

## Documento di discussione

# Creazione di nuove imprese nel turismo

## Situazione iniziale

La creazione di nuove imprese riveste un ruolo importante nel turismo. Nuovi modelli imprenditoriali offrono l'opportunità di gestire il cambiamento strutturale e rafforzare nel lungo periodo la competitività del turismo svizzero. La creazione di nuove imprese avviene tuttavia sempre meno nei settori turistici classici come in quello alberghiero, bensì è invece sempre più frequente nell'ambito dei servizi supplementari del turismo (B2C) e nell'attività di consulenza per fornitori di servizi turistici (B2B).

**Domande:** Quali sono le principali sfide ed esigenze nella creazione di nuove imprese nel turismo? Dove è stato possibile sviluppare misure di promozione per potere gestire meglio le sfide? Quali sono gli strumenti di promozione adeguati?

## Sfide

In vista del FTS di quest'anno si è svolto un workshop introduttivo con rappresentanti di imprese di recente fondazione, degli enti di sostegno e degli operatori turistici. Nell'ambito di questo workshop sono state trattate in particolare le sfide nell'ambito del commercio fra imprese (B2B). In tale occasione sono emerse le seguenti sfide principali per i fondatori nell'attività di consulenza per il turismo:

- **Reticenza del settore nei confronti del nuovo:** nel turismo la trasformazione digitale e le modificate esigenze della clientela richiedono nuovi modelli imprenditoriali. Il settore turistico è tuttavia molto reticente nei confronti dell'adozione di nuove idee. Molti fornitori di servizi turistici si lasciano difficilmente consigliare, ad es. perché hanno un grande timore dei costi non calcolabili e non conoscono ancora interamente il significato e l'importanza delle nuove possibilità.
- **Mancanza di competenza digitale:** la digitalizzazione della società offre agli operatori turistici come agli alberghi e ai settori di ristorazione numerose opportunità di migliorare il modello imprenditoriale e di organizzare la comunicazione con i clienti. Nel turismo, nell'attività di consulenza classica mancano tuttavia spesso competenze digitali specifiche, come ad esempio l'analisi dei dati o il social media marketing.
- **Modello di reddito e mancanza di accesso ai clienti:** oltre al know-how del settore, la creazione di una nuova impresa nel turismo deve prestare attenzione alle specifiche caratteristiche del ramo turistico, caratteristiche che comportano grosse sfide. Quale modello di reddito può essere utilizzato? Come funziona l'acquisizione clienti e/o attraverso quali canali li raggiunge? Di quali misure di marketing dispongo oggi? Tali misure sono promettenti?
- **Misure di promozione poco conosciute:** esistono numerosi strumenti di promozione a tutti i livelli: Confederazione, cantoni, città, università, scuole universitarie professionali, scuole professionali, organizzazioni di categoria, economia privata. Tra i creatori di nuove imprese queste

possibilità di promozione sono tuttavia troppo poco conosciute, l'impegno in termini di ricerca è troppo grande e i processi troppo complicati per trovare i giusti referenti.

### **Tesi su come realizzare le misure d'intervento ottimali**

Sulla base delle sfide illustrate sopra si evincono le seguenti tesi, che costituiscono il fondamento per la discussione nei workshop tematici.

1. Non tutti i fornitori di servizi turistici devono essere esperti in ambito digitale, ma devono possedere sufficienti competenze digitali per riconoscere le possibilità della digitalizzazione. In questo senso potrebbe essere di aiuto un digital manager a livello di destinazione.
2. I nuovi fornitori di servizi di consulenza nel turismo hanno difficoltà ad inserirsi nel settore in quanto la fiducia e l'apertura verso la consulenza esterna sono scarse tra i fornitori di servizi turistici. Servono opportunità innovative e a bassa soglia di accesso per entrare in contatto con i potenziali clienti.
3. La creazione di nuove imprese turistiche (B2B), non necessita di ulteriori misure di promozione, bensì di una piattaforma adeguata che sensibilizzi i fornitori di servizi turistici in merito alle sfide e che riunisca le offerte esistenti.
4. Considerevole è la necessità di intervento nella formazione dei creatori di un'impresa nell'ambito della consulenza turistica. Infatti, questi ultimi, oltre alle competenze imprenditoriali dovrebbero acquisire anche competenze digitali in modo da poter fornire ai fornitori di servizi turistici una consulenza mirata con riferimento ai modelli imprenditoriali digitali.