



**Progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale
Triennio 2020-2022**

TURISMO

Relazione illustrativa



1 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il turismo rappresenta una risorsa naturale e strategica del Paese: la più grande “promessa” italiana, che potrebbe raddoppiare facilmente il suo contributo al PIL italiano, oggi attestato al 6%.

L’Italia è la meta più ambita dai turisti stranieri, ma non per questo la più visitata. Siamo solo al quinto posto al mondo per numero di arrivi internazionali. Prima di noi ci sono Francia, Spagna, Stati Uniti e Cina. Occorre, dunque, tramutare questo potenziale turistico in una concreta opportunità di sviluppo, migliorando la nostra capacità di attrazione indipendentemente dalle classifiche ufficiali sugli arrivi internazionali.

Ad attrarre i vacanzieri, oltre ai siti naturalistici ed enogastronomici, è il patrimonio artistico e culturale: l’Italia detiene la più elevata concentrazione di siti dichiarati patrimonio dell’umanità dall’Unesco. Sono in tutto 54 che ospitano quasi la metà dei turisti stranieri. Non c’è nessun altro Paese a poterne vantare tanti. Persino una nazione grande e ricca di storia come la Cina ne conta meno di noi, attestandosi al secondo posto con 53 siti. È dunque un patrimonio che dobbiamo sapere adeguatamente valorizzare.

Nell’ultimo decennio il numero delle imprese di alloggio e ristorazione è cresciuto quasi del 21%, a fronte di valori vicini allo zero dell’intero tessuto imprenditoriale. Ma, se da una parte abbiamo il numero più elevato di strutture ricettive in Europa, sfruttiamo appena il 46% del potenziale di ospitalità.

C’è quindi una fragilità di sistema che va affrontata. Il turismo potrebbe diventare un formidabile volano per la crescita dell’intero Paese ma occorre una strategia di settore.

Per dare il proprio contributo alla crescita del turismo, nello scorso triennio, 62 Camere di commercio si sono impegnate su 220 azioni progettuali, che hanno riguardato molteplici e diversificati aspetti della valorizzazione dei territori e delle imprese. Iniziative e attività che hanno attivato 47 milioni di euro, raccordate intorno a 19 filoni strategici, che hanno spaziato dalla creazione di itinerari turistici alle attività di promozione territoriale, dalla qualificazione della filiera alle progettualità per i siti Unesco meno noti, dalle attività formative all’incoming turistico. Il tutto, in linea con gli obiettivi del Piano strategico. Questi progetti sono stati un investimento importante per le Camere di commercio che certamente risponde alle nuove competenze di legge, ma ancor di più vuole rispondere alle necessità delle imprese.



2 OBIETTIVI DI PROGETTO

Per realizzare una programmazione di sistema, capace di affrontare la fragilità del settore turistico, sono state definite 4 priorità strategiche, da condividere anche con le Regioni, che puntano a far conoscere meglio i territori, a sostenere la competitività delle imprese rafforzando la qualità dell'offerta turistica, a valorizzare territori che offrono itinerari sostenibili da scoprire in modalità "slow", a sviluppare forme di aggregazione tra le imprese per collegare in "rete" i siti Unesco meno noti contribuendo a ridurre il sovraffollamento di alcune località turistiche famose e a promuovere la destagionalizzazione dei flussi.

Concentrare gli interventi prioritariamente su 4 linee progettuali consente di dare maggiore uniformità e riconoscibilità alle azioni svolte dalle Camere di commercio:

1. **Dare continuità** alle progettualità e alle iniziative di **promozione dei territori**;
2. **Potenziare la qualità della filiera turistica**;
3. **Incentivare il turismo lento**;
4. **Valorizzare le economie dei siti Unesco**.

3 AZIONI DI PROGETTO

Il progetto esecutivo e le relative azioni si sviluppano lungo le 4 linee progettuali delineate, con una logica di intervento di tipo modulare che definisce nel dettaglio la linea/e progettuale/i su cui concentrare - anche con il contributo tecnico/scientifico di Isnart, società in house del Sistema camerale - le relative azioni, obiettivi e output progettuali. Di seguito il dettaglio delle linee proposte dalla Camera di commercio di Brescia.

1. Dare continuità alle progettualità e alle iniziative di **promozione dei territori**, realizzate anche in raccordo con le regioni, i comuni e altri enti pubblici e privati locali, così da rendere più efficaci le politiche di sviluppo turistico dei territori. In questa linea sono ricomprese anche le iniziative per la promozione e valorizzazione dei grandi eventi di livello nazionale e internazionale nonché le azioni da sviluppare a seguito del coordinamento con la programmazione turistica regionale.

Le attività previste andranno modulate in sinergia con gli stakeholders territoriali, con Bresciatourism, con Regione Lombardia e con altre Camere di Commercio accomunate da interessi condivisi di promozione turistica. In particolare, si avvierà un percorso per:



- attività di promozione in vista delle Olimpiadi Invernali del 2026, al fine di cogliere le opportunità offerte da tale manifestazione di rilevanza internazionale, per la valorizzazione del comprensorio sciistico dell'Alta Valle Camonica, soprattutto intervenendo sulla qualificazione del sistema ricettivo dell'area;
- attività di programmazione delle politiche di promozione del Lago di Garda, attraverso accordi di rete con soggetti che sappiano aggregare gli operatori turistici delle tre province di Brescia, Verona e Trento, al fine di creare sinergie in grado di migliorare ed unificare la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica di tutto il comprensorio gardesano.

