

**ACCOGLIENZA SINONIMO DI COMPETITIVITÀ**

***L'OSPITALITÀ ITALIANA  
PER LE IMPRESE TURISTICHE***

***Unioncamere Piemonte - Camere di commercio del Piemonte***  
**Capacity Building – 1 giugno 2022**



UNIONCAMERE



ISNART

# Un nuovo mercato = nuovi clienti = nuovi approcci

**Sempre più giovane**

Entro il 2040 **Millennials** e **Generazione Z** rappresenteranno la quota maggiore della popolazione mondiale con 2,3 e 2,6 miliardi di individui rispettivamente.

**È giovane il 50% tra Gen Y e Gen Z sul totale dei turisti in Italia**

(Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, Ismart-Unioncamere)



## Phigital

Con una tendenza generale che si sta spostando verso servizi digitali e innovativi - in particolare mobile - ci sarà un **allontanamento dalle esperienze tradizionali** e verso **esperienze più personalizzate**, ibridando la dimensione fisica con quella digitale.

## Responsabile e sostenibile

**94%** dei viaggiatori guarda alle opzioni di viaggio sostenibili e alla **trasparenza** con cui vengono fornite (Booking.com 2021)

## Residente, più che temporaneo

Il fenomeno del **city quitting** e del **nomadismo digitale** con lo smart working che prenderà sempre più piede, porterà i turisti a poter scegliere località per trasferirsi temporaneamente in località che dovranno attrezzarsi a ricevere residenti multi-provenienza e multi-culturali.

Sarà necessario un **livello significativo di mutazione nell'approccio da parte delle aziende** per poter incrociare il cambiamento dei comportamenti e delle esigenze dei consumatori post Covid.



ISNART

---

## Cosa serve alle imprese:

***Il rafforzamento delle capacità è sempre più percepito come un elemento essenziale dello sviluppo sostenibile delle aziende improntate sulle persone***

- individuare i **vincoli** che le persone – i titolari d'impresa e/o i loro collaboratori nei diversi ruoli - riscontrano **nella realizzazione della propria mission**
- trovare **leve adeguate** attraverso cui **rafforzare le proprie capacità** per superare le cause delle loro fragilità, nel far fronte ai cambiamenti continui del proprio contesto di riferimento, come il mercato, ad esempio
- **integrare la capacità delle singole imprese** e della «comunità di imprese» nel compiere scelte e di trasformarle in azioni e nei risultati desiderati anche per lo **sviluppo della destinazione turistica** in cui sono insediate.

Un programma per il rafforzamento della cultura d'impresa nel turismo deve basarsi sulla **consapevolezza che le conoscenze necessarie** a chi fa impresa provenienti dal mondo della formazione e dell'aggiornamento tradizionale **non sempre sono sufficienti.**



# Come rispondiamo:

**Lavoriamo per dare valore allo sviluppo del «fattore umano» parte fondamentale dell'organizzazione delle imprese turistiche**

- Programma di Capacity Building con azioni per **capitalizzare il patrimonio conoscitivo** qualificato e qualificante prodotto negli ultimi anni all'interno delle esperienze condotte da Isnart insieme alle Camere di commercio a supporto della qualificazione delle aziende attraverso percorsi operati negli anni.
- **Contenuti sviluppati e resi disponibili come sistema qualificante** dedicato alle imprese turistiche che vogliono crescere: il programma di Capacity Building permette di aprire gli elementi della catena di valore, contenuta nella **filosofia di Ospitalità Italiana**, che permetta così alle imprese turistiche di stare al passo della domanda turistica, consentendo loro di riconoscere il **proprio ruolo all'interno di una destinazione turistica**.

Il piano delle attività da mettere in atto deve basarsi sulla consapevolezza che le conoscenze necessarie a chi fa impresa provenienti dal mondo della formazione e dell'aggiornamento tradizionale sono, spesso, **nascoste nei misteri dei mercati**, nelle **migliori pratiche ed esempi organizzativi**.



# Ospitalità italiana



E' un'iniziativa di sistema delle Camere di Commercio che dal 1997 garantisce al consumatore **standard qualitativi** sulle imprese ricettive e ristorative certificate (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari ecc.).

Nel 2020 **ISNART**, assieme ad **Unioncamere** nazionale, ha lavorato allo sviluppo di percorsi di valorizzazione delle filiere e delle identità territoriali in Italia, processo che ha portato all'upgrade di Ospitalità Italiana verso un nuovo **sistema di certificazione** per le imprese anche attraverso la costruzione di un **sistema di rating** che fosse in grado di aiutare le aziende a:

Sarà necessario un **livello significativo di mutazione nell'approccio da parte delle aziende** per poter incrociare il cambiamento dei comportamenti e delle esigenze dei consumatori...

- **leggere la propria offerta** con oculatezza e **con gli occhi del mercato**
- comprendere su quali elementi intervenire per potenziarla e quale percorso adottare per migliorare (**classi di merito**)
- **comunicare agli altri soggetti** – clienti ma anche istituzioni e fornitori - la capacità dell'impresa di essere performante nella propria organizzazione e nell'offerta verso il mercato.



# Ospitalità italiana, un hub di possibilità per le imprese del turismo



ISNART

# Capacity Building: aree di crescita per le aziende

## QUALITA' DEL SERVIZIO



L'accoglienza, l'attenzione al cliente, la competenza del personale, la cura e lo stato delle dotazioni e degli altri servizi offerti e molti altri.

**Al 1° posto la cortesia e l'ospitalità della gente»**

- In 10<sup>a</sup> posizione «la qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio»

## PROMOZIONE DEL TERRITORIO



La capacità di valorizzare la proposta enogastronomica locale e i prodotti tipici utilizzati; le informazioni sul territorio pubblicate sul sito web dell'azienda; la disponibilità di guide e pubblicazioni riguardanti il territorio.

