

N.3_Luglio_2022

Unioncamere

Economia & Imprese

Il magazine delle Camere di commercio italiane

*Excelsior, da 25 anni il quadro
dell'occupazione che verrà*

*Rischi cyber: si allarga
il mercato della difesa*

*Un network blu
per l'economia del mare*



INDICE

- 3 Editoriale
- 4 Excelsior, da 25 anni il quadro dell'occupazione che verrà
- 5 Donne in attivo, nuova edizione per il percorso gratuito di educazione finanziaria al femminile
- 6 Le medie imprese corrono più delle grandi
- 7 C-Stat, l'hub informativo del Sistema camerale
- 8 Rischi cyber: si allarga il mercato della difesa
- 9 Unioncamere premia le best practices del Fondo perequativo
- 10 Digitale e sostenibile: in Veneto servizi certificati per la nuova Pmi
- 10 Nel metaverso si può già fare impresa
- 11 La Camera ti parla h24
- 12 Non sogni, ma realtà nel Cassetto digitale dell'imprenditore
- 13 Un network blu per l'economia del mare
- 14 Portale "SiSi - Soluzioni Innovative Settore Ittico"
- 15 Manifesto per l'ecologia integrale: segno di dialogo
- 16 Sistema camerale e Symbola: affrontare le sfide del futuro partendo dai talenti del Made in Italy
- 17 Cinque riconoscimenti di "Valore Pubblico" al Sistema camerale
- 18 Promozione del Made in Italy ai tempi della pandemia: la forza delle CCIE
- 18 Agroalimentare: quanto vale l'Italian Sounding
- 19 Turismo: confermata la ripresa per l'estate 2022
- 20 Le tribù dei turismi
- 21 Piemontescape: ecco il nuovo turismo outdoor
- 22 Mirabilia punta sull'oleoturismo
- 23 A Genova un nuovo focus durante Mirabilia Food & Drink
- 24 Il Distretto Culturale del Nuorese della Cciaa di Nuoro compie dieci anni
- 24 PA Social Day. La Liguria presenta il panel sulla comunicazione digitale per il rilancio turistico

Unioncamere
Economia & Imprese
Luglio 2022 N.3

Mensile di
informazione tecnica

Editore: Unioncamere -
Roma - unioncamere.gov.it

Redazione:
piazza Sallustio, 21 - 00187
Roma - Tel. 0647041

Direttore editoriale:
Andrea Prete

Direttore responsabile:
Antonio Paoletti

Condirettori:
Andrea Bulgarelli
Willy Labor

Il numero è stato chiuso in
redazione il 12.07.2022

Da Excelsior alla cybersecurity: un mondo di dati per imprese e cittadini

di Antonio Paoletti



Ci sono dei servizi realizzati da Unioncamere per la comunità delle imprese e dei cittadini che sono degli autentici fiori all'occhiello. In questo numero, in particolare, abbiamo voluto parlare del Sistema informativo per l'occupazione e la formazione Excelsior, che è sicuramente un punto di riferimento nell'ambito del panorama statistico italiano. Excelsior, infatti, è considerata una delle più ampie indagini previste dal Programma Statistico Nazionale e rappresenta lo strumento informativo più completo disponibile in Italia per la conoscenza dei fabbisogni professionali e formativi delle imprese. Unioncamere in collaborazione con il ministero del Lavoro, l'Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro (Anpal) e con l'Unione Europea

realizza Excelsior dal 1997 insieme alle Camere di commercio, per monitorare le prospettive della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali, formativi e di competenze espressi dalle imprese. Dal 2017 il Sistema Excelsior si è ulteriormente innovato adottando nuove tecniche di rilevazione, modelli, con una periodicità che è ormai diventata mensile. Per tale ragione e per la portata che questo strumento ha acquisito nel tempo, abbiamo inteso rilanciarne l'importanza e la rilevanza per le imprese e le persone. Excelsior ha seguito negli anni un percorso di continuo affinamento nelle rilevazioni, che consente di mettere a disposizione indicatori previsionali mensili e annuali precisi sui fabbisogni professionali delle imprese nei vari territori della Penisola.

