

## INTERVENTO ASSESSORE ROBERTO FAILONI

c/o ASSEMBLEA ASAT

- martedì 04 giugno 2019 -

Pochi mesi fa il Presidente Fugatti mi ha chiesto, tra le altre cose, di assumere la delega sul turismo. A sostenere la richiesta penso abbia contribuito la mia esperienza diretta, professionale ed imprenditoriale, nel settore: quindi competenza sul campo. Comunque pur partendo con questo background, in questo inizio di legislatura ho voluto investire molto tempo all'ascolto e al confronto sul e con il territorio. Questo mi ha permesso di comprendere ancor più a fondo, anche ponendomi con l'occhio nuovo di Assessore, il settore turistico. Ho potuto conoscere questo settore nevralgico della nostra società ed economia in tutte le sue sfaccettature ed i suoi legami con gli altri importanti settori del nostro sistema economico. Un punto di vista privilegiato, che mi ha fatto comprendere quanto siano numerose e sempre più complesse le sfide a cui siamo chiamati a rispondere e con cui dobbiamo interagire, per continuare ad assicurare al Trentino qualità e competitività.

Abbiamo un'ottima base su cui lavorare, frutto dell'impegno di tutti e frutto del regalo che madre natura ci ha fatto, un territorio di pregio, che abbiamo il dovere di preservare e valorizzare.

**Tutte le politiche partiranno da qui: dal territorio e da chi ci lavora.**

**Parto dal secondo aspetto**, che vi vede protagonisti. L'**impresa alberghiera** infatti è elemento centrale, che crea reddito e occupazione, un'attività straordinariamente integrata nel tessuto economico locale e non delocalizzabile, e proprio per questo fonte di vantaggio competitivo. Non è un compito facile quello che siete, siamo, chiamati ad affrontare tutti i giorni, soprattutto ora che il mondo viaggia a velocità elevata. Dobbiamo innovarci e adattarci, costantemente. E questo **richiede molta professionalità**.

In tal senso, la Giunta vuole aiutarvi ad innalzare il livello della professionalità, perché ognuno di voi possa migliorare o trovare quelle competenze manageriali e specialistiche (quindi professionali specifiche) che oggi sono indispensabili, e perché possiate circondarvi di collaboratori anch'essi professionalizzati e motivati.

Questo lo possiamo fare attraverso politiche e azioni che vanno a incidere, da un lato, sull'offerta formativa rivolta a chi è già operatore nel turismo, dall'altro rivedendo il **sistema dell'istruzione e della formazione professionale in ambito turistico-alberghiero**, perché questa non sia più una "seconda" scelta bensì una scelta consapevole e convinta,

fatta in prima persona da chi poi la vive e ha la maturità per farla. E qui dobbiamo attivarci in modo congiunto con tutti gli attori in gioco, e ripensare buona parte dell'architettura dell'intero sistema.

Così come dobbiamo **ripensare all'architettura del sistema dell'ospitalità**. Sono veramente tante e decisive le rivoluzioni che sono avvenute in questo comparto, e il sistema normativo trentino non è più coerentemente allineato a ciò che richiede il mercato. **Occorre semplificare**, sia per dare un quadro più chiaro al consumatore finale sia per snellire tutti quegli aspetti autorizzativi e procedurali che vi coinvolgono, e **occorre riqualificare**. Riqualificare perché l'attuale sistema di classificazione non riconosce a sufficienza la centralità del servizio e la percezione degli ospiti, e in un'ottica di potenziamento della qualità dell'offerta questi aspetti sono fondamentali. Quindi sarete chiamati a uno stretto confronto in tal senso, per arrivare ad una visione corale. Colgo l'occasione per ricordare che un piccolo ma significativo intervento è in corso di perfezionamento con la cosiddetta "manovra di semplificazione (ddl 18/2019) con cui, all'articolo 13, è stata prevista una integrazione della legge provinciale sul governo del territorio che prevede che gli alberghi dismessi possano essere destinati a camere per il personale anche relativamente a più strutture alberghieri.