**- Impatto economico della spesa turistica, al 1° posto la spesa agrolimentare dei turisti «Made in Italy»**

**- Giudizio medio sul soggiorno – al 2° posto «La qualità del mangiare e del bere»**

# Capacity Building: aree di crescita per le aziende

## IDENTITÀ



La coerenza tra l'offerta dichiarata dalla struttura (sul proprio sito web, negli strumenti promozionali, sui social...) con l'offerta realmente fruita dalla clientela.

Importanza dello stile e dell'identità dell'arredo, degli elementi di decoro, di una proposta enogastronomica caratteristica.

**Offerta dichiarata → offerta reale**

**Le strutture su cui ricade la preferenza dei turisti sono quelle che mantengono ciò che promettono, preferite anche a quelle «più blasonate» ma meno coerenti**

## NOTORIETÀ



Le attività e le recensioni sui social conseguite dalla struttura; la sua presenza sul web e in circuiti riconosciuti – regionali e locali; le citazioni su guide locali, nazionali e internazionali.

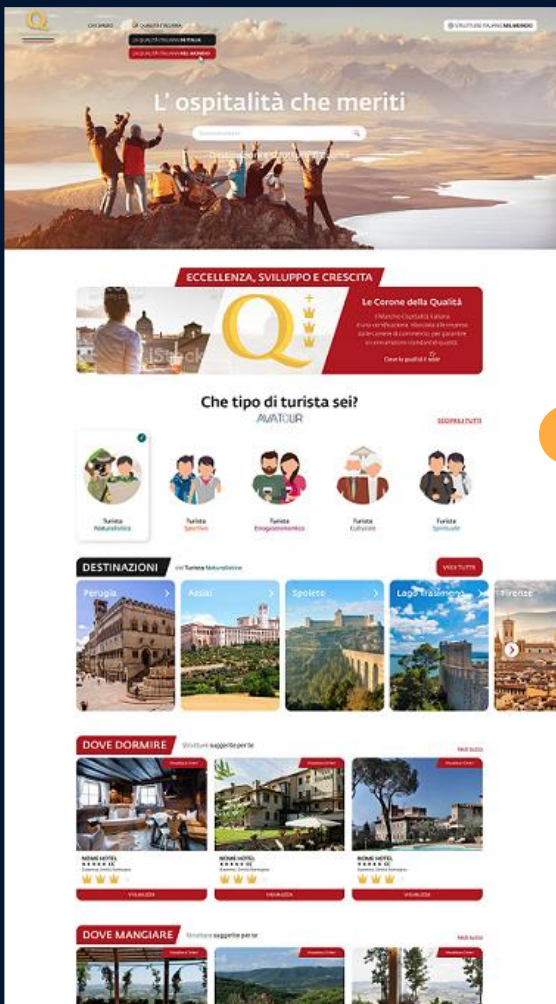
**Chi influenza la scelta del soggiorno - le prime 3 posizioni sono ad elevata incidenza reputazionale:**

- **Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari (50% dei turisti intervistati )**
- **Internet, Social Network**
- **C'ero già stato/esperienza personale**



# Promozione: il nuovo sito dell'Ospitalità Italiana

*Le destinazioni: apripista per far incontrare richiesta dei turisti e offerta delle imprese*



# Promozione: il nuovo sito dell'Ospitalità Italiana

## Le imprese Ospitalità Italiana

### DOVE DORMIRE

Strutture suggerite per te

Vedi tutto



Visualizza Offerta



Visualizza Offerta



Visualizza Offerta

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

### DOVE MANGIARE

Strutture suggerite per te

Vedi tutto



Visualizza Offerta



Visualizza Offerta



Visualizza Offerta

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

### TEMPO LIBERO

Strutture suggerite per te

Vedi tutto



Visualizza Offerta



Visualizza Offerta



Visualizza Offerta

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA

NOME HOTEL  
★★★★★ CC  
Scegli la tua struttura



VISUALIZZA



### LE IMPRESE GARANTITE PER QUALITÀ E SICUREZZA

Palazzo del Comune  
Sina Evulsi  
Perugia Plaza Hotel  
Hotel Gioielleria Jazz Area

MUNICIPIO XV  
MUNICIPIO III  
MUNICIPIO II  
MUNICIPIO I  
MUNICIPIO IV  
MUNICIPIO V  
MUNICIPIO VI  
MUNICIPIO VII  
MUNICIPIO VIII  
MUNICIPIO IX  
MUNICIPIO X  
MUNICIPIO XI  
MUNICIPIO XII  
MUNICIPIO XIII  
MUNICIPIO XIV

SCOPRI LA GUIDA



ISNART

# GRAZIE!

---

Per qualsiasi domanda e richiesta di supporto:

**ALESSANDRA ARCESE**

*Coordinatrice Area Qualificazione Imprese e Comunicazione*

[a.arcese@isnart.it](mailto:a.arcese@isnart.it)

+06 20.39.89.241



Ospitalità Italiana



Isnart



@isnart\_official

CREDITS: This presentation template was created by Slidesgo, including icons by Flaticon, and infographics & images by Freepik.

---



ISNART

## LUISA PUPPO

Da quasi 25 anni, in qualità sia di imprenditrice, sia di consulente, opera nel marketing della PMI e della microimpresa.

Le competenze professionali nel project design & management, consulenza per la creazione di impresa, Adult Education (formazione aziendale, master e laboratori didattici universitari, corsi di specializzazione...), marketing turistico, design del turismo esperienziale, comunicazione interculturale del food&wine, declinazioni settoriali del Business English, web2.0 e social media marketing.