Rimanendo nell'affascinante quanto importante mondo dei dati, in questa edizione del magazine troverete sia i "numeri" del XXI Rapporto sulle medie imprese industriali di Unioncamere, Area Studi Mediobanca e Centro Studi Tagliacarne e sul quale interviene il presidente Andrea Prete, sia l'elaborazione aggiornata Unioncamere-Info-camere sulla cybersecurity. Tema, quest'ultimo, di particolare attualità con un crescente numero di imprese anti-hacker operative nel nostro Paese per rispondere alla richiesta di sicurezza da parte delle aziende. Anche in questo caso le Camere di commercio sono impegnate in un progetto pilota che a breve coinvolgerà anche il resto del Sistema camerale territoriale.
Buona lettura.

Excelsior, da 25 anni il quadro dell'occupazione che verrà

Il Sistema informativo che monitora le previsioni di assunzione delle imprese e la dinamica del mismatch

di Alessandra Altina

C'è solo una indagine sull'occupazione in Italia che non parte da ciò che è già successo, ma delinea ciò che avverrà a breve e a medio termine sulla base di dati concreti e di previsioni effettuate direttamente da chi il Lavoro lo crea. Ed è soprattutto da questa fonte che già da diversi anni è stato lanciato con forza di dati l'allarme sul gap tra domanda e offerta di lavoro oggi sempre più di attualità.

Si tratta del Sistema informativo **Excelsior**, che Unioncamere realizza da 25 anni con il Ministero del Lavoro, prima, e con **Anpal** dagli ultimi anni, uno strumento pensato per fornire supporto alle politiche attive del lavoro e per orientare i giovani a scegliere il proprio percorso di studi. Il suo campo di osservazione sono le imprese private dell'industria e dei servizi con almeno un dipendente, un universo che complessivamente conta 1,3 milioni di attività (circa un terzo di quelle esistenti) che danno lavoro ad oltre 12 milioni di addetti (due terzi degli addetti occupati di questi settori). Ol-

tre 100mila di queste imprese, ogni mese, sono invitate a compilare un questionario tramite una piattaforma on line, rendendo l'indagine Excelsior assimilabile ad una rilevazione continua della domanda di lavoro, inserita tra le indagini ufficiali con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale.

Le informazioni raccolte, integrate in uno specifico modello previsionale che valorizza, in serie storica, i dati desunti da fonti amministrative sull'occupazione collegati al Registro delle Imprese, alimentano una ricca **banca dati** che fornisce una conoscenza aggiornata, sistematica ed affidabile della consistenza e della distribuzione territoriale, dimensionale e per attività economica della domanda di lavoro espressa dalle imprese e delle principali caratteristiche delle figure professionali richieste (livello di istruzione, età, esperienza, difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione, competenze).



Le informazioni dettagliate contenute nella banca dati inoltre sono alla base della articolata produzione editoriale che affianca al Bollettino mensile e annuale volumi di approfondimento su specifici settori economici, su aspetti che stanno assumendo un ruolo importante nell'economia, o forniscono indicazioni chiave per l'orientamento al lavoro e agli studi.

A partire dal 2010, il Sistema informativo Excelsior fornisce anche previsioni sul fabbisogno occupazionale a medio termine (orizzonte quinquennale).

Le previsioni più recenti sono riferite al periodo 2022-2026 e sono dettagliate per settore economico, tipologia di occupazione, professioni, livelli di istruzione e principali indirizzi di studio. Il modello, che valorizza le informazioni acquisite periodicamente tramite le indagini Excelsior, consente di prevedere l'evoluzione dell'occupazione per 35 settori (compresa la pubblica amministrazione) e di derivare il fabbisogno occupazionale (al netto del settore agricolo, della silvicoltura e della pesca) per gruppo professionale, livello di istruzione e principali indirizzi formativi.

Donne in attivo, nuova edizione per il percorso gratuito di educazione finanziaria al femminile

di **Simona Paronetto**

Previdenza, finanza etica, risparmi, investimenti, innovazione digitale e nuovi strumenti di pagamento, tecniche di negoziato per raggiungere i propri obiettivi, questi alcuni degli argomenti trattati nella seconda edizione di "**Donne in attivo**", il progetto di educazione finanziaria rivolto alle donne, dai 20 anni in su, erogato in modalità online e gratuito.

