzo degli strumenti affinché si possa valutare la loro piena efficacia. In particolare, sarà focalizzata l'attenzione sulle attività di analisi, sia di scenario che predittive, che le piattaforme consentono di realizzare a livello locale sul settore turistico al fine di fornire alle destinazioni turistiche italiane nuove leve di competitività. Dando successivamente piena visibilità ai risultati raggiunti sia all'interno del Sistema Camerale che agli stakeholder e imprese del territorio.

Passando ai percorsi di accompagnamento per le imprese, nell'annualità 2020, in pieno momento pandemico, hanno consentito di fornire supporto alle imprese del comparto turistico nel ripensare, rimodulare e aggiornare la propria offerta alla luce delle necessità e delle esigenze che la "nuova domanda" dei turisti avrebbe generato. I numeri dell'accompagnamento assicurato anche grazie alla collaborazione tecnica con Isnart sono riportati nell'immagine che segue.

Report Webinar "Percorsi di crescita per le imprese" FdP 2017-2018

REPORT DATI DI SINTESI ATTIVITA' (dal 28/05/2020 al 22/12/2020)

GRANDI NUMERI	<i>numero</i>
Province interessate	65
CCIAA coinvolte	50
Unioni Regionali coinvolte	7
Seminari realizzati	72
Iscritti	4.115
Partecipanti	1.947
Esperti coinvolti	31
EFFORT ORGANIZZATIVO	<i>media</i>
Eventi a settimana	3
Eventi mese	12
EFFORT OPERATIVO	<i>numero</i>
Agende programma personalizzate	45
Moduli di registrazione personalizzati	72
Comunicazioni promozionali	216
Report realizzati per numero di iscritti	600
Registrazioni audio-video	72
Customer satisfaction imprese raccolte - formula end webinar (dal 27/10/2020)	285
Sondaggi realizzati durante i webinar	24
Webinar linguaggio LIS	1

Oltre alla continua e necessaria implementazione dei dati sulle piattaforme, l'obiettivo del progetto è per il 2021 quello di formare i dipendenti delle Camere di Commercio nell'utilizzo degli strumenti affinché si possa valutare la loro piena efficacia. In particolare, sarà focalizzata l'attenzione sulle attività di analisi, sia di scenario che predittive, che le piattaforme consentono di realizzare a livello locale sul settore turistico al fine di fornire alle destinazioni turistiche italiane nuove leve di competitività. Dando successivamente piena visibilità ai risultati raggiunti sia all'interno del Sistema Camerale che agli stakeholder e imprese del territorio.

I dati prodotti, inoltre, diverranno funzionali all'analisi delle destinazioni turistiche: per questo Isnart, da quest'anno, fornirà agli Enti camerali un insieme di strumenti che consentiranno loro di "mettere a terra" il lavoro di analisi compiuto e, quindi, di fornire il supporto tecnico adeguato allo sviluppo di una destinazione turistica, lavorando su combinazioni vincenti di *attrattori-risorse-azioni* per il raggiungimento di obiettivi di sviluppo turistico sostenibile. Grazie al supporto tecnico di Isnart, quindi, gli Enti camerali saranno messi nelle condizioni di dare

applicazione al format di destinazione ricevuto¹, declinandolo secondo l'identità specifica della destinazione locale individuata. Il nuovo e/o il rafforzato know how derivato da questa esperienza aiuterà le Camere nel completare il pacchetto di conoscenze e di strumenti utili a dare consistenza alla competenza sul turismo a loro demandata dalla riforma.

Nelle pagine a seguire si riporta la proposta di affiancamento che Isnart potrà assicurare agli Enti camerali coinvolti nel Fondo di Perequazione sia relativamente alla Attività 1: Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori che per l'Attività 2: Sostegno alla crescita d'impresa e strumenti per la qualificazione della filiera.

¹ Da Unioncamere, attività prevista nella sezione nazionale del Fondo Perequativo

ATTIVITÀ

ATTIVITÀ 1: SPECIALIZZAZIONE DELL'OSSERVAZIONE ECONOMICA PER STARE VICINO ALLE IMPRESE E AI TERRITORI

In base alle indagini dell'**Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio** nel consuntivo del 2020 le presenze turistiche in Italia sono stimate in calo del 64% rispetto al 2019. Anche le entrate derivanti dalla spesa turistica hanno fatto registrare una contrazione di 53 miliardi di euro rispetto al 2019, attribuibile per lo più alla forte riduzione delle presenze internazionali nei mesi estivi (con picchi di -73%).

Complessivamente nel 2020 è rimasto invenduto il 75% delle camere disponibili nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere. Miglioramenti si sono registrati esclusivamente nei mesi di luglio e agosto in cui i tassi di occupazione media delle camere hanno raggiunto rispettivamente il 46% ed il 69%.

Alla luce dello scenario economico e sociale che si sta delineando appare fondamentale consolidare ed implementare l'analisi di monitoraggio garantita dall'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio a cura di ISNART.

L'analisi dei dati delle piattaforme e le azioni di divulgazione dei risultati previste dal progetto, serviranno da supporto alle Unioni Regionali, alle Camere di Commercio e alle imprese per la pianificazione e gestione del settore attraverso la realizzazione delle seguenti linee di attività:

- a) Report di analisi anche predittiva, economico-territoriale;
- b) Reperimento informazioni regionali per alimentare i due ecosistemi mappa delle opportunità e turismo big data;
- c) Presentazione della reportistica agli organi camerali e divulgazione attraverso i media;
- d) Incontri di presentazione dei report con le imprese e gli stakeholder regionali.

