

Turismo post Covid in Piemonte: le strategie per ripartire

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 nei giorni scorsi, insieme all'assessore regionale alla Cultura, Turismo e Commercio Vittoria Poggio, con le conclusioni di Marina Lalli, Presidente di Federturismo.

Qual era la situazione pre Covid? Nel 2018, con un consuntivo di oltre 15 milioni di pernottamenti e 5 milioni 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 e 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 trarre 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 a Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte Vittoria Poggio ha commentato: «Nessuno si sarebbe mai potuto aspettare 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, specialmente 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 Pro Loco 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».

Il *Position Paper* è disponibile sul sito di Confindustria.