Promosso da Unioncamere, finanziato dal MISE e supportato dal Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria con partner tecnici Innexa e Si.Camera, "Donne in attivo" ha l'obiettivo principale di fornire alle donne, in quanto cittadine e consumatrici, i concetti e le informazioni necessarie a garantire loro un'adeguata alfabetizzazione finanziaria: anche in questo ambito, infatti, esiste un forte divario di genere, a sfavore delle donne.

Il percorso formativo 2022, costituito da cinque webinar, esplora gli aspetti teorici e pratici della gestione del denaro, con ampi momenti di interazione e di condivisione di esperienze personali, con il supporto di docenti, esperti e testimonial. I webinar sono aperti a tutte e la partecipazione è gratuita.

Unioncamere ha costituito un tavolo di lavoro sul progetto, utile a promuovere momenti di confronto e di riflessione per migliorarne le attività al quale partecipano, oltre ad Unioncamere ed al MISE, sette rappresentanti del Sistema camerale

(Camere di commercio di Arezzo – Siena, Foggia, Genova, Padova, Parma, Camera Reggio Calabria e Unioncamere Piemonte) nonché la Covip, Commissione di vigilanza sui fondi pensione, in quanto componente del Comitato per la programmazione delle attività di educazione finanziaria. Tutto il Sistema camerale, anche attraverso la rete dei Comitati per l'imprenditorialità femminile, partecipa alla promozione del progetto, con il coinvolgimento dei propri target locali di riferimento.

Guarda i video di "**Donne in attivo**".

Per informazioni scrivi a: info@donneinattivo.it



Le medie imprese corrono più delle grandi

di Loredana Capuozzo

È un universo composto da 3.174 aziende, di queste tre su quattro si trovano al Nord ma al Sud sono cresciute negli ultimi 25 anni: si tratta delle medie imprese industriali italiane messe sotto i riflettori dal **XXI Rapporto** a loro dedicato da Unioncamere, **Area Studi Mediobanca** e **Centro Studi Tagliacarne**. Sono il fiore all'occhiello del nostro manifatturiero e nonostante le dimensioni più ridotte "battono" le grandi imprese su crescita del fatturato (+108,8% contro +64,4% dal 1996 al 2020), produttività (+53% contro +38,6%) e remunerazione del lavoro (+62,4% contro +57%).

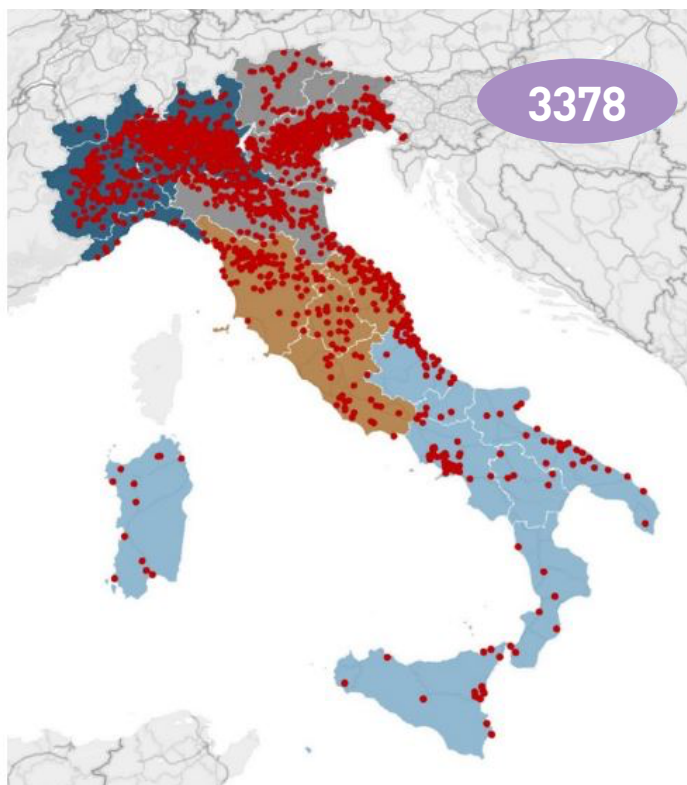
Le medie imprese mostrano di affondare saldamente le loro radici nell'italianità visto che solo il 3% realizza stabilimenti all'estero, ma sanno guardare lontano realizzando circa il 43,2% delle vendite sui mercati stranieri. Anche per questo

