

Il Tourism Digital Hub: l'approccio sistemico per il rilancio del settore turistico

6 luglio 2022

Martina Rosati

Dirigente direzione generale Valorizzazione e
Promozione turistica – Ministero del Turismo



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Indice

1. Il contesto europeo: il turismo come “industria”
2. La digitalizzazione del sistema industriale italiano
3. Le debolezze strutturali del mercato del lavoro dell’industria turistica
4. Focus: il trend della stagionalità
5. L’opportunità: il Tourism Digital Hub
6. Tourism Digital Hub: ricreare le condizioni per l’occupazione
7. Tourism Digital Hub: i primi risultati raggiunti
8. Tourism Digital Hub: l’interoperabilità come fattore chiave
9. Il TDH e la sfida per il rilancio dell’industria turistica

Il contesto europeo: il turismo come «industria»

L'ecosistema del turismo è stato uno dei più colpiti dalla crisi derivante dalla **pandemia da Covid-19**, come testimoniato dai dati che seguono. Come riportato nello studio [«Transition pathway for Tourism \(2021\)»](#) della Commissione Europea, il turismo in quanto **ecosistema industriale**, caratterizzato da imprese che operano in molteplici settori, è uno dei settori trainanti per la ripresa economica a livello europeo.



Dati Europa 2019



9,5% del PIL totale



22,6 mln di posti di lavoro



3,2 mln di imprese



99,8% PMI o microimprese



Dati Italia 2019



13% del PIL totale



15% dell'occupazione totale



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



La digitalizzazione del sistema industriale italiano

La digitalizzazione costituisce un **fattore chiave** per il rilancio del turismo tanto a livello comunitario, quanto a livello nazionale: sia l'UE che gli Stati Membri stanno investendo in iniziative per dare un nuovo slancio al turismo, finalizzate ad **accelerare la transizione digitale** e a **migliorare la resilienza dell'ecosistema turistico**.

Il recente studio di The European House-Ambrosetti* ha stimato **l'impatto potenziale sul sistema-Paese della trasformazione digitale** del tessuto produttivo nazionale, e in particolare delle **PMI** che rappresentano un'importante quota-parte delle imprese turistiche.

L'analisi stima che se le PMI italiane raggiungessero livelli di digitalizzazione e di utilizzo dei social network comparabili con quelle dei «3-best performer» europei, **l'aumento di produttività e l'utilizzo dei canali digitali di contatto con il cliente** potrebbero generare oltre **20 miliardi di euro di Valore Aggiunto** e garantire **208.000 occupati aggiuntivi** (1/3 dei nuovi occupati nelle PMI nel triennio 2017-2019).



*Il 20° posto a livello comunitario ottenuto dall'Italia in relazione al **Digital Economy and Society Index**** per l'anno 2021 testimonia che le politiche volte alla digitalizzazione del nostro Sistema Paese necessitano di **un'azione di rafforzamento ed accelerazione**.*

*The European House-Ambrosetti (2022), [LINK](#)

**Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) (Commissione Europea, 2021)

Le debolezze strutturali del mercato del lavoro dell'industria turistica

Il mercato del lavoro nell'industria del turismo è caratterizzato da fattori che producono ricadute negative sulla qualità dell'offerta

Stagionalità

Gli afflussi turistici incentrati su alcuni periodi dell'anno determinano condizioni per la precarietà del lavoro



Turismo “mordi e fuggi”

Un turismo «fugace» comporta una mancata valorizzazione della qualificazione nelle attività lavorative

Polarizzazione

La concentrazione del turismo in alcune aree territoriali (Venezia, Firenze e Roma attraggono il 20% dei flussi turistici) determina una gravosa mobilità dei lavoratori



Fattore culturale

Il turismo non è ancora riconosciuto come industria, per questo motivo l'offerta di lavoro legata al settore ha un basso riconoscimento «professionale»



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



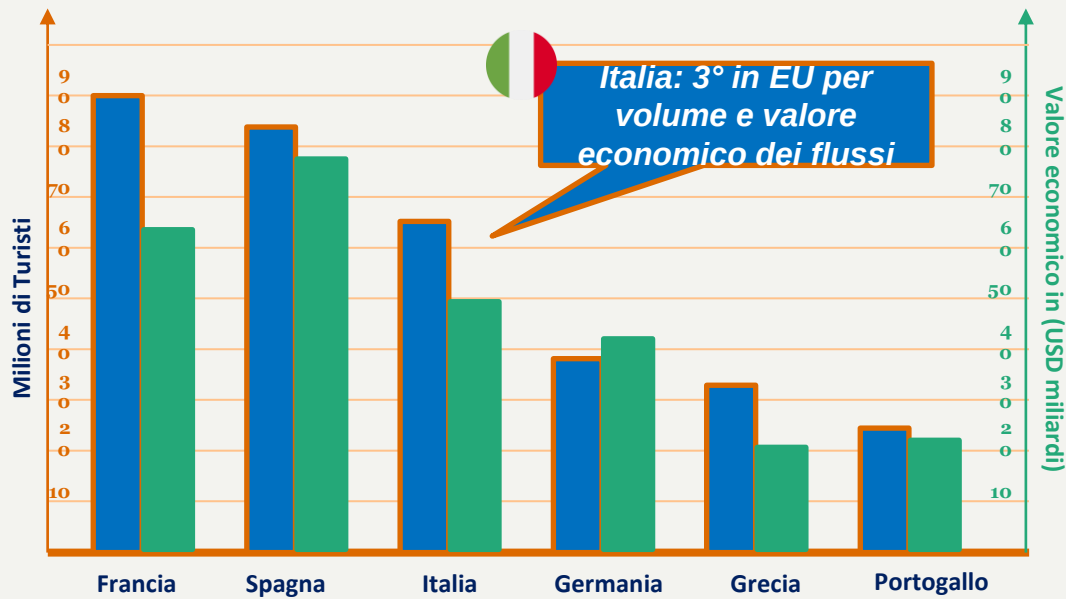
MINISTERO
DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Focus: il trend della stagionalità