Occorre anche riconsiderare e ridefinire l'altra parte dell'ospitalità, quella che non è alberghiera (e mi riferisco agli alloggi ad uso turistico e alle seconde case), e che ora come ora, grazie alla sharing economy, è una realtà ibrida che spesso sfugge ai confini normativi. Ma è qualcosa che va integrato con la nostra qualità turistica e dell'ospitalità. Stiamo lavorando in tal senso, in primis per aumentare la conoscenza di queste tipologie di alloggio (da stima a dato certo) in modo tale da rendere "universale" il sistema di certificazione degli alloggi turistici e far emergere gli alloggi non registrati.

Passando ora al primo aspetto di cui vi accennavo relativo alle politiche che andremo a proporre, ossia il territorio, è essenziale riuscire ad attivare azioni che ne preservino e implementino la qualità, che lo valorizzino incrementando anche la competitività.

Sono molti gli elementi su cui lavorare e di cui potrei parlarvi. Qui mi concentro su due aspetti. **Il primo**: va rafforzato il legame tra territorio e prodotti/servizi territoriali offerti dai diversi settori economici nell'ottica di aumentare il valore della proposta, attraverso la valorizzazione del marchio territoriale e del marchio di qualità. Va rafforzato il marketing interno, per incrementare l'identità territoriale e il senso di appartenenza, sia negli operatori che nei cittadini. Sul Marchio Qualità la Giunta provinciale si è recentemente espressa e, in sinergia tra settore agricoltura e settore turismo, ha dato nuovo impulso al marchio "Qualità Trentino", strumento strategico nel quadro della promozione complessiva del Trentino, utile sia a garantire al consumatore un'offerta di prodotti di

qualità e legati al territorio sia a rendere maggiormente competitivi i produttori locali in un mercato sempre più aperto e concorrenziale. In questa partita un ruolo importante può essere svolto dal nostro settore ricettivo che, auspicando, possa trovare ulteriori importanti stimoli per qualificare e rendere ancora più unica la nostra proposta di ospitalità. Tre aspetti dovranno caratterizzare questi prodotti: la territorialità, intesa anche come valorizzazione della cosiddetta "filiera corta" e dell'utilizzo di materie prime locali; la tradizione, che significa valorizzazione della storia e delle abitudini alimentari di questa parte dell'arco alpino; infine l'innovazione, con riferimento ai prodotti entrati di recente nel panorama produttivo trentino ma con un importante legame con il territorio, in termini di prodotto e/o processo, e tali da renderli distintivi nella mente del consumatore. **Il secondo:** quello della **mobilità**. Tema che va considerato in tutti i suoi aspetti: urbanistici (vivibilità dei territori, razionalizzazione traffico e parcheggi, controllo dei flussi di transito), naturali (rapporto con Patrimonio UNESCO, razionalizzazione traffico, climate change e sostenibilità della tecnologia), e turistici. Tema che richiede scelte che vanno a incidere nel lungo periodo, ma anche scelte che possono essere adottate nel breve periodo.

In tal senso, la Giunta è impegnata in una concertazione con le realtà locali per gestire la mobilità turistica come prodotto ed esperienza, incentivando la mobilità alternativa attraverso l'incremento del trasporto pubblico (anche attraverso una diffusione a tappeto della Green Card: ovvero una card a disposizione di ogni ospite per l'utilizzo del trasporto pubblico) e il sostegno all'utilizzo di impianti, e-bike e quant'altro riesca a qualificare l'esperienza turistica e a sposare una filosofia di sostenibilità ritenuta fondamentale dalla maggioranza degli *stakeholder* dei turisti.

A questo riguardo faccio cenno ad un altro servizio che siamo convinti aumenterà il potenziale attrattivo del nostro territorio e della nostra offerta, e che passa anch'esso attraverso una sorta di **mobilità, quella virtuale**. Mi riferisco alla **Guest platform**

Una piattaforma che risponde ad un contesto altamente competitivo ed in costante cambiamento. In tale contesto uno dei requisiti sempre più importante per le destinazioni turistiche, e non solo, sarà quello di diventare sempre più «intelligenti», più smart, come territorio inteso nella sua globalità. **Trovarsi preparati al cambio di ciclo economico in atto dovuto a tecnologie appunto intelligenti** (Intelligenza artificiale & Learning machine, Blockchain, piattaforme ubique, ecc ) **ed ai conseguenti nuovi comportamenti di un turista sempre connesso richiede un atteggiamento pro-attivo** e coraggioso da parte delle aziende e nel nostro caso del territorio Trentino, in modo tale da trovarci preparati alle nuove sfide che solo insieme possiamo affrontare.

