

Turismo post-covid, Confindustria Piemonte: nuove risorse UE e come investirle

Prosegue il percorso intrapreso a luglio scorso con la presentazione del Position paper di indirizzo strategico dell'industria del turismo in Piemonte, frutto del lavoro del gruppo di ricerca che aveva individuato quattro filoni tematici – la Domanda che evolve e le Strategie; I Costi, gli Investimenti e le Risorse; le Norme; la Comunicazione.

L'appuntamento di oggi – **Turismo: nuove risorse UE e competitività del territorio** – promosso da Confindustria Piemonte, Federturismo, Intesa Sanpaolo, Unioncamere Piemonte e Regione Piemonte, approfondisce l'aspetto delle risorse UE per investimenti e progetti coerenti con le linee strategiche prioritarie dell'Unione Europea, con particolare focus sulle relazioni tra politiche di sviluppo territoriale e industria del turismo.

Cinque i punti sostanziali emersi dai lavori:

□A fronte dell'attuale situazione di emergenza, è essenziale definire strategie di medio-lungo termine
La trasversalità della filiera

Le risorse sono disponibili: occorre mettere in campo una progettualità innovativa per destinare gli investimenti in modo efficace

Il tema della comunicazione resta fondamentale, ma resta ancora molto lavoro da fare

L'interazione dei tre sistemi – istituzioni, imprese e banche – crea un valore aggiunto imprescindibile

«Se a luglio il settore era già stato messo duramente alla prova dall'emergenza sanitaria – ha commentato in apertura dei

lavori il Presidente della Commissione Industria del Turismo di Confindustria Piemonte **Federico De Giuli** – oggi con le nuove restrizioni alle attività imposte dal governo le difficoltà sono ancora più drammatiche, così come la necessità immediata di risorse per la sopravvivenza delle imprese. Superata questa fase, però, occorrerà cambiare passo e rivoluzionare la logica della distribuzione dei fondi, mirando a progetti che siano centrati sugli assi strategici dettati dall'Europa, Green Deal e digitale. Auspichiamo si imponga un concetto di industria del turismo intesa come filiera, dall'accommodation alla formazione manageriale, dalla digitalizzazione ai trasporti.

Dobbiamo quindi ragionare su due orizzonti temporali: nel breve termine, i prossimi due anni, la priorità è il superamento dell'emergenza; nel frattempo, bisogna elaborare strategie di medio-lungo termine, trasformando servizi e organizzazione in funzione di un mercato che sarà sicuramente diverso. Massima attenzione poi a non perdere le opportunità di traino dei grandi eventi, ATP Finals e Olimpiadi Milano-Cortina 2026».

«Il turismo sarà di gran lunga il comparto economico più colpito dagli effetti della pandemia, per questo la sua ricostruzione deve essere in cima alla lista delle nostre priorità – ha dichiarato la Presidente di Federturismo Confindustria **Marina Lalli** – A chiusura del 2020 si prevede che il settore turistico subirà una perdita in termini economici di 65 miliardi di euro, pertanto, sono necessarie forme di ristoro e occorre pensare alla filiera del turismo nel suo complesso, con nuove importanti misure e con l'aiuto dell'Ue.

Tra Recovery fund, Mes e Sure l'Europa ha messo a disposizione dei Paesi oltre mille miliardi e solo per l'Italia ne sono in arrivo 270. È inoltre di questi giorni l'erogazione da parte della Commissione europea di 10 miliardi al nostro Paese a sostegno della cassa integrazione. È quindi di cruciale

importanza progettare bene l'utilizzo del Recovery fund scongiurando il rischio che ne beneficino solo alcuni settori.»

«La Regione ha stanziato 40 milioni per il comparto turistico attenuando in questo modo gli effetti delle chiusure che hanno colpito il settore in maniera drammatica – ha evidenziato l'Assessore Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte **Vittoria Poggio** – Siamo ben consapevoli che questo è soltanto il primo passo a cui ne seguiranno altri con la programmazione del piano di riconversione delle attività, che ha l'obiettivo di far atterrare in nuovi fondi europei a partire dal 2021».

«Il turismo è un prodotto economico a tutti gli effetti – ha sottolineato il Presidente della Camera di commercio di Alessandria-Asti, **Gian Paolo Coscia** – Lo è da tempo su scala italiana, lo sta diventando anche per il Piemonte, ove produce un indotto di oltre 7 miliardi di euro, con una tendenza in costante crescita. L'opportunità di risorse europee per il settore turistico, oggetto del convegno di oggi, non può e non deve essere mancata soprattutto in questa fase emergenziale.

Cerchiamo di evitare ogni tentazione assistenzialistica e cogliamo l'opportunità delle risorse per rilanciare dalla base la competitività delle imprese turistiche piemontesi in un turismo cambiato forse per sempre. Digitalizzazione in primis, ma anche attenzione ai temi della sostenibilità, della sicurezza. Su questi temi, le Camere di commercio sono pronte a fare la loro parte».