Nel 2019, l'Italia si è collocata al terzo posto per volume di turisti internazionali (ca. 64,5 milioni) e valore economico 49,6\$ miliardi) dietro a Spagna e Francia.



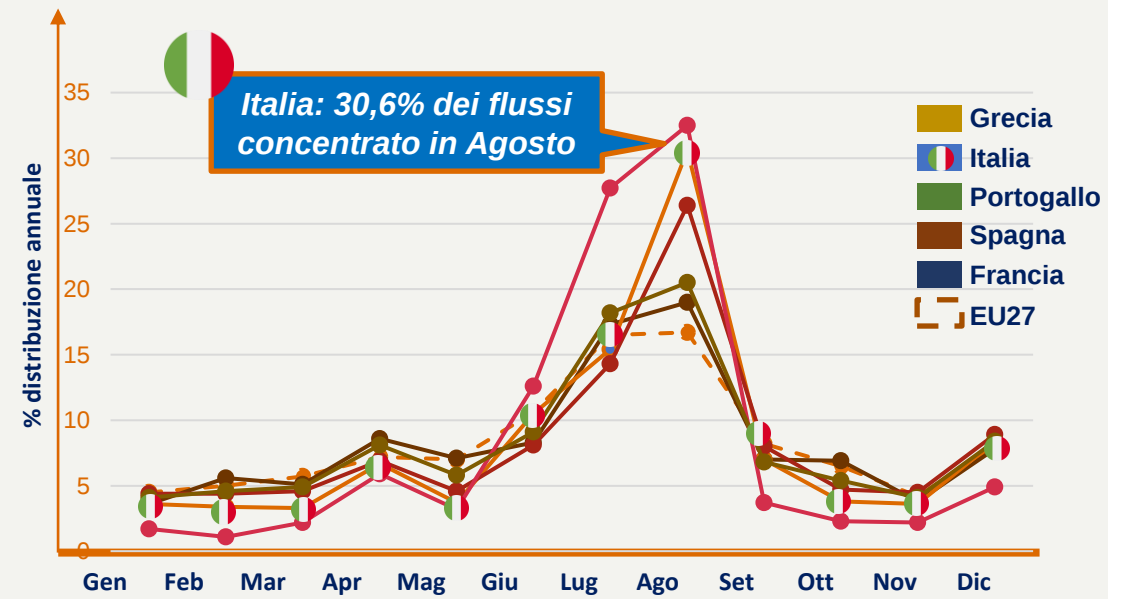
Volume dei flussi turistici e valore economico (2019)



Nel 2019, il 30,6% dei flussi turistici si è concentrato nel mese di Agosto. Francia e Spagna hanno un picco più basso ma turisti più distribuiti nell'anno



Distribuzione annuale dei flussi turistici (2019)



L'opportunità: il Tourism Digital Hub

I tempi

Piano pluriennale avviato nel 2021, da trapiuardare nel 2026

La dotazione

Investimento PNRR pari a € 114 Mln

Il Tourism Digital Hub, è una **piattaforma digitale multi-canale (web, app, chat, ...)** che, come un ponte virtuale, permette l'incontro tra i bisogni dei turisti e l'offerta turistica del territorio Italiano.

La **valorizzazione dei dati** raccolti dalla piattaforma consente ai turisti italiani e stranieri di vivere **esperienze digitali iper-personalizzate** (es. flussi di navigazione, servizi e contenuti proposti, ... modellati su misura per i diversi tipi di utente/turista)

Tourism Digital Hub: ricreare le condizioni per l'occupazione

L'obiettivo principale del programma è il rilancio del settore turistico per **creare le condizioni affinché si sviluppino posti di lavoro, in modo inclusivo e sostenibile**

I benefici apportati dal TDH



Promuovere un «turismo tutto l'anno»



Promuovere un'offerta diversificata, di qualità, che preveda una permanenza più lunga



Diffondere la conoscenza di un patrimonio unico, poco noto all'estero, con particolare riferimento al Sud Italia



Dare slancio per consentire il ripensamento del modello di business, al fine di riqualificare l'offerta