A. REPORT DI ANALISI ANCHE PREDITTIVA, ECONOMICO-TERRITORIALE

L'impianto metodologico dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di Commercio, prevede le seguenti linee di attività per l'implementazione delle piattaforme;

- caricamento dati di livello locale sulle piattaforme turismo big data e mappa delle opportunità realizzate, i due ecosistemi digitali realizzati da Isnart per conto di Unioncamere;
- realizzazione di indagini ad hoc alle imprese e ai turisti che permettono di descrivere l'andamento del settore a consuntivo e di disegnare gli scenari previsioni a beneficio dei territori.

L'analisi dei dati permetterà di realizzare due report periodici di analisi economico territoriali in base al format realizzato per il Sistema Centrale.

ANALISI DATI SU PIATTAFORME

I report sono realizzati attraverso l'utilizzo del sistema di Business Analytics presente sulla piattaforma Big Data in un ambiente dedicato a Unioni Regionali/Camera di Commercio capofila, ed organizzati in modo differenziato con diversi set di informazioni per i due periodi considerati:

- a. OFFERTA: Il sistema economico dell'offerta turistica locale è descritto attraverso una serie di informazioni desunte dai registri camerali e da indagini dirette svolte sul territorio alle imprese ricettive locali. Un sistema di informazioni che descrivono la filiera allargata del turismo, qualificati da indicatori statistici che analizzano il posizionamento di mercato nella vetrina on line delle imprese ricettive italiane, tenendo conto del fattore prezzo, dati sul mercato alternativo delle abitazioni private;
- b. DOMANDA: dati ed informazioni disponibili relative alla domanda turistica che tengono conto della composizione del mercato e dell'andamento e la composizione dei flussi turistici sul territorio.
- c. COMPETITIVITA' E CONTESTO TERRITORIALE: dati ed informazioni sulla competitività del territorio come la commercializzazione e la visibilità delle strutture ricettive italiane sul mercato

on line, sul contesto socio-economico (diffusione banda larga e della fibra, reddito disponibile dei residenti, cassa integrazione guadagni);

d. PREVISIONI: stima predittiva degli andamenti dei flussi turistici per regione;

e. SENTIMENT ANALYSIS delle destinazioni turistiche presenti sulla piattaforma mappa delle opportunità.

Indagini quali-quantitative alle imprese

Saranno realizzate inoltre indagini CAWI volte a realizzare un monitoraggio sistematico del sistema dell'ospitalità locale attraverso la somministrazione in 2 periodi da concordare con il committente di questionari, a risposta singola o multipla, con l'obiettivo di fornire un quadro il più aggiornato e puntuale possibile delle principali dinamiche in atto e di comprendere le modalità con cui le singole strutture affrontano il momento di difficoltà ed i cambiamenti derivanti dalle misure di contenimento che saranno di volta in volta assunte.

Saranno considerati i seguenti fattori di condizionamento dell'offerta

- Andamento delle vendite
- Analisi dell'offerta in termini di performance di vendita e di fatturato
- Costi e prezzi
- Difficoltà organizzative delle imprese rispetto a probabili/eventuali richieste di predisposizione di dispositivi di sicurezza sanitaria e di organizzazione dei flussi di lavoro
- Difficoltà di reperimento di personale
- Nuove modalità di ricorso alla intermediazione e necessità delle nuove regole di ingaggio e di contrattualizzazione.
- Nuovi mercati
- Nuovi target

Indagine ai consumatori

Al fine di indagare la domanda turistica, si prevede di realizzare un'indagine face to face ad un campione di 1.500 turisti, le interviste avranno luogo durante il soggiorno e restituiranno informazioni sui comportamenti turistici e di consumo dei vacanzieri.

Le informazioni rilevate permettono di:

- valutare il giro d'affari apportato dal turismo nell'area e l'impatto economico che questo attiva sul territorio;
- misurare le ricadute economiche;
- analizzare il fenomeno dei consumi turistici e della soddisfazione;
- analizzare le esperienze turistiche;
- confrontare i risultati con la media Italia.

Out Put realizzazione dei 2 report

B. REPERIMENTO INFORMAZIONI REGIONALI PER ALIMENTARE I DUE ECOSISTEMI MAPPA DELLE OPPORTUNITÀ E TURISMO BIG DATA.

Uno degli obiettivi è il continuo aggiornamento dei dati presenti sulle piattaforme turismo big data e mappa delle opportunità quali base dell'intero Osservatorio sull'economica del turismo delle Camere di Commercio.

I dati presenti sulle piattaforme e le analisi predittive permettono di analizzare in tempo reale l'andamento e l'evoluzione del settore turistico. A tale scopo si rende fondamentale l'implementazione della piattaforma con i dati derivanti dagli approfondimenti regionali delle indagini locali e con le informazioni reperite a livello territoriale in uno scenario in continuo mutamento. I dati locali dovranno essere reperiti anche avviando proficui scambi e raccordi con la Regione.

A tale scopo Isnart supporterà la Camera per l'implementazione delle piattaforme attraverso riunioni/ incontri web con le Camere e validerà i dati inseriti per l'efficacia degli stessi.

C. PRESENTAZIONE DELLA REPORTISTICA AGLI ORGANI CAMERALI E DIVULGAZIONE ATTRAVERSO I MEDIA

Conoscere le dimensioni e l'andamento del mercato turistico sia dal punto di vista dell'offerta che della domanda si presenta come base propedeutica alla pianificazione di opportunità di crescita e investimento sui territori.

A tal fine un ruolo fondamentale assume proprio la diffusione dei risultati dei report sia verso le Istituzioni locali che verso gli operatori e il supporto tecnico scientifico per la lettura strategica degli stessi.

I report saranno condivisi con gli organi camerali e con i media organizzando 2 momenti di divulgazione dei risultati tramite apposite conferenze stampa e/o comunicati stampa.

