

Documento di input per la riunione ristretta «Entrepreneurship: be connected»

1. Contesto

La Strategia del turismo della Confederazione (adottata dal Consiglio federale nel 2017) attribuisce grande importanza alla promozione dell'imprenditoria in quanto elemento fondamentale per il successo dell'industria del turismo svizzero. Per le nuove imprese e le start-up è essenziale saper riconoscere e cogliere le opportunità di mercato. Nel caso delle successioni aziendali, chi riprende il timone è chiamato a utilizzare le proprie capacità imprenditoriali per ripensare i modelli di business esistenti e riorientare l'azienda al mercato. Per poter definire le misure necessarie per il perseguimento di questo obiettivo, all'inizio del 2019 la società BHP - Brugger und Partner AG e la Scuola universitaria per la tecnica e l'economia di Coira (HTW), su incarico della SECO, hanno effettuato un'analisi dettagliata degli strumenti di promozione disponibili. I risultati di questa analisi sono illustrati nel rapporto «Entrepreneurship im Tourismus», dove si trovano anche le raccomandazioni d'intervento formulate dagli autori all'attenzione della SECO.

2. Le sfide per le start-up e la costituzione di imprese nell'industria del turismo

Sebbene sia piuttosto difficile disporre di cifre precise, diversi indicatori evidenziano che il numero di nuove imprese nell'industria del turismo convenzionale (industria alberghiera, gastronomia, trasporti) è inferiore alla media rispetto ad altri settori in Svizzera. Sembra dunque che esista ancora un potenziale inutilizzato.

Le start-up e le nuove imprese che si lanciano nel turismo si vedono solitamente confrontate alle seguenti sfide:

- ricerca di personale idoneo e sviluppo delle competenze necessarie
- finanziamento dell'attività aziendale
- accesso a sbocchi commerciali e acquisizione di clienti.

3. Strumenti di promozione

Start-up e nuove imprese possono ricorrere a vari strumenti di promozione messi a disposizione tanto da privati che da enti pubblici. In genere si tratta di strumenti che non sono legati a un settore d'attività specifico e che sono offerti tanto a livello nazionale, quanto

a livello cantonale o regionale. Le organizzazioni competenti forniscono il loro sostegno in almeno uno degli ambiti seguenti:

- sensibilizzazione sul tema
- sostegno finanziario
- informazioni, coaching e qualificazione
- organizzazione di reti di contatti e di kermesse
- messa a disposizione di infrastrutture
- organizzazione di concorsi.

4. Ruolo della Confederazione

La Strategia del turismo della Confederazione pone le basi per una migliore messa in rete degli attori nel quadro degli strumenti di promozione esistenti a livello federale. In particolare, la SECO collabora strettamente con l'Agenzia svizzera per la promozione dell'innovazione (Innosuisse). L'obiettivo è quello di promuovere maggiormente l'applicazione delle innovazioni scientifiche nel campo del turismo.

5. Valutazione ed eventuale necessità di intervento

Per i potenziali beneficiari, può essere difficile riuscire ad avere una visione d'insieme e scegliere lo strumento di promozione più confacente. Per questa ragione, la Confederazione non intende sviluppare ulteriormente il sistema esistente, quanto piuttosto facilitarne l'accesso. Lo scopo primario consiste dunque nel far conoscere meglio le possibilità di promozione esistenti. In quest'ottica, l'instaurazione di un adeguato livello di trasparenza e l'ottimizzazione dell'accesso agli strumenti sono due campi d'azione che assumono un'importanza cruciale.

6. Contenuto della riunione ristretta

La SECO utilizzerà periodicamente il Forum Turismo Svizzera (FTS) come piattaforma per promuovere le attività legate alla costituzione di imprese. Alla riunione ristretta dedicata al tema «Entrepreneurship: be connected» interverranno vari attori del settore, che offrono strumenti di promozione o che ne hanno beneficiato. Il workshop, oltre a familiarizzare i partecipanti con i vari strumenti, si prefigge di sviluppare insieme idee e proposte concrete di realizzazione per migliorare ulteriormente la rete di contatti e lo sfruttamento della vasta gamma di strumenti di promozione, discutendo anche l'indispensabile ruolo dei vari attori.