La piattaforma abilitante per migliorare la qualità dell'offerta lavorativa nell'industria turistica

+387.720 lavoratori

previsioni di assunzione relative al periodo maggio-luglio 2022

Dati prospettici dell'indagine Excelsior (Unioncamere e ANPAL) rispetto al settore "Servizi di alloggi e ristorazione; servizi turistici"

Il settore turistico, in fase di ripresa, come si evince dai numeri, necessita di una spinta verso uno sviluppo che crei ulteriori posti di lavoro, sempre più «professionalizzati», facendo leva sulla digitalizzazione, in modo inclusivo e sostenibile

Tourism Digital Hub: i primi risultati raggiunti

Le attività di sviluppo del TDH hanno adottato l'approccio metodologico agile, improntato al rilascio frequente di prodotti autoconsistenti. I primi risultati raggiunti, rappresentano il **punto di partenza** per arrivare in modo **incrementale all'obiettivo finale del programma**.

Anno 2021



Restyling italia.it



Dashboard BI



Infografica settimanale



Linee guida interoperabilità



Chatbot FB Messenger



marzo
2022



Nuova versione Italia.it



giugno
2022



Campagna #liveitalian



giugno
2022



Avvisi per adesione a contenuti e co-branding



giugno
2022



Piattaforma TDH022



agosto
2022



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU

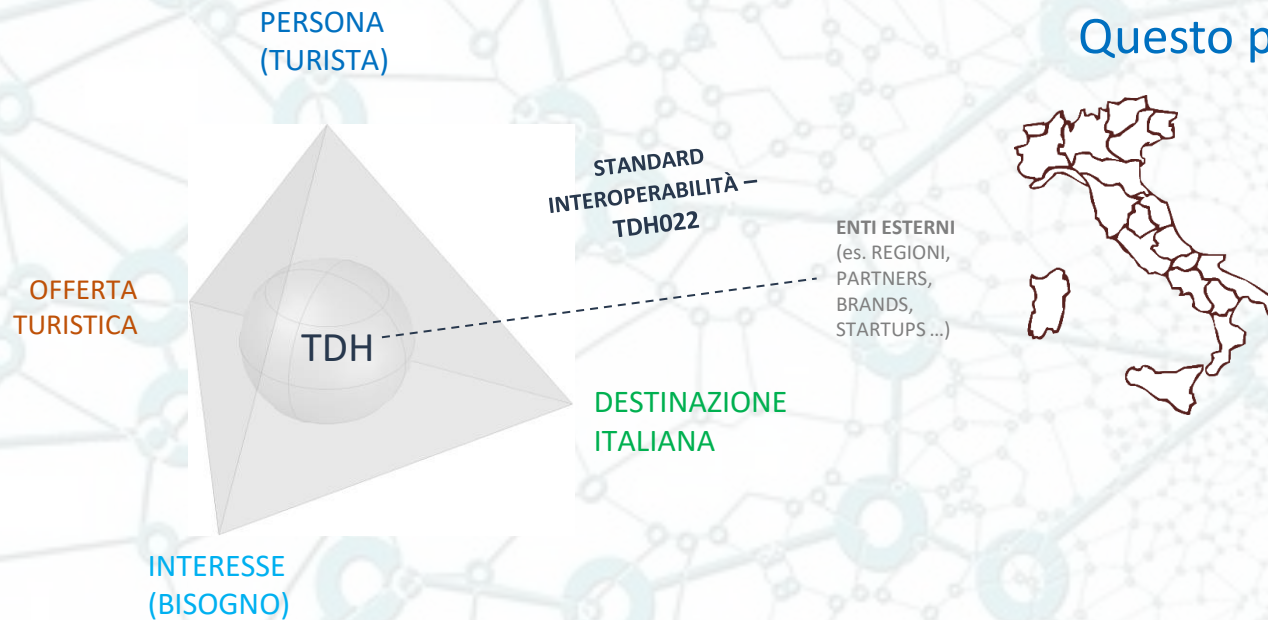


Tourism Digital Hub: l'interoperabilità come fattore chiave

È stato sviluppato un **protocollo nazionale di comunicazione** (tramite API) per garantire l'interoperabilità e lo scambio dati con l'ecosistema del turismo (regioni, imprese, ...).

Questo protocollo rende il TDH una **vetrina digitale** attraverso la quale l'offerta nazionale del turismo promuove la **pubblicazione di contenuti, informazioni, offerte e servizi**.

Le **destinazioni** sul territorio italiano, i **contenuti** (articoli, immagini, info, curiosità), e le relative **offerte turistiche** saranno messe in relazione tra loro e proposte al **Turista** (attraverso APP e WEB) per aiutarlo ad organizzare, vivere e ricordare l'esperienza in Italia



Il TDH e la sfida per il rilancio dell'industria turistica

Il TDH è l'**elemento abilitante** del rilancio dell'industria turistica italiana.

Il successo dell'iniziativa non può prescindere dal **coinvolgimento attivo** di tutti gli stakeholder, attraverso il popolamento del TDH con contenuti e servizi a beneficio dell'intero ecosistema.