Teresio Testa, Direttore regionale Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria Intesa Sanpaolo: “Quando in piena emergenza Covid-19 Intesa Sanpaolo ha avviato le misure straordinarie a sostegno dell'economia, sul settore turistico-ricettivo ha subito concentrato un'attenzione particolare condividendone l'urgenza con tutte le principali associazioni di categoria e organizzazioni imprenditoriali del segmento.

Tra i primi interventi, l'istituzione di un plafond dedicato per la liquidità e l'incremento della moratoria fino a 24 mesi, in linea con le aspettative di ripresa più lunghe del settore e con l'obiettivo di mettere in sicurezza le imprese. Non appena è stato possibile, abbiamo esteso la moratoria anche ai clienti di UBI Banca, quindi a circa 20.000 ulteriori operatori.

In questi mesi il Gruppo ha erogato al settore oltre 3 miliardi di credito ed ha perfezionato quasi 37.000 richieste di moratoria sui finanziamenti per un ammontare del debito residuo di circa 4,8 miliardi di euro”.

Come rilevato dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, la crescita del settore turistico piemontese negli ultimi 15 anni è stata evidente. Dal pre-Olimpiadi invernali di Torino 2006 le presenze turistiche in Piemonte sono aumentate del 46%, un tasso di crescita doppio rispetto alla media italiana.

Nel 2020 la pandemia di Covid-19 ha causato una brusca frenata alla filiera, già in leggero rallentamento dall'anno precedente. Il danno si presenta rilevante per l'economia turistica piemontese. Tuttavia il Piemonte, anche in questo contesto, ha potuto far leva su alcune caratteristiche che hanno consentito alla regione di non essere tra le più impattate in Italia.

In primo luogo una destagionalizzazione marcata delle presenze, soprattutto per quanto riguarda gli italiani, grazie ad un territorio ricco e variegato, sostenuto dall'ampio patrimonio artistico ed enogastronomico. In secondo luogo il turismo di prossimità molto sviluppato che, in questo momento in cui gli spostamenti devono essere ridotti al minimo, non può essere che un vantaggio.

Il Piemonte è la prima regione italiana per turismo intraregionale e, considerando i territori italiani e stranieri confinanti, si arriva al 47% delle presenze.

Occorrerà però vincere le nuove sfide che il contesto pone con evidente accelerazione: migliorare il marketing digitale e rivisitare l'offerta turistica in chiave di sostenibilità, riqualificando anche le strutture.

Confindustria Piemonte: turismo post-covid, le strategie per ritartire

Il settore dei viaggi e del turismo è senza dubbio tra quelli che più hanno risentito della pandemia: ora il comparto si ritrova a dover ripartire dopo due mesi di "sospensione" in cui però, si è avviato un processo di riprogettazione: sarà necessariamente un nuovo turismo quello che vedremo prendere forma nel prossimo periodo e che evolverà ancora.

Questo il filo conduttore del Position paper di indirizzo strategico dell'industria del turismo in Piemonte, frutto del lavoro del gruppo di ricerca, promosso da **Confindustria Piemonte** e coordinato dal Presidente della Commissione Industria del Turismo **Federico De Giuli**, che ha riunito tecnici, esperti di settore e destinazione turistica regionale, intervenuti ai lavori del webinar svoltosi oggi,

insieme all'Assessore Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte Vittoria Poggio, con le conclusioni di **Marina Lalli**, Presidente di Federturismo.

Qual era la situazione pre-Covid? Nel 2018, con un consuntivo di oltre 15milioni di pernottamenti e 5milioni e 200mila arrivi, il Piemonte si posizionava a metà classifica fra le regioni italiane, alla guida del gruppo di centro dopo Veneto, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Lazio ed Emilia-Romagna.

La crescita dei movimenti turistici negli ultimi dieci anni aveva registrato una crescita pari a 30,25% dei pernottamenti e 36,44% di arrivi, se pur vi fossero aree del territorio regionale con velocità, caratteristiche e capacità di attrarre turisti molto differenti fra loro. I mesi estivi si confermavano i più importanti per il turismo regionale, attraendo oltre il 60% dei flussi.

Partendo da questi dati, il paper vuole rispondere a un duplice obiettivo: scattare un'istantanea del turismo nel nostro territorio nell'emergenza sanitaria in atto e successivamente disegnare percorsi di rilancio e riposizionamento strategico del settore e della "Destinazione Piemonte" con visione di medio/lungo periodo.

La Regione è stata coinvolta nel progetto e anzi principalmente a essa, oltre che agli operatori turistici, si rivolgono molti dei temi e contributi espressi nella proposta. Ciò che si immagina di offrire è uno o più scenari possibili per indirizzare ed organizzare la ripartenza, ma anche nuovi spunti per reimpostare l'offerta, di prodotti e destinazioni.