**Diventare smart, intelligenti e data-driven diventa un percorso imprescindibile per le destinazioni turistiche moderne**, sfida che richiede un cambio di paradigma nella relazione

con il turista a 360° e nella scelta dell'infrastruttura tecnologica che ci tragherà nei prossimi anni. **Sfida che come Trentino accogliamo anche con il progetto Trentino Guest Platform**, un progetto che mette al «centro» il Turista e le sue esigenze. Lancio della fase beta nel 2020 ma con una road map di rilasci già definiti nel corso dei periodi successivi.

Si tratta di un **progetto ad alto tasso di innovazione** la cui realizzazione prevede un'attività di collaborazione e di condivisione anche inedita, fra tutti gli attori sia turistici che non, sia privati che pubblici (trasporti, artigianato, agricoltura, operatori, apt, associazioni, ecc), in una **modalità di CO-CONTRIBUZIONE** al progetto. Ogni attore del territorio avrà l'opportunità di rendere accessibile digitalmente la propria proposta ed esporla nella piattaforma secondo standard di integrazione comune e garantendo il suo contributo al progetto.

Gli obiettivi principali sono sintetizzabili nei seguenti cinque punti:

1. **offrire al turista un indispensabile «strumento di relazione con il territorio».**  
L'ospitalità e l'accoglienza trentina «in tasca», un progetto con un'anima unica profondamente legata al territorio. Accompagnare nella vacanza gli oltre 6 milioni di turisti che mediamente ogni anno arrivano in Trentino diventa strategico e necessario per rendere la loro esperienza unica e di grande soddisfazione con ricadute economiche sempre più significative per il mondo turistico e per i suoi operatori;
2. **creare un patrimonio inestimabile di dati di prima fonte, ovvero la conoscenza e la mappatura profonda dei propri turisti, attuali e futuri, consentendo di comprenderne le differenze, i gusti, le esigenze e offrendo un servizio "unico" e personalizzato;**
3. **creare una dorsale tecnologica aperta**, che consenta di immaginarsi come una solida piattaforma di spinta all'innovazione per il territorio ed integrazione fra il pubblico e il privato;
4. **generare una evoluzione profonda degli uffici di informazione verso un Customer Care moderno e al servizio dell'ospite;**

Sulla Trentino Guest Platform verrà sviluppata nel 2020 una prima applicazione: la **Trentino Guest App, una Super App territoriale** che ci permetterà di seguire il Turista in tutte le fasi della sua esperienza, dal momento della scelta fino al periodo della sua vacanza sul territorio, consentendogli di vivere il territorio come farebbe un local, accedendo in tempo reale a cosa il Territorio può offrire in base ai suoi interessi, ad avere a portata di click le risposte puntuali alle sue necessità o bisogni di informazioni o servizi, per permettergli di muoversi liberamente nel territorio ed organizzarsi ed acquistare le attività che vuole vivere, fino a conservare e condividere i suoi ricordi.

E' importante sottolineare che **la tecnologia è solo il fattore abilitante che permette a tutti gli operatori del trentino di relazionarsi con l'ospite**, siano essi fornitori di servizi (es. scuole di rafting, guide alpine, scuole di sci, ecc), operatori di mobilità (trentino trasporti, mobilità locale, ecc), Apted, i Consorzi, singoli operatori del ricettivo. **La differenza però non la fa la tecnologia**, che è solo in mezzo: **la differenza la fanno la volontà e l'impegno di tutti** nel riempire di contenuti la proposta di vacanza.

