

# MISSIONE 1 – COMPONENTE 3 – APPROVAZIONE DEL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO 2023-2027



PNRR

*SCHEDE SINTETICHE*

**Il Piano Strategico del Turismo**, approvato dal Consiglio dei Ministri nel luglio 2023, propone una visione industriale del settore articolata su cinque pilastri strategici. Le Regioni hanno un ruolo di primo piano nell'ambito di un modello condiviso di governance e monitoraggio Stato-Regioni.

Il piano assegna molta rilevanza alla piattaforma web **Tourism Digital Hub** multicanale dedicata alla Gestione integrata e unitaria di tutta l'offerta turistico-ricettiva nazionale e approfondisce il tema della comunicazione, in un'ottica partecipativa e condivisa con i portatori d'interesse. A tal fine sarà attivato un sistema di ascolto dei territori per raccogliere le progettualità che provengono dalle realtà locali.

### **I Pilastri strategici del Piano 2023-2027**

- **Governance:** definendo un modello condiviso di governance e monitoraggio tra le Regioni e lo Stato, attraverso l'intervento del Ministero, con linee guida mirate a rimuovere gli elementi di criticità dei vari sistemi regionali, rendendo il settore coeso e unitario.

Il Piano prevede:

- la convocazione mensile di un Comitato per il monitoraggio e la selezione delle policy di settore;
  - la predisposizione di una piattaforma di condivisione delle proposte di policy e delle azioni proposte a livello settoriale e territoriale (Piattaforma Regioni);
  - la convocazione mensile del Tavolo Interministeriale per la definizione condivisa delle proposte di policy trasversali al settore turistico;
  - la predisposizione di una piattaforma di condivisione delle policy e delle azioni proposte a livello settoriale da imprese e categorie (Piattaforma Stakeholder/imprese).
- **Innovazione:** implementazione del processo di digitalizzazione dei servizi sia interni che esterni per rafforzare un turismo digitale.
  - **Qualità e inclusione:**
    - Accrescimento della qualità e quantità dei servizi offerti in ambito turistico,

agendo per un miglioramento infrastrutturale e della mobilità, per accrescere l'attrazione turistica e la promozione di una maggiore diffusione dei flussi dei visitatori e la valorizzazione di nuovi territori, in chiave di sostenibilità e autenticità.

- Realizzazione di campagne di promozione dell'intera filiera turistica italiana, che puntino sul brand Italia.
  - Revisione degli standard di qualità e inclusione delle strutture ricettive (sistema di classificazione *Italy Stars & Rating* con assegnazione delle convenzionali Stelle) e istituzione di una certificazione rilasciata dal Ministero del Turismo.
  - Creazione di un sistema di credito e di finanziamenti in favore delle imprese del comparto turistico collegato agli standard di qualità e inclusione delle strutture ricettive (stelle) e della certificazione.
- **Formazione e carriere professionali turistiche:**
- Riqualficazione e formazione del capitale umano impegnato nel settore turistico.
  - Realizzazione della Riforma dell'ordinamento professionale delle guide turistiche, per regolamentare i principi fondamentali della professione, standardizzare i livelli di prestazione del servizio su tutto il territorio nazionale.
- **Sostenibilità:**
- Ampliamento della domanda servita, intercettando sia nuovi segmenti interessati a una più autentica e sostenibile modalità di fruizione delle destinazioni, sia turisti alla ricerca di esclusività, declinata in molteplici formule turistiche.
  - Valorizzazione e sviluppo del territorio nazionale sfruttando l'effetto attrattivo dei Grandi Eventi internazionali (Ryder Cup 2023, Giubileo 2025, Giochi olimpici e paraolimpici invernali Milano-Cortina 2026).

### **Gli obiettivi generali del Piano sono:**

1. Innovare, specializzare e integrare l'offerta nazionale;
2. Accrescere la competitività del sistema turistico;
3. Sviluppare un marketing efficace e innovativo;
4. Realizzare una governance efficiente e partecipata nel processo di elaborazione e definizione del Piano e delle politiche turistiche.