Il lavoro degli esperti si è focalizzato su quattro filoni tematici – la Domanda che evolve e le Strategie; I Costi, gli Investimenti e le Risorse; le Norme; la Comunicazione – e ha individuato alcuni nuovi trend di scenario, tra cui:

competizione tra territori e destinazioni turistiche, al posto della tradizionale dimensione soggettiva di mercato;

nuova targettizzazione del mercato e, almeno per un periodo, crescita del turismo di prossimità;
importanza crescente di una narrazione promozionale fondata sulla sicurezza e sull'esperienza offerta al turista;
poche e non tradizionali risorse economiche da utilizzarsi per gli investimenti in sviluppo.

«Il mondo del turismo è duramente messo alla prova da questa emergenza sanitaria, le imprese sono in difficoltà e bisogna essere capaci di traguardare la contingenza e avere fiducia che al più presto ci siano le condizioni per tornare a viaggiare, ha evidenziato Federico De Giuli, Presidente della Commissione Industria del Turismo di Confindustria Piemonte. Se da un lato c'è bisogno di interventi finanziari urgenti che permettano di non disperdere il patrimonio di imprese e professionalità, dall'altra dobbiamo prepararci a una stagione competitiva e appassionante.

La domanda che abbiamo posto ai ricercatori – continua De Giuli – è di anticiparci alcune possibili tendenze della domanda turistica post-Covid, così da ottimizzare gli investimenti pubblici e privati sul prodotto e sulla sua comunicazione. Il Lavoro è pieno di spunti utili che mettono in evidenza come il territorio piemontese abbia le caratteristiche ottimali per rispondere alle nuove esigenze e che superata la crisi, se avremo il coraggio di innovare, si apriranno importanti opportunità per il settore turistico».

L'Assessore Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte **Vittoria Poggio** ha commentato: “Nessuno avrebbe mai potuto aspettarsi l'attuale, improvviso e imprevedibile scenario mondiale disegnato dalla presente emergenza sanitaria, la quale ha poi scatenato, con il più classico degli effetti domino, una susseguente e drammatica emergenza economica e sociale.

Una situazione che ha inevitabilmente stravolto completamente i piani e gli indirizzi programmatici dell'amministrazione

regionale in tema di turismo, un settore fondamentale e altamente attrattivo per la nostra regione, nonché in costante crescita e capace di produrre importanti ricadute in altri comparti come quelli della cultura e del commercio, il quale sta patendo fortemente e più di altri gli effetti della pandemia.

Il nostro piano strategico di mandato prevedeva infatti l'ambizioso ma realistico incremento del Pil turistico regionale dal 7.4% al 10%, mentre ora si ipotizza per l'immediato futuro una sua drastica e drammatica caduta, da cui si evincono le fin troppo ovvie e inevitabili conseguenze sul tessuto economico e sociale del nostro territorio.

Pur consci dell'estrema confusione emergente a livello mondiale, della difficoltà di questa nuova sfida e della necessità di una risposta adeguata e soprattutto corale, che veda operare in sinergia tutte le istituzioni politiche, economiche e sanitarie mondiali, viepiù in tema di turismo e di flussi turistici nazionali e internazionali, l'amministrazione regionale, di concerto con i vari enti e rappresentanti turistici piemontesi, ha elaborato un fitto, variegato e straordinario programma di sostegno e di rilancio del turismo regionale, il cosiddetto "Riparti Turismo", il quale sta proprio ora entrando nel vivo e, grazie alla sua cospicua dote finanziaria, comincia a mostrare i primi risultati positivi.

Da questo tavolo di lavoro sono quindi emersi provvedimenti come il Voucher 3x1, che sembra avere un buon successo e piacere molto ai turisti, il Bonus Turismo, che sostiene la ripresa del settore alberghiero ed extralberghiero, una nuova Campagna di promozione e marketing turistico - 'Bellezza singolare', 'Gusto singolare', 'Libertà singolare', 'Spirito singolare' -, per il rilancio dell'intera offerta regionale, declinata per prodotti, target e mercati, e il potenziamento dei Consorzi, delle ATL e delle Proloco presenti sul territorio.

Tutte misure studiate per dare una risposta efficace e concreta all'intera filiera turistica, in quanto la nostra regione vive di turismo e questo piano deve e vuole essere un rilancio dell'immagine e del brand Piemonte, capace di attrarre un numero crescente di turisti grazie ai suoi stupendi e variegati territori, e alle sue bellezze storico-artistiche, architettoniche e naturalistico-paesaggistiche".

«Il turismo alimenta una catena del valore lunghissima – ha dichiarato infine la Presidente di Federturismo Confindustria Marina Lalli – e le ricadute, con l'emergenza sanitaria, si sono fatte sentire anche in tanti altri comparti ad esso collegati. Per uscire da questo vicolo cieco ci metteremo diversi anni, ma dobbiamo pensare che quello che prenderà forma nel prossimo periodo sarà un nuovo turismo, un cambiamento inevitabile che la pandemia ha solo bruscamente accelerato. L'offerta di prodotti omogenei in diversi territori, il digitale, la formazione, l'attenzione a nuovi stili di vita che mettano al centro il benessere e la sicurezza della persona sono temi cruciali sui quali è diventato indispensabile investire e riprogettare».