Al fine di favorire l'ingresso al mercato turistico delle piccole e medie imprese dell'artigianato locale e delle tipicità in genere, verrà data continuità al progetto avviato nel 2018 **“Territorio, artigianato e turismo”**, in convenzione con Bresciatourism e in condivisione con le Associazioni territoriali di categoria del settore. Il progetto dovrà prevedere ulteriori azioni finalizzate allo sviluppo sul territorio provinciale di nuove proposte di turismo esperienziale, oltre alla loro promozione attraverso i vari canali di comunicazione. A tal fine verranno coinvolte alcune imprese artigiane del territorio, che a seguito di uno specifico programma formativo, potranno elaborare e proporre le loro nuove proposte di turismo esperienziale.

Sempre in collaborazione con Bresciatourism, proseguirà anche nel 2020, come previsto da specifica convenzione, l'attività riguardante il progetto **“Fare Rete per il Turismo Business”**.

Lo scopo del progetto è la promozione del turismo business verso la provincia di Brescia, valorizzando i due Poli Fieristici presenti. Attraverso l'attività svolta da Bresciatourism si vogliono promuovere le migliori location turistiche, fornire assistenza qualificata, informazioni e servizi ai numerosi turisti business che raggiungono, o sono potenzialmente interessati a raggiungere la città e la provincia per partecipare a convention, fiere, incontri d'affari, visite ad imprese e missioni imprenditoriali.

L'attività di promozione del turismo d'affari potrà essere rafforzata anche attraverso azioni coordinate a livello di Sistema Camerale Lombardo, in continuità con le attività avviate nel 2019 con il progetto **“INBUYERS TURISMO”**, specificamente rivolto alla promozione dell'accoglienza sul territorio di buyers ed influencers.



Non mancheranno ulteriori azioni a livello locale, in sinergia con le istituzioni locali e con i vari soggetti rappresentativi degli operatori di settore, per la realizzazione di specifici progetti di promozione turistica delle eccellenze del territorio e delle sue attrattività, quali grandi eventi sportivi e culturali, il patrimonio artistico e storico, i vari percorsi enogastronomici.

2. Potenziare la qualità della filiera turistica, fornendo assistenza alle imprese - anche utilizzando lo strumento dei voucher - sui temi della sostenibilità ambientale, del turismo accessibile, del turismo digitale, della qualità dei servizi turistici, valorizzando anche la qualità dell'ospitalità. Sul versante della promozione rientrano anche le iniziative per valorizzare le eccellenze produttive dei territori attraverso la rete dei ristoranti italiani nel mondo.

Al fine di supportare le imprese del settore turistico nel processo di trasformazione digitale, per accrescerne le competitività, verrà data continuità alle azioni del progetto avviato, in convenzione con Bresciatourism, denominato **“Digitalizzazione degli Operatori Turistici Bresciani”**, per la realizzazione di percorsi formativi volti a migliorare e diffondere le competenze digitali necessarie a tarre vantaggio dalla rivoluzione tecnologica in atto.

Per favorire il turismo digitale, la Camera di Brescia ha supportato, a partire dal 2018, la costruzione della piattaforma regionale dell'ecosistema digitale turistico, con l'avvio del progetto **EDT (Ecosistema digitale turistico)**, che mira a rendere più competitive le destinazioni e le imprese turistiche lombarde, grazie alla creazione di un ambiente digitale condiviso dove raccogliere informazioni provenienti dal territorio (Infopoint, operatori turistici, Destination Manager Organisation, Istituzioni). Si prevede, quindi, anche per il prossimo triennio il supporto verso azioni coordinate da Regione Lombardia, per la promozione dell'offerta turistica con modalità smart, digitali e sostenibili.

Le azioni camerali verranno inoltre completate con l'adozione di specifici Bandi di contributo a favore delle imprese della filiera turistica, in particolare a supporto di progetti di riqualificazione attraverso investimenti finalizzati al loro miglioramento tecnologico, sostenibilità ambientale e accessibilità. Tali azioni potranno inoltre essere completate con specifici Bandi riguardanti la promozione del territorio, per potenziarne l'attrattività in ambito nazionale e internazionale.



3. Incentivare il turismo lento, attraverso la promozione e/o l'animazione di cammini, itinerari, ciclovie, etc. dedicati ai tematismi religiosi, storici, culturali, produttivi, enogastronomici, etc., incentivando il coinvolgimento dei sistemi economici locali anche prevedendo iniziative di incoming turistico, in stretta collaborazione con Bresciatourism.

4. Valorizzare le economie dei siti Unesco, per implementare reti di connessione tra i siti Unesco, in particolare quelli meno noti, e tra le imprese e le economie di questi territori, incentivando eventi BtoB, iniziative di formazione per gli operatori e di qualificazione dei territori, per aumentarne la promozione e la riconoscibilità presso il grande pubblico.

A Brescia e nel suo territorio provinciale sono presenti due Siti Unesco, quello dell'Arte Rupestre della Valle Camonica, primo sito italiano nella lista del Patrimonio Mondiale Unesco, e quello dell'Area Monumentale del Complesso Monastico di San Salvatore - Santa Giulia e dell'Area Archeologica del Capitolium.

In sinergia con gli Enti Pubblici Locali, Università, Associazioni di categoria, vari Stakeholders locali e privati cittadini verranno progettate specifiche azioni che puntano a valorizzare il Patrimonio Unesco presente sul territorio, unitamente al patrimonio storico-artistico di Brescia e della sua provincia.

4 BUDGET DI PROGETTO NEL TRIENNIO 2020-2022

Vedi allegato

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(Dr Giuseppe Ambrosi)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82
"Codice dell'amministrazione digitale"

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(Ing. Roberto Saccone)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82
"Codice dell'amministrazione digitale"