### **Gli ambiti strategici su cui focalizzare le azioni riguardano:**

**Turismo organizzato**, gli obiettivi di policy prevedono, nel breve periodo, di sostenere la ripresa e il recupero post Covid-19 attraverso l'impiego di strumenti fiscali, finanziari e normativi e nel medio periodo stimolare il rilancio strategico, attraverso una maggiore capacità competitiva delle imprese e una maggiore attrattività dell'offerta. Le politiche generali sono accompagnate da iniziative specifiche dedicate a tour operator, agenzie di viaggio, business travel e nomadi digitali.

**Fiere e MICE** (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), l'obiettivo generale è quello di consolidare e rafforzare il ruolo di primo piano che l'Italia ha conquistato nel mondo relativamente all'offerta fieristica. Le politiche generali sono accompagnate da iniziative specifiche dedicate ai Congressi.

**Accessibilità e mobilità turistica**, le priorità di intervento vengono declinate per ciascuno dei diversi settori del trasporto terrestre, marittimo, ferroviario e aereo, in coordinamento con i soggetti istituzionali titolari delle politiche rilevanti in materia. Un ruolo fondamentale viene assegnato alle politiche per la micro-mobilità.

**Wellness**, le politiche relative a tale settore riguardano le strutture termali e il turismo del benessere, il turismo sportivo e il cicloturismo.

**Turismo culturale**, l'obiettivo generale è quello di rafforzare la competitività dell'offerta turistico-culturale italiana mediante azioni strategiche come promuovere il turismo tutto l'anno o rendere attrattive e competitive le realtà culturali "minori", attraverso la realizzazione di reti o network tematici sovraregionali capaci di valorizzare le eccellenze locali.

**Strutture ricettive**, il Piano parte dal presupposto che la sfida competitiva in ambito turistico mette sempre più al centro il livello qualitativo dei servizi offerti e la riconoscibilità dello standard di offerta delle strutture.

Per poter soddisfare questi *trend emergenti* è necessario che:

- le strutture evolvano in termini di servizi e standard qualitativi, soprattutto sotto il profilo tecnologico;
- il sistema, nel suo complesso, rinnovi le proprie prassi di comunicazione per riuscire a distinguere la propria offerta e a caratterizzare il proprio posizionamento sul mercato;

- vi siano professionalità adeguate a gestire i servizi necessari per soddisfare le nuove esigenze del turista.

Nell'ambito del **Turismo leisure** le azioni sono essenzialmente volte a:

- sviluppare la competitività e l'attrattività delle destinazioni montane da un lato e dall'altro superare i fattori di freno;
- promuovere un nuovo modo di concepire il mare, in maniera ecosostenibile e rispettosa dell'ecosistema di riferimento, portando il turista su itinerari marini e approdi in zone costiere ad alto valore naturalistico e culturale;
- promuovere un maggiore coordinamento nell'organizzazione di esibizioni e intrattenimenti;
- garantire la sicurezza e la sostenibilità dei parchi tematici;

Nell'ambito del **Turismo di alta gamma** le azioni sono essenzialmente volte a:

- posizionare più chiaramente l'Italia come destinazione del turismo di alta gamma a livello internazionale e rendere più diffusa e accessibile la sua offerta;
- potenziare ulteriormente la comunicazione sui canali specifici per il turismo di alta gamma;
- rafforzare il coordinamento per lo sviluppo del mercato di alta gamma a livello nazionale.

<b>Riferimenti normativi</b>	Decreto ministeriale 23 gennaio 2017 DPCM 2 dicembre 2019 n. 169 Decreto ministeriale 28 marzo 2008, G.U. n. 114 del 16-05-2008 DdL Made in Italy, DPR del 22 dicembre 1986, n. 917, legge 18 novembre 2019, n. 132, legge 15 luglio 2011, n. 111
<b>Tag</b>	turismo, turismo culturale,piano strategico del turismo,innovazione, sostenibilità
<b>Glossario</b>	SEE (Spazio economico europeo), SAN (Sistema archivistico nazionale)