

Allegato "E" delib. n. 41 del 26/5/19

Programma Fondo di Perequazione 2017-2018

Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo

Proposta del 12 giugno 2019 a seguito riunione con le CCIAA

Obiettivi del progetto

Proseguire il percorso avviato nella precedente annualità per dotare le Camere di commercio lombarde degli strumenti utili a presidiare in modo innovativo gli ambiti della valorizzazione dei beni culturali e della promozione turistica, al fine di fornire ai sistemi locali d'impresa una migliore assistenza per il loro posizionamento competitivo.

A livello nazionale, si prevedono 4 linee di attività:

A. Specializzazione dell'osservazione economica e investimento nell'identità dei territori

Questa prima attività prevede l'implementazione dell'osservazione economica del settore e delle singole destinazioni turistiche utilizzando la metodologia dei **Big Data** integrata con le più puntuali analisi sulla domanda e sull'offerta turistica svolte attraverso **rilevazioni dirette e analisi di tipo tradizionale**.

Sarà implementata una osservazione dei fenomeni turistici in grado di interpretare le identità e capire le traiettorie di sviluppo delle destinazioni turistiche. A tal fine, andranno declinate le informazioni raccolte nella **mappa delle opportunità** con le caratteristiche distintive delle **destinazioni turistiche**, non sempre identificate dalle Regioni, per far emergere e portare l'attenzione sui fattori che ne determinano l'identità e la loro dotazione dei servizi (beni culturali, ricettività, mobilità, tipicità territoriali, ecc.).

In tal senso, la nuova osservazione economica dovrà configurarsi come una osservazione duttile che possa anche essere rivolta a dare contenuto alle analisi sui prodotti turistici, oltre a fornire le informazioni per l'elaborazione dei report informativi del quadro nazionale e dello scenario internazionale.

In termini di analisi e reporting finale sulle azioni progettuali realizzate, si prevedono:

- il monitoraggio generale, la raccolta di informazioni e l'analisi valutativa complessiva dei percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento sviluppati e implementati a livello territoriale con i progetti tipo camerali;
- la condivisione dei risultati con il territorio attraverso attività di comunicazione e, in particolare, incontri mirati a livello locale o di settore, presentazioni pubbliche, pubblicazione su siti camerali e di Unioncamere o di partner.

B. Percorsi di crescita per le imprese e strumenti per la qualificazione della filiera

Saranno strutturati percorsi di crescita per le imprese attivando tre strumenti che agiscono sulla leva della qualificazione:

B.1 progettazione dei format per l'organizzazione a livello locale di workshop e focus group dedicati agli imprenditori in cui illustrare i casi aziendali di successo "le avanguardie imprenditoriali del turismo e cultura" per trasferire alle imprese le migliori pratiche su digitalizzazione, elementi di distintività d'impresa, comunicazione, commercializzazione dei prodotti turistici e culturali e organizzazione d'impresa. Tali eventi devono essere organizzati in maniera tale da fungere anche quali occasioni per raccogliere in modo costante le esigenze delle imprese. Il metodo formativo prevederà l'utilizzo delle nuove tecniche di

IL SEGRETARIO GENERALE F.F.
(Dott. Luigi Boldrin)

coaching, di co-working e co-progettazione, avvalendosi della collaborazione dei migliori formatori specializzati nel settore;

B.2 realizzazione degli strumenti da fornire nel cruscotto di analisi dei prodotti turistici a partire dall'individuazione delle diverse tipologie di prodotto turistico per valutarne le potenzialità di sviluppo e i punti di debolezza in termini di organizzazione sul territorio e di rispondenza alle esigenze della domanda. Gli strumenti da fornire nel cruscotto di analisi devono, dunque, mirare all'individuazione delle diverse tipologie di prodotto turistico, classificandoli in base alla loro rilevanza per le economie locali, così da poter monitorare e orientare il loro sviluppo;

B.3 avvio delle prime attività per la diffusione del rating Ospitalità Italiana, la nuova distinzione messa a disposizione delle imprese turistiche italiane

C. Mappa dell'accessibilità dei territori e sostenibilità sociale e ambientale

La valorizzazione, a livello nazionale, delle destinazioni turistiche è imprescindibile dalla loro accessibilità: i territori per avere una valenza turistica devono essere pienamente accessibili e permeabili sia dal punto di vista fisico che culturale. Dove con il termine accessibilità, si fa riferimento all'esistenza di condizioni che permettano l'accessibilità per tutti al "polo turistico" e la fruizione attraverso sistemi di mobilità, anche sostenibile, contribuendo a ridurre l'isolamento di territori periferici o poco serviti in cui siano presenti risorse valorizzabili. Inoltre, si deve rendere possibile ai visitatori di comprendere ed interpretare la storia, la complessità e la varietà del patrimonio visitato (permeabilità culturale). Risulta, dunque, di fondamentale importanza impostare un'attività di analisi che permetta di dotare il Sistema camerale di uno strumento che sia di supporto per lo sviluppo e l'attuazione di interventi su temi che spaziano dal marketing territoriale all'infrastrutturazione dei territori, dalla digitalizzazione alla qualificazione delle imprese.