Nell'ambito delle azioni di supporto per la selezione, sistematizzazione e realizzazione dei materiali e dei contenuti tematici, Isnart curerà in particolare:

- la raccolta e la selezione del materiale realizzato;
- l'individuazione dei contenuti,
- supporto nelle modalità per la divulgazione del materiale realizzato,
- supporto all'ufficio stampa.

D. INCONTRI DI PRESENTAZIONE DEI REPORT CON LE IMPRESE E GLI STAKEHOLDER REGIONALI

Isnart attiverà, inoltre, azioni per la divulgazione dei risultati dei report alle imprese e alle associazioni di categoria al fine di restituire indicazioni sull'andamento del turismo, i suoi sviluppi, le nuove direttrici evolutive dei fenomeni. I dati raccolti e la loro divulgazione permetteranno di supportare ed indirizzare le imprese ad orientarsi tra gli innumerevoli elementi di incertezza determinati dalla crisi economica e sociale.

Saranno organizzati 2 incontri di presentazione dei risultati alle Camere alle associazioni e alle imprese per la divulgazione dei risultati i cui contenuti tematici saranno curati da Isnart.

Gli incontri avranno luogo via web.

L'obiettivo di questa azione è

- formare gli operatori del settore verso una lettura sistematica e strategica dei risultati delle indagini rilevati dall'Osservatorio, per una comprensione del mercato finalizzata a logiche di sviluppo del sistema di offerta;
- indicare le dimensioni economiche dell'offerta, le necessità e le strategie adottate dalle imprese, orientare la loro capacità di proiettarsi nel medio-lungo periodo;
- condividere sul territorio i sentiment e le aspettative sulle tendenze in atto;
- rafforzare il ruolo di collettore univoco e di riferimento delle informazioni e dei dati statistici sul turismo, oltre che luogo di dibattito funzionale al confronto intersettoriale ed economico;
- incentivare la sinergia tra le imprese del territorio.

Gli incontri, mirati agli operatori e agli stakeholder del territorio, si focalizzeranno sulle tematiche di maggiore interesse per il territorio sulla base dei risultati dell'Osservatorio e delle analisi delle destinazioni.

Output

L'Isnart attraverso le azioni sopradescritte si occuperà nello specifico di realizzare per l'Unione regionale le seguenti azioni:

- **Realizzazione dell'Osservatorio sull'economia del turismo di livello territoriale** attraverso le indagini alle imprese e ai turisti (indagini sul campo CAPI (face to face) a 1500 turisti che soggiornano nella regione e interviste CAWI alle imprese alberghiere ed extralberghiere;
- **Elaborazione dei dati e degli indicatori estratti dalle piattaforme bigdata;**
- **Analisi e la lettura in chiave strategica dei dati** sulle destinazioni e sui prodotti locali relativi alle piattaforme Turismo Big Data e Mappa delle Opportunità e realizzazione di 2 report di analisi economico territoriale come richiesto dal Fondo di Perequazione;
- **Individuazione delle tematiche di interesse** da indagare nelle indagini dirette alle imprese e ai turisti.

Le azioni permetteranno così di personalizzare sia gli strumenti di rilevazione che il report di analisi dei dati restituendo informazioni di carattere territoriale in un continuo confronto con il contesto nazionale;

- **creazione di Tavoli di lavoro che coinvolgano gli attori locali quali: la Regione, le imprese della filiera allargata, le associazioni.**

Gli incontri rappresentano un momento di

- **condivisione dei risultati** delle piattaforme e delle indagini locali;
- **ascolto per verificare le esigenze**, criticità e opportunità del sistema di offerta del territorio;
- **dibattito per definire i dati da approfondire per le esigenze locali.**

Il confronto permetterà la personalizzazione dei report di studio al fine di renderli una guida a supporto degli imprenditori e delle istituzioni del territorio in analisi, per aiutarli ad affrontare e reagire nel breve e medio periodo alla crisi sanitaria ed economica.

- **Istituzione di un Comitato di Redazione per la divulgazione dei risultati.** Dopo aver realizzato i report personalizzati, i risultati saranno condivisi con un tavolo di lavoro sulle strategie di comunicazione dei dati alle Istituzioni e agli attori locali;
- **Organizzazione di Webinar con le imprese per supportare gli operatori nella lettura strategica dei dati** delle piattaforme e delle indagini al fine di implementare le strategie attuali e focalizzarne di nuove che riescano a guidare le imprese della filiera nella ripartenza.

Output	<ul style="list-style-type: none"> a) 2 Report di analisi economico-territoriale b) Reperimento dati dalle Regioni per piattaforma nazionale c) 2 Comunicazioni agli organi camerali e 2 conferenze/comunicati stampa d) 2 Incontri di presentazione dei report con le imprese e gli stakeholder
Consegna prevista	<i>Da concordare con il committente</i>

ATTIVITÀ 2: SOSTEGNO ALLA CRESCITA D'IMPRESA E STRUMENTI PER LA QUALIFICAZIONE DELLA FILIERA

In continuità con quanto previsto dal FdP del 2020, proseguono le attività a supporto della filiera turistica, da più di un anno in grave sofferenza a causa delle restrizioni per il contenimento del contagio da Covid 19.

Al centro di questa proposta di affiancamento rivolta alle Unioni Regionali e alle Camere di Commercio, c'è l'implementazione di un nuovo *modello italiano di destinazione turistica*.