Concludo con un **cenno al sistema della promozione**. L'attività della Provincia per la valorizzazione del territorio è sicuramente articolata, così come possiamo riscontrare nella ormai datata legge sulla promozione (la L.P. 8/2002). **Gli interventi adeguativi che andremo a proporre devono partire dallo sviluppo di un sistema di marketing territoriale maggiormente sinergico e proattivo**, in cui ognuno possa sentirsi ambasciatore del territorio. In questi ultimi anni, nel sistema del turismo e del come fare turismo sono cambiate molte cose. Ci sono state delle vere e proprie rivoluzioni che hanno completamente cambiato le modalità di lavoro dei soggetti deputati al marketing turistico-territoriale. Prima fra tutte la rivoluzione nel comportamento del turista, che oggi sceglie il cosa fare, prima del dove farlo. Cerca esperienze, autentiche, da vivere e condividere. Cerca emozioni. E ciò ha inciso profondamente sul modo di fare marketing, che è passato dall'essere fondato sulla geografia, la montagna, il mare, il lago, a cercare di colpire il lato emozionale delle persone. Per non parlare della rivoluzione legata alla personalizzazione dell'esperienza e alla digitalizzazione. **Il sistema trentino, se dal lato della costruzione dell'offerta e dell'approccio al mercato si è attrezzato per affrontare tali cambiamenti, nella sua costruzione è invece rimasto "statico", e ciò ha diminuito in parte gli sforzi legati a proposte e situazioni virtuose. Va ridefinito pertanto il meccanismo di funzionamento del sistema di marketing turistico-territoriale trentino e d'ambito**, per quel che riguarda ruoli, dimensioni e rappresentatività degli attori. Su due livelli:

- **centrale (Trentino Marketing)**. Va ridata centralità alla società e potenziato maggiormente il rapporto tra la società e il sistema degli attori, attraverso una ridefinizione della configurazione organizzativa e dei compiti affidati alla stessa. **Trentino Marketing deve essere il soggetto promotore non solo del settore turistico ma dell'intero territorio**, soggetto capace di far convergere e concertare le istanze dei diversi portatori di interesse in linee di intervento condivise. Per fare ciò, è necessario **potenziare il rapporto con le categorie e renderlo strutturale**. A tale riguardo posso comunicare che recentemente è stato ricostituito il "Tavolo azzurro" la cui prima riunione è fissata tra pochi giorni. Il Tavolo azzurro sarà, nella mia impostazione, un luogo di fittiva costante collaborazione e confronto, specialmente prospettico e di indirizzo;

- **territoriale (Apt/CpL).** Va fatta una seria riflessione sulla geografia di tali enti, al fine di integrare maggiormente l'attività nel "sistema Trentino" e di **incrementare le sinergie tra attori su dimensioni orientate al mercato, che possano effettivamente fare radicare la collaborazione tra enti, essendo portatrici di un ritorno economico.** È necessario rafforzare la rappresentatività dell'Apt all'interno dell'ambito e potenziarne il ruolo al fine di farla diventare regia dello sviluppo locale. In tal senso, vanno identificate tutte le possibili risorse che sono, o possono essere, prodotti turistici e verificato il contributo che può portare l'Apt nella loro costruzione e promozione (si pensi ad esempio ai sentieri – in buona parte presidiati dalla SAT – che rappresentano tuttavia un vero e proprio prodotto).

Con questi indirizzi ho dato mandato alle mie strutture di formulare una proposta che, assieme a quella della ricettività, diventerà nei prossimi mesi piattaforma di confronto che gli attori interessati tra cui, in prima file, ci siete voi. L'obiettivo è di arrivare quanto prima ad un testo da sottoporre al consiglio provinciale: con l'accortezza ed uno sguardo ben attento a quanto sta succedendo a livello nazionale dove è in corso di approvazione un Ddl di riordino del sistema turistico e delle professioni. Un testo che prevede un'ampia delega del Parlamento al Governo che, in due anni, con uno o più decreti legislativi dovrebbe, tra le altre cose, provvedere al riordino della normativa in materia di professioni turistiche, rivedere la normativa relativa alla classificazione delle strutture alberghiere, individuare i fabbisogni e semplificare le procedure di raccolta, condivisione, monitoraggio e analisi dei dati, ai fini del miglioramento dell'offerta turistica e dell'istituzione di un codice unico identificativo nazionale. Su questi aspetti è evidente la nostra attenzione ed interesse: sia per la titolarità statutaria che è attribuita alla materia del turismo alla Provincia, sia per la concorrenza sulla disciplina degli altri aspetti.