D. Animazione della rete dei ristoranti italiani nel mondo

La rete dei ristoranti italiani nel mondo, qualificati con il marchio Ospitalità Italiana, deve essere costantemente animata per poter essere utilizzata quale strumento di valorizzazione delle filiere agroalimentari italiane a disposizione di quanti (amministrazioni centrali e regionali) impegnati nella diffusione del Made in Italy all'estero. A tal fine, occorrerà portare avanti le attività necessarie a garantire il supporto tecnico e di coordinamento alle Camere di commercio italiane all'estero impegnate nelle attività di gestione e sviluppo della rete, assicurando la segreteria per il rilascio del marchio e avviando iniziative per l'introduzione di nuove tipologie (gelaterie e pizzerie italiane nel mondo), per far evolvere la rete anche quale strumento di promozione e vendita delle produzioni tipiche italiane.

ATTIVITÀ REALIZZATE A LIVELLO REGIONALE DA UNIONCAMERE LOMBARDIA

Il ruolo di Unioncamere Lombardia, all'interno del progetto presentato a livello regionale, sarà legato alle attività di:

1. coordinamento (presentazione del progetto, rapporti operativi con le Camere, monitoraggio e rendicontazione finale)
2. creazione e gestione del gruppo di lavoro intercamerale
3. realizzazione delle attività legate alle prime due linee di azione

IL SEGRETARIO GENERALE F.F.
(Dott. Luigi Boldrin)

Azione A Specializzazione dell'osservazione economica e investimento nell'identità dei territori

Sulla base degli strumenti forniti da Unioncamere nazionale e delle attività realizzate nella prima annualità del progetto, Unioncamere Lombardia con le Camere di commercio aderenti all'iniziativa avvierà la **strutturazione e la gestione di un osservatorio del turismo regionale**. Considerando lo stretto rapporto di Unioncamere Lombardia con Regione Lombardia e l'esistenza dell'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività (istituito con Legge Regionale e con DGR 6/6/2016), le attività saranno sinergiche a quelle già in corso per evitare duplicazioni e sovrapposizioni, nonché sinergie con il comparto culturale e le offerte esperienziali. Unioncamere Lombardia utilizzerà con questi vincoli di legge gli strumenti forniti a livello nazionale, valorizzando quanto realizzato a livello regionale (ad esempio Osservatorio Culturale istituito da Regione Lombardia) e utilizzando la metodologia dei Big Data integrata con le più puntuali analisi sulla domanda e sull'offerta turistica svolte attraverso rilevazioni dirette e analisi di tipo tradizionale. D'intesa con le CCIAA e Regione saranno identificati i focus e gli approfondimenti di maggiore importanza e rilevanza per le imprese e il comparto ricettivo turistico e culturale.

Con riferimento alla "mappa delle opportunità", Unioncamere Lombardia con le Camere di commercio aderenti all'iniziativa proseguirà l'attività di ricognizione e analisi degli attrattori territoriali individuati nell'annualità precedente, valutando possibili integrazioni di dati utili alle analisi. In questa seconda annualità verrà inoltre sviluppata una metodologia per relazionare gli attrattori – in particolare quelli legati ai beni culturali - all'interno delle destinazioni turistiche lombarde. Da qui sarà realizzata la **mappatura delle destinazioni turistiche lombarde e dei relativi attrattori** individuati che – grazie anche alle competenze della società in house Uniontrasporti – potranno essere relazionate ai livelli di accessibilità e connettività, su tre scale differenti (regionale, nazionale e internazionale) qualora non già state definite da Regione.

Relazionando infine la mappatura delle destinazioni turistiche lombarde con la mappatura delle zone ad elevata performance turistica e con quella relativa alle zone ad elevata potenzialità (attività realizzate nell'ambito della prima annualità anche se priva di completezza per quanto concerne la copertura regionale), sarà possibile realizzare **una SWOT Analysis** complessiva per la Lombardia e territoriale in grado di definire punti di forza, debolezza, opportunità e minacce delle destinazioni turistiche lombarde nell'ambito di scenari nazionali ed internazionali, con specifico riferimento alla attivazione di sinergie con le Regioni e i territori confinanti: Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Cantoni Ticino e Grigioni.