La collaborazione con le UR/CdC si innesterà su alcune azioni che hanno visto impegnati nei mesi scorsi:

- **le Camere di Commercio**, in attività di selezione e inserimento di informazioni all'interno delle piattaforme Mappa delle Opportunità Simoo++ e Turismo Big Data, che hanno reso possibile identificare oltre 180 destinazioni turistiche presenti in Italia;

- **Unioncamere**, in una attività di analisi condotta in collaborazione con **Isnart**, sta facendo emergere la segmentazione di queste destinazioni in base a diversi livelli di attrattività turistica attuale e potenziale e alla loro successiva clusterizzazione in 3 macro-categorie. In particolare, si sta facendo riferimento allo stato di partenza delle destinazioni turistiche in termini di dimensioni, livello di sviluppo turistico (flussi, caratteristiche strutturali di offerta, prodotti, riconoscibilità e valorizzazione dell'identità distintiva, reputazione e identità digitale, altri) e indicatori di sostenibilità come la presenza di Bandiere Blu, Bandiere Arancioni e altri indicatori.

- **Unioncamere**, con il supporto tecnico di **Isnart**, con la definizione di un modello di destinazione sostenibile, centrato sui valori di Ospitalità Italiana anche nelle sue diverse configurazioni (Qualità, Sicurezza, Accessibilità e Sostenibilità) e in grado di accrescere ulteriormente per le imprese aderenti i vantaggi di essere parte del progetto (Fig.1).



Figura 1 - DESTINAZIONE SOSTENIBILE OSPITALITA' ITALIANA

La logica fondante di questo complesso lavoro di segmentazione e prima definizione di format di destinazione è quello di offrire alle Camere di Commercio un insieme di strumenti che consentano loro di lavorare con e per gli operatori di filiera (e delle filiere dell'agroalimentare e dell'artigianato), su combinazioni vincenti di attrattori-risorse-azioni che aiutino i territori di raggiungere l'obiettivo di sviluppo turistico sostenibile. Questo si esprime, in primis, in una migliorata accessibilità fisica e digitale, ovvero in livelli elevati di sicurezza e qualità dei prodotti e servizi offerti ai turisti e alle comunità locali.

Ma è soprattutto l'identità specifica di ciascuna destinazione – articolata nelle sue dimensioni di tipo culturale, economico, sociale e ambientale – a rappresentare l'asset strategico chiamato a differenziare per ognuna l'intera architettura proposta. Se ben espressa, valorizzata e promossa, difatti, l'identità rappresenta il principale elemento di differenziazione delle destinazioni italiane, ciascuna unica e distintiva e riconoscibile rispetto alle altre (all'interno di un perimetro che ne comprende oltre 170), ma tutte sensibilizzate a cooperare tra di loro per raggiungere l'obiettivo ultimo di soddisfazione dei turisti che scelgono e torneranno a scegliere la nostra Penisola e i singoli territori con le loro specificità.

I criteri che guideranno la definizione dei format per le specifiche destinazioni saranno, infatti, quelli della flessibilità e della effettiva applicabilità territoriale, tenuto anche conto anche delle restrizioni causate dall'emergenza sanitaria del Covid-19.

In base ad uno scrutinio elaborato da Unioncamere in collaborazione con Isnart e alle linee di attività previste dal Prototipo del Fondo di Perequazione, ciascuna UR/CdC:

E) riceverà un primo format per la sperimentazione di interventi per la valorizzazione di una specifica destinazione turistica;

F) sarà chiamata a coinvolgere e seguire gli operatori locali in una serie di webinar sulla crescita d'impresa;

G.1) sarà accompagnata nell'attivazione degli strumenti di qualificazione d'impresa dell'Ospitalità Italiana;

G.2) parteciperà attivamente alla promozione e divulgazione del circuito dell'Ospitalità Italiana.

E. FORMAT PER LA SPERIMENTAZIONE DI INTERVENTI PER LA VALORIZZAZIONE DI UNA SPECIFICA DESTINAZIONE TURISTICA

Dopo la condivisione di un modello volto ad inquadrare le destinazioni in base alla loro attrattività attuale e potenziale, ovvero alla strutturazione del sistema di offerta e di specifici prodotti turistici (il Format², appunto), le Camere di Commercio saranno supportate da Isnart nella creazione di roadmap comprensibili e di possibile attuazione che aiutino:

- a) le destinazioni a far emergere e valorizzare la propria identità e distintività, identificando le leve per l'animazione territoriale,
- b) le imprese nei loro processi di ripresa dalla crisi, proiettandole verso nuove opportunità di crescita e di posizionamento a livello nazionale e globale.

A tale scopo si utilizzerà il modello SOSTAC (*situation analysis, objectives, strategy, tactics, actions, control*), accompagnando ciascuna Camera in un percorso guidato di sperimentazione di azioni di valorizzazione turistica in chiave sostenibile.

L'attività sarà documentata all'interno di un report semi-strutturato composto da **3 sezioni** erogate in stadi diversi di attuazione del progetto.

1) Sezione Analisi: *Situation Analysis*

Si partirà dallo stato dell'arte della destinazione turistica in termini di dimensioni, livello di sviluppo turistico (flussi, caratteristiche strutturali di offerta, prodotti, riconoscibilità e valorizzazione dell'identità distintiva, reputazione e identità digitale, altri) e indicatori di sostenibilità (presenza di Bandiere Blu, Bandiere Arancioni e altri indicatori) per condurre una analisi volta a portare in superficie i punti di forza, le criticità e le opportunità della destinazione, indirizzando la successiva implementazione degli interventi sperimentali di valorizzazione territoriale. Consegna prevista: entro 2 mesi dall'inizio di progetto.

² Format previsti tra le azioni di livello nazionale del programma "Sostegno del turismo" del Fondo Perequativo 2019-2020

2) Sezione Strategia e Applicazione: *Objectives, Strategy, Tactics, Actions*

In base alle risultanze della analisi condotta, Isnart supporterà gli Enti camerali nella declinazione degli obiettivi specifici dell'intervento e della relativa strategia da seguire per il loro raggiungimento, con la definizione di una roadmap ad hoc.