mostrano una maggiore dinamicità nel cogliere le opportunità a loro riservate dal Pnrr, 6 imprese su 10 si sono, infatti, già attivate su questi progetti o stanno per farlo. Pronte a cavalcare il cambiamento, oltre la metà di queste imprese del cosiddetto capitalismo tascabile ha già investito nelle tecnologie 4.0 e nel green e conta di superare i livelli produttivi pre-Covid entro quest'anno. Mentre il 60% si prepara a puntare sulle transizioni gemelle entro il prossimo triennio. L'82% delle medie imprese che investe nel digitale lo fa per aumentare l'efficienza e la competitività, che resta la principale motivazione anche per il 56% di quelle che fanno investimenti green.

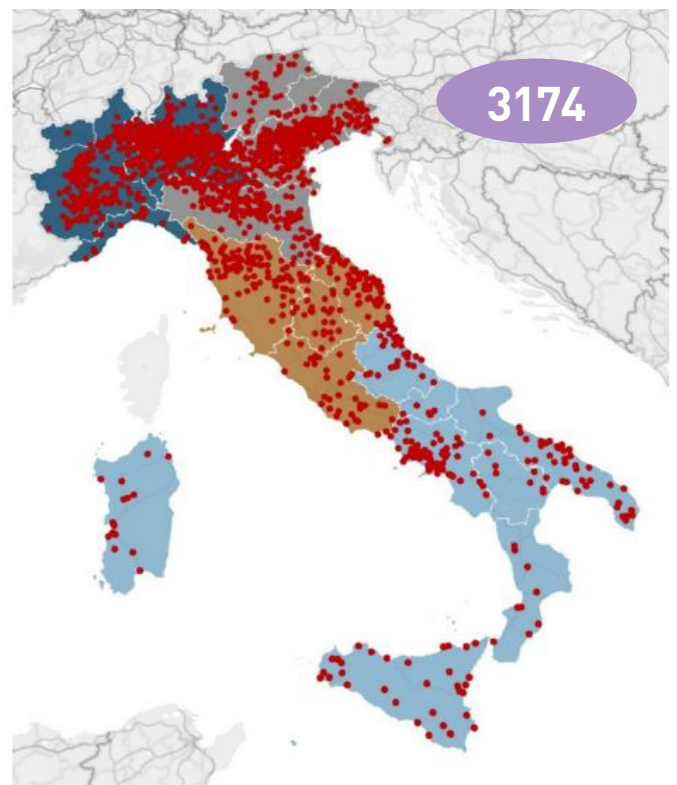
Ma molti imprenditori mostrano anche un'attenzione particolare al capitale umano, consapevoli che questo possa fare la differenza. Il 61% delle

Le nostre medie imprese

Dove erano nel 1996 (*)



Cosa è cambiato nel 2020? (*)



(*) Elaborazione Area Studi Mediobanca su cartografia Bing

OSSERVATORI ECONOMICI

medie imprese che favoriscono la partecipazione dei lavoratori allo sviluppo di progetti innovativi dimostra, infatti, una maggiore capacità di recupero produttivo: il 48% conta di superare nel 2022 i livelli pre-Covid, contro il 36% di quelle che non lo fanno. Tuttavia, queste protagoniste del cambiamento non sempre trovano un humus favorevole per crescere. A partire dal fisco che, come ha sottolineato

il presidente di Unioncamere, Andrea Prete, nella video intervista, evidenzia un tax rate effettivo delle medie imprese più elevato delle grandi (21,5% contro il 17,5%). E questo si traduce in un freno allo sviluppo. A parità di pressione fiscale, infatti, si stima che le medie imprese avrebbero registrato maggiori risorse per 6,5 miliardi di euro nell'ultimo decennio.



Leader del cambiamento: le medie imprese italiane nella quinta rivoluzione industriale