Turismo 4.0: cosa serve alle aziende per sviluppare il potenziale turistico delle destinazioni

Si è tenuto ieri all'hotel Acquaviva del Garda di Desenzano (BS) l'incontro "Prospettive del turismo 4.0", organizzato da **Intesa Sanpaolo** per analizzare le prospettive del turismo in Italia, con focus sul settore alberghiero e ricettivo del territorio del Garda e della Lombardia, quarta meta turistica in Italia, e per offrire agli operatori del settore nuovi strumenti di competitività: investimenti, crescita nel web e formazione, oltre a valorizzazione delle filiere, destagionalizzazione, ed ecosostenibilità sono emersi quali fattori di sviluppo per un comparto chiave nella crescita dell'economia nazionale e regionale.

All'incontro sono intervenuti Gianluigi Venturini, direttore regionale Lombardia Intesa Sanpaolo, Ilaria Sangalli, economista della Direzione Studi e Ricerche Intesa Sanpaolo, Lorenzo Triboli, advisor della Fondazione Social Venture Giordano dell'Amore e Marco Ficarra, co-founder e Ceo di Destination Italia. A seguire una tavola rotonda in cui Renzo Iorio, presidente e amministratore delegato per l'Italia del Gruppo Accor Hotels e consigliere delle Terme di Sirmione, Eugenio Gallina, Ceo di Hotel Cristallo e Cristina Ziliani, amministratore delegato del Gruppo Berlucchi, si sono confrontati sul turismo come opportunità di crescita, mettendo a fattore comune esperienze sul territorio, tendenze e prospettive.

Dall'indagine presentata da Intesa Sanpaolo, a cura della Direzione Studi e Ricerche, è emerso che l'Italia si classifica ancora tra le prime cinque top destination mondiali, nonostante l'aumento delle pressioni competitive: negli ultimi dieci anni sono cresciuti del 45% gli arrivi di turisti non residenti, per un totale di oltre 60 milioni nel 2017. In aumento anche le presenze (211 milioni nel 2017, quelle dei non residenti, +30% rispetto al 2008), per un grado di internazionalizzazione ormai prossimo al 50%. Il nostro Paese si distingue per un mix vincente di offerta, in cui le località lacuali emergono fra i principali attrattori: nel 2017, presso i laghi della penisola si sono sfiorati i 27 milioni di presenze di turisti non residenti (+45% rispetto al 2008), di cui il 30% in Lombardia, seconda soltanto al Veneto per capacità di attrazione del turismo lacuale.

Durante l'incontro sono stati inoltre presentati i risultati di un'indagine condotta nei mesi scorsi da Intesa Sanpaolo su un campione di aziende alberghiere lombarde, per individuare nuove **opportunità**

di sviluppo del potenziale turistico della regione.
Una buona quota di imprese ha dichiarato di avere effettuato investimenti in passato e di voler investire anche in futuro. Gli investimenti, sia nelle strutture che nei servizi offerti, rappresentano infatti un importante volano di crescita e redditività. Determinante anche il tema della formazione: due terzi delle realtà intervistate dichiara di volere investire in formazione del personale, anche per fare fronte al passaggio generazionale, che nei prossimi quattro anni interesserà quattro realtà su dieci. La promozione web si dimostra inoltre fondamentale per agganciare il trend di domanda, soprattutto quella estera, che si presenta più dinamica in previsione e meno stagionale.
Due, infine, le **leve fondamentali** per la crescita individuate dagli intervistati: la disponibilità di finanziamenti a medio e lungo termine e un supporto consulenziale competente rispetto alle specificità del settore turistico.
Ha dichiarato **Gianluigi Venturini**, direttore regionale Lombardia di Intesa Sanpaolo: “Il valore e le potenzialità del turismo come comparto chiave per la crescita del nostro Paese sono ormai un dato acquisito. La nostra direzione regionale, escluse le province di Milano e Monza e Brianza, supporta circa mille imprese lombarde del settore: gli operatori, a tutti i livelli, devono oggi più che mai strutturarsi per competere a livello internazionale, facendo leva sulle caratteristiche che rendono l’Italia un unicum al mondo per patrimonio paesaggistico, storico e culturale. Oggi abbiamo toccato temi fondamentali: le filiere come nuova “frontiera” di collaborazione fra imprese turistiche capofila e fornitori strategici, per caratterizzare sempre meglio le destinazioni turistiche; la destagionalizzazione come obiettivo strutturale nel medio e lungo termine; gli investimenti come scelta necessaria e, non da ultima, l’ecosostenibilità per trainare l’offerta ricettiva lombarda e nazionale verso l’eccellenza”.