Questo processo sarà corredato dall'analisi di best practice e casi di studio internazionali e potrà prevedere il coinvolgimento e il confronto con esperti, partner accademici e istituzioni al fine di creare tavoli decisionali condivisi. Consegna prevista: entro 4 mesi dall'inizio di progetto (e successivamente al completamento dell'attività di cui al punto 1).

3) Sezione Monitoraggio: *Control*

Grazie all'utilizzo di report con formati di tipo strutturato e di un sistema agile di rilevazione in grado di osservare e valutare le azioni adottate, Isnart potrà garantire agli Enti camerali un monitoraggio puntuale dell'efficacia degli interventi adottati in questo progetto. Consegna prevista: alla conclusione del processo annuale.

Durante il corso delle attività, Isnart affiancherà le Camere nella stesura di una sorta di *destination sketch* ovvero di linee guida strategico-operative per la destinazione prescelta come destinataria dell'intervento, elaborato in base all'analisi del territorio e dei dati a disposizione – anche derivanti dai dati che emergono dalla piattaforma Turismo Big Data e dal Simoo++ – unitamente alle istanze emerse durante gli incontri di co-progettazione con gli stakeholder locali, costruiti secondo le logiche del design thinking.

L'obiettivo di questo documento è di fornire una prima ma puntuale analisi della situazione attuale della destinazione, unita ad alcune prime indicazioni sui passi da poter compiere nel breve, medio e lungo periodo per intraprendere un percorso più ampio che posizioni la destinazione con successo sul mercato e generi una nuova offerta creativa e redditizia che la renda sostenibile nel tempo.

Il documento conterrà anche una presentazione di casi studio di successo di destinazioni nazionali e internazionali, simili per caratteristiche di partenza e direzione di sviluppo individuata, che siano di ispirazione e guida.

Il percorso per la costruzione della singola destinazione costituirà la buona pratica strutturata in modo che le Camere possano, poi, utilizzarla per l'applicazione su altre destinazioni, selezionate sulla base di criteri concordati.

F. REALIZZAZIONE DEI WEBINAR SULLA CRESCITA D'IMPRESA

Grazie ad un'esperienza significativa, maturata tramite la gestione di più di 70 incontri online che hanno coinvolto oltre 4 mila imprese nel 2020, Isnart accompagnerà gli Enti camerali nella realizzazione di un percorso di webinar sulla crescita d'impresa, con il duplice scopo di:

- 1) supportare le imprese destinatarie nell'acquisire e consolidare le competenze necessarie per poter cogliere le opportunità derivate dalla crisi pandemica,
- 2) accompagnare gli operatori nel riconoscimento del loro ruolo all'interno delle specifiche destinazioni di riferimento, rafforzando la loro propensione alla collaborazione intersettoriale.

Valorizzando il modello ISWEMA (Isnart Webinar Management), (Fig. 2) sviluppato da Isnart nel 2020 per sostenere le Camere di commercio nel dare supporto alle imprese durante la crisi economica che ha colpito il settore turistico, Isnart fornirà servizi di assistenza agli Enti camerali per l'erogazione di seminari professionali.

Sarà fornito un supporto qualificato sia nello sviluppo dei contenuti dei seminari sia nelle attività preparatorie e propedeutiche ai seminari (kick-off di progetto con i committenti, briefing di allineamento con il moderatore, realizzazione del modulo per la registrazione, preparazione della scaletta "format" di regia per il seminario-tipo e gestione della privacy e GDPR compliance). Il supporto sarà garantito per singolo webinar come si evince nella Figura 2 che segue:

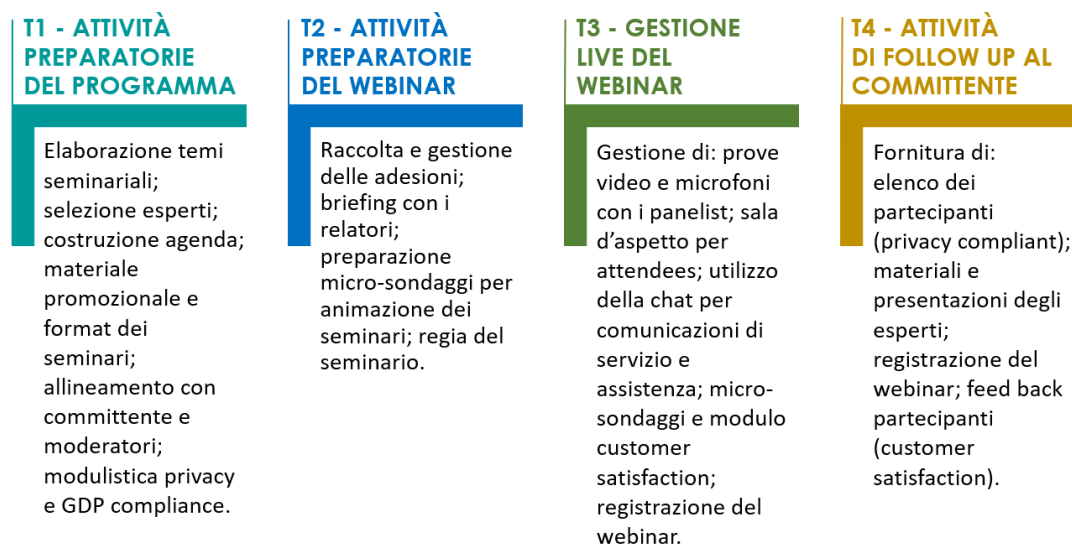


Figura 2 – ISWEMA – Isnart Webinar Management

Le tematiche del percorso sulla crescita d'impresa si integreranno con la sezione E del presente documento ovvero nel percorso di definizione del format di destinazione.