Prodotti da realizzare:

- Approfondimenti e focus tematici a integrazione dell'Osservatorio regionale del turismo (già istituito da Regione Lombardia)
- Mappatura delle destinazioni turistiche e degli attrattori territoriali individuati
- SWOT analysis destinazioni turistiche, territoriale e regionale, con relativo report di analisi

Obiettivi minimi di risultato:

- Report di analisi economica territoriale
- Individuazione di minimo 1 destinazione turistica per ogni Camera di commercio pre accorpamento

Azione B Percorsi di crescita per le imprese e strumenti per la qualificazione della filiera

Sulla base dei format forniti a livello nazionale, Unioncamere Lombardia con le Camere di commercio aderenti all'iniziativa si occuperà dell'organizzazione di **focus group** per rilevare le esigenze delle imprese lombarde e di **workshop** per trasferire le migliori pratiche aziendali su temi strategici per la valorizzazione del patrimonio culturale e per la promozione delle destinazioni turistiche lombarde. La raccolta dei

IL SEGRETARIO GENERALE F.F.
(Dott. Luigi Boldrin)

fabbisogni delle imprese e la loro analisi sarà effettuata con metodo sistematico e organizzato e criteri quali-quantitativi. Nella analisi sarà incluso il sistema delle imprese culturali e la relativa offerta turistica integrativa e motivazionale, dedicando particolare attenzione alla raccolta delle caratteristiche e analisi dei bisogni per permettere alle Camere di intervenire con competenza a supportare il comparto nelle nuove funzioni attribuite con i recenti decreti attuativi.

Attraverso il **cruscotto di analisi dei prodotti turistici** realizzato a livello nazionale, Unioncamere Lombardia fornirà gli elementi di analisi necessari alla classificazione delle diverse tipologie di prodotto turistico presenti sul territorio lombardo, in modo tale che i risultati possano essere resi disponibili per i percorsi di crescita che le Camere di commercio lombarde vorranno realizzare per le proprie imprese.

Infine, Unioncamere Lombardia promuoverà su scala regionale l'introduzione del nuovo sistema di **Rating Ospitalità Italiana**

Prodotti da realizzare:

- Realizzazione dei percorsi di crescita per le imprese lombarde mediante l'attivazione delle tre leve di qualificazione individuate

Obiettivi minimi di risultato:

- Organizzazione di almeno 1 percorso di crescita per ogni Camera di commercio pre accorpamento
- Coinvolgimento di almeno 10 imprese per ciascuno percorso di crescita attivato
- Promozione del rating Ospitalità italiana in almeno 20 imprese

BUDGET PREVISTO E ARTICOLAZIONE COSTI BUDGET PREVISTO E ARTICOLAZIONE COSTI

(il progetto consente di valorizzare costi di personale della struttura di coordinamento – Unioncamere

Lombardia - ed è finanziato al 100%) Il budget gestito dall'Unione regionale comprende sia le attività di prestazione di servizi e le attività di promozione e produzione materiali e documenti

Progetto "Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo" a valere su Fondo di Perequazione 2017-2018	Bergamo	Brescia	Como-Lecco	Cremona	Mantova	MI-MB-LO	Pavia	Sondrio	Varese	Totale
COSTI PREVISTI	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 64.000,00	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 96.000,00	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 384.000,00
Personale (Unione regionale/CCIAA capofila/CCIAA regionale) (attività di coordinamento)	€ 8.333,33	€ 8.333,33	€ 16.666,67	€ 8.333,33	€ 8.333,33	€ 25.000,00	€ 8.333,33	€ 8.333,33	€ 8.333,33	€ 100.000,00
Prestazione di servizi (soc. in house, soc. mercato, professionisti, ecc.)	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 32.000,00	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 48.000,00	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 192.000,00
Promozione e materiali/documenti informativi (attività promozionali sul territorio)	€ 6.333,33	€ 6.333,33	€ 12.666,67	€ 6.333,33	€ 6.333,33	€ 19.000,00	€ 6.333,33	€ 6.333,33	€ 6.333,33	€ 76.000,00
Altre spese (missioni delle risorse umane struttura camerale di coordinamento)	€ 1.333,33	€ 1.333,33	€ 2.666,67	€ 1.333,33	€ 1.333,33	€ 4.000,00	€ 1.333,33	€ 1.333,33	€ 1.333,33	€ 16.000,00
CONTRIBUTO PREVISTO (100%)	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 64.000,00	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 96.000,00	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 384.000,00

IL SEGRETARIO GENERALE F.F.
(Dott. Luigi Goldrin)