Le tematiche, in sintesi, potranno, quindi, riguardare:

- a) le specifiche esigenze di ciascun Ente camerale in relazione alle proprie imprese di riferimento, incluse le criticità e i fabbisogni formativi identificati e acquisiti durante la *situation analysis* svolta nell'attività precedente.
- b) macro-tematiche di interesse per il comparto turistico, tra cui la preparazione a nuovi turismi e nuovi mercati; la qualificazione aziendale, attraverso gli investimenti in sostenibilità ambientale, accessibilità, sicurezza e le competenze digitali; le destinazioni turistiche e le azioni di valorizzazione dei territori; il ruolo delle imprese nello sviluppo dei territori, nella connettività rurale e nella creazione di opportunità turistiche.

Il percorso per la crescita di impresa sarà reso coerente e funzionale allo sviluppo del format per lo sviluppo della destinazione turistica: la declinazione a livello territoriale consentirà, dunque, di poter trarre il trasferimento di contenuti verso un approccio esperienziale che renda i funzionari camerale e gli operatori turistici e delle filiere collegate più attivi, consapevoli e pronti nel co-creare una destinazione di valore (comunità-mercato-imprese).

Isnart supporterà l'Unioncamere Lazio e gli Enti camerali laziali nello sviluppo di eventi online così come segue:

La composizione del percorso sulla crescita d'impresa – costruito sulla scorta di un modello seminarial-laboratoriale - seguirà il format sviluppato e implementato a livello nazionale che prevede la realizzazione di un minimo di 2 seminari, di cui un seminario e un workshop, con un minimo di 10 partecipanti per evento.

G. ATTIVAZIONE E PROMOZIONE DEL CIRCUITO OSPITALITÀ ITALIANA

Riconoscendo la rilevanza delle certificazioni formali per la crescita d'impresa (le certificazioni, ature accreditate hanno contribuito a benefici ambientali e sociali per 1,3 miliardi e alla crescita del PIL per 10,8 miliardi di euro grazie al loro ruolo nell'aumento del fatturato delle imprese) - oltre che per andare incontro ad un mercato sempre più saturato da un *overload* di recensioni spesso distoniche o *fake* - nel 2020 Isnart ha valorizzato la sua esperienza ventennale nella qualificazione d'impresa potenziando il marchio Ospitalità Italiana tramite la redazione delle strumentazioni del rating e delle attestazioni. Queste ultime sono un nuovo metodo di misurazione della performance d'impresa, create per rendere più accessibile la partecipazione al circuito Ospitalità Italiana - improvvisamente limitato dalla pandemia – e finalizzato ad innalzare il livello di qualità complessivo dell'offerta turistica dei territori.

I percorsi Ospitalità Italiana (Ospitalità e Sostenibilità; Ospitalità e Sicurezza; e Ospitalità e Accessibilità) sono stati pensati e sviluppati da Isnart appositamente per fornire alle imprese strumenti concreti e di possibile applicazione per adeguarsi alle mutate esigenze e aspettative dei mercati turistici post-covid.

Valorizzando l'esperienza maturata nella scorsa annualità, anche nel 2021 Isnart supporterà le Camere di commercio nei processi e nelle attività di diffusione e adozione delle nuove declinazioni di Ospitalità Italiana, con il duplice obiettivo di 1) fornire gli strumenti alle imprese per formarsi e specializzare la propria offerta negli ambiti di qualità, sicurezza, accessibilità e sostenibilità - i pilastri che caratterizzano i nuovi trend turistici evoluti durante la pandemia, e 2) promuovere il ruolo della certificazione per valorizzare le imprese e accrescere di conseguenza la qualità complessiva della destinazione.

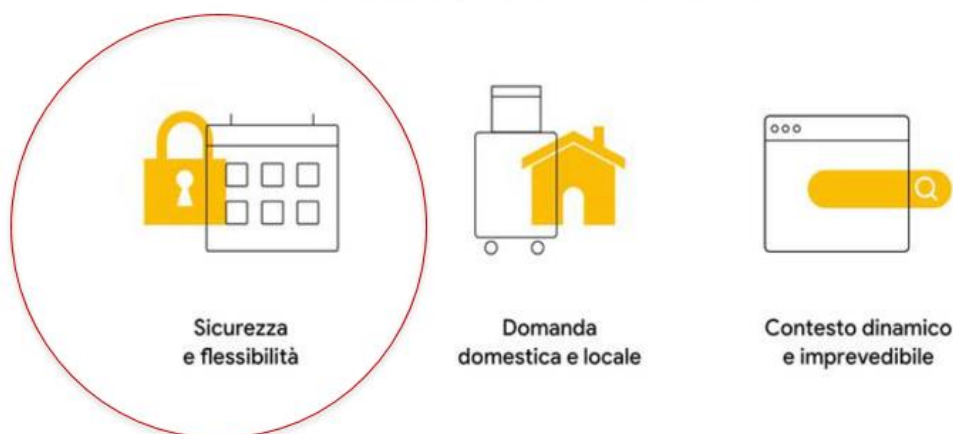
Isnart supporterà gli Enti camerali nella attivazione (G.1) e divulgazione (G.2) del circuito Ospitalità Italiana:

G.1 ATTIVAZIONE DEGLI STRUMENTI DI QUALIFICAZIONE D'IMPRESA DELL'OSPITALITÀ ITALIANA;

Con lo scopo di attivare in modo concreto i nuovi percorsi e gli strumenti agili creati per migliorare la qualificazione delle imprese turistiche, Isnart offre l'opportunità alle Camere di commercio di accompagnare le imprese del proprio territorio nei percorsi agili **Safety**, **Sustainability** e **Accessibility**, costruiti all'interno dell'Hub Ospitalità Italiana, che permettono agli operatori - ricettività, ristorazione, agriturismi e campeggi - di esaminare la propria capacità di coniugare la qualità del loro servizio con la sicurezza, la sostenibilità ambientale e l'accessibilità nelle loro attività.

Per supportare gli Enti camerali nella condivisione dei nuovi strumenti per la crescita delle imprese del comparto turistico, (strumenti per la sicurezza, l'accessibilità e la sostenibilità), alla luce delle esigenze sempre più stringenti verso le garanzie di sicurezza che le tendenze del nuovo turismo stanno evidenziando (v. Google Trend - Verso l'estate 2021: come venire incontro alle nuove esigenze dei viaggiatori, come da immagine che segue), sarà reso disponibile un primo percorso base riservato ad un numero di imprese non superiore alle 10 unità per ciascuna Camera di commercio coinvolta, per consentire loro di avvicinarsi al nuovo concetto di Qualità capace di coniugarsi con la Sicurezza.

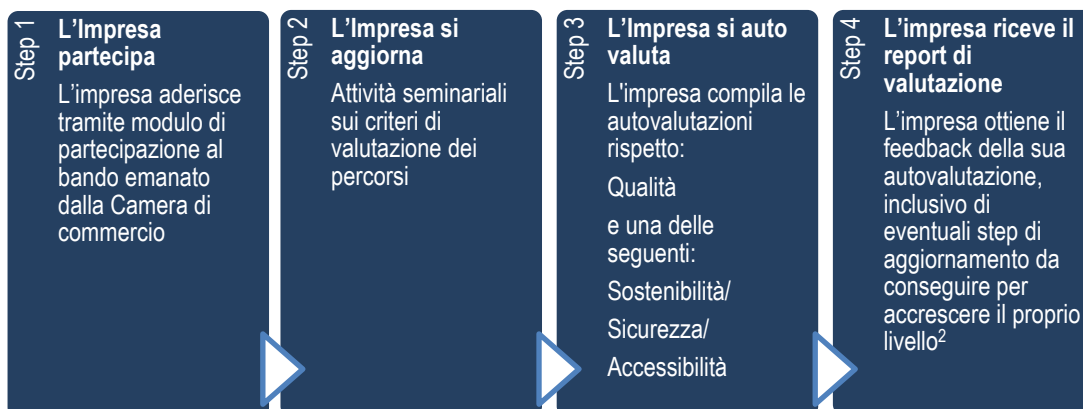
3 trend per il turismo 2021



Il percorso che le imprese intraprenderanno è così articolato:

- momento di condivisione con le imprese dei contenuti del percorso, studiato specificamente per trasferire agli operatori i concetti alla base del percorso su cui saranno coinvolti;
- avvio dell'attività di self assessment: un'apposita check-list fornita da Isnart alle Camere di Commercio sarà trasmessa agli operatori che, debitamente informati già nel corso dell'attività precedente, potranno condurre in autonomia un'attività di analisi preliminare (auto-valutazione) volta a verificare la rispondenza della propria offerta commerciale, così come l'organizzazione e la gestione aziendale, rispetto agli standard indicati dai focus sul quale sono coinvolti. L'autoanalisi permette agli imprenditori di poter avere piena consapevolezza della capacità della propria struttura di rispondere alle esigenze di sicurezza, sostenibilità o capacità di accoglienza di clientela con esigenze speciali, tutelando, da un lato, gli specifici bisogni e, dall'altro, mantenendo un'offerta di alto livello qualitativo.
- una volta compilata, l'impresa restituirà la scheda di autovalutazione alla Camera di commercio; sarà cura di Isnart realizzare e riconsegnare, successivamente, una prima scheda di sintesi contenente l'indicazione del macro-livello raggiunto dall'impresa partecipante ed eventuali prime indicazioni per migliorare i livelli complessivi di qualità.

Il percorso³:



In sintesi, Isnart affiancherà gli Enti camerali nell'attivazione di un percorso Ospitalità Italiana tramite le seguenti attività:

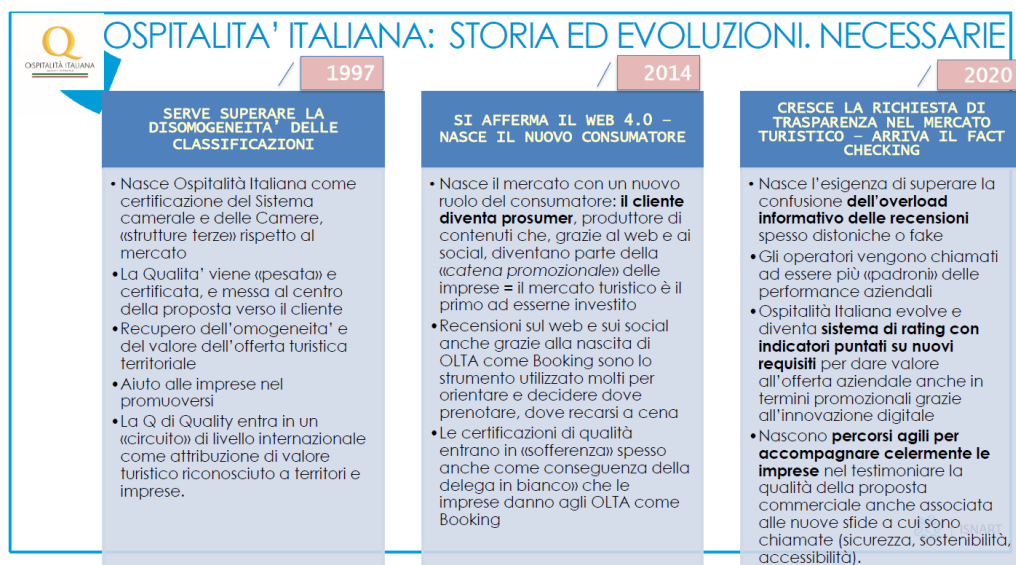
- Supporto nella redazione dell'avviso per informare le imprese
- Fornitura dei materiali necessari per il percorso, compresa la modulistica per l'adesione delle imprese
- Svolgimento di 1 momento di condivisione, con impostazione seminariale, per supportare le imprese ad intraprendere i percorsi Ospitalità Italiana – in formato webinar, applicando il modello ISWEMA
- Produzione di schede report di feedback riguardanti il livello raggiunto sulla scorta dei risultati dell'autovalutazione compilata dalle imprese (massimo 12 imprese per Camera di commercio)
- Supporto alla promozione delle attività attraverso le digital properties di Isnart.

³ Nel caso in cui la Camera di Commercio intenda supportare le imprese nel compimento dell'intero percorso, comprensivo di audit professionale da remoto necessario per ricevere l'attestazione ed ulteriori materiali di promozione Ospitalità Italiana, sarà necessario provvedere con risorse esterne al Fondo di Perequazione.

G.2 ATTIVITÀ PER LA PROMOZIONE E DIVULGAZIONE DEL CIRCUITO DELL'OSPITALITÀ ITALIANA

Il Rating che integra e modifica in modo determinante il percorso di Ospitalità Italiana deriva:

- dall'esperienza conseguita in oltre 20 anni di attività nell'accompagnamento alla certificazione che ha interessato circa 7.000 strutture a livello nazionale, supportando le imprese nella valorizzazione della propria offerta commerciale in campo turistico;
- dalle necessarie riflessioni evolutive che un percorso nato per affiancare il mondo delle imprese deve prevedere.



L'approccio consente di trasformare il percorso in un sistema qualificante dedicato alle imprese turistiche che vogliono crescere: il sistema di rating permette loro di verificare tutti gli elementi della catena di valore, contenuta nella rinnovata Ospitalità Italiana, che le permetta di stare al passo della domanda turistica, consentendo loro, altresì, di riconoscere il proprio ruolo all'interno di una destinazione turistica.

Tramite un evento di Capacity Building, Isnart affiancherà gli Unioncamere e gli Enti camerali nella divulgazione dei principi del rating. La qualità del servizio, la promozione del territorio, l'identità e la notorietà del sistema di offerta diventeranno la materia prima per i contenuti didattici, i momenti di confronto e/o le attività laboratoriali (ivi compreso il possibile confronto con *best practice* e con guest speaker disponibili a condividere le proprie esperienze).

Si propone l'organizzazione di n. 1 evento di Capacity Building riservato alle imprese dell'intero territorio regionale per un massimo di 50 imprese del comparto (ricettività, ristorazione, campeggi, agriturismi, attività del mondo della produzione che svolgono attività "aperte" al turismo esperienziale).

Output	e) 1 report (format) di intervento su una destinazione turistica f) 2 eventi online (o, dove possibile, in presenza) di livello regionale, di cui 1 seminario formativo e 1 workshop laboratoriale g.1) attivazione di 1 percorso per la qualificazione Ospitalità Italiana g.2) 1 evento di Capacity Building sui principi di Ospitalità Italiana
Consegna prevista	<i>Da concordare con il committente</i>

TEMPI E COSTI

OFFERTA ECONOMICA 2022							
Nome commessa:		FdP 2019-2020 "SOSTEGNO DEL TURISMO"					
Cliente:		Unioncamere Toscana					
Data inizio - fine		gennaio 2022 - settembre 2022					
Corrispettivo progetto:		56.123,90					
Responsabile di commessa:		Direttore Operativo					
a) COSTI DIRETTI INTERNI		Totale		attività 1 - Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori		attività 2 - Sostegno alla crescita d'impresa e strumenti per la qualificazione della filiera	
Personale Dipendente	costo	gg	importo	gg	importo	gg	importo
Senior A	600	6,00	3.600,00	3,00	1.800,00	3,00	1.800,00
Senior B	425	8,00	3.400,00	4,00	1.700,00	4,00	1.700,00
Junior A	290	18,00	5.220,00	9,00	2.610,00	9,00	2.610,00
Junior B	220	26,00	5.720,00	13,00	2.860,00	13,00	2.860,00
Totale costi diretti INTERNI		58,00	17.940,00	29,00	8.970,00	29,00	8.970,00
b) COSTI DIRETTI ESTERNI		Totale					
indagini			9.000,00	1.500	9.000,00		
Azioni e report (format) di intervento su una destinazione turistica		-	8.000,00				8.000,00
Percorsi sulla crescita di impresa		-	1.000,00				1.000,00
Totale costi diretti ESTERNI			18.000,00		9.000,00		9.000,00
TOTALE COSTI DIRETTI (a+b)			35.940,00		17.970,00		17.970,00
QUOTA COSTI GENERALI			10.063,20		5.031,60		5.031,60
TOTALE IVA ESCLUSA			46.003,20		23.001,60		23.001,60
IVA			10.120,70		5.060,35		5.060,35
VALORE COMMESSA			56.123,90		28.061,95		28.061,95

MODALITA' DI FATTURAZIONE

La fatturazione avverrà secondo le seguenti modalità:

- 30% all'accettazione della proposta di lavoro;
- 40% a sei mesi dall'affidamento di incarico, con scheda attestante lo stato di avanzamento delle attività;
- 30 a conclusione di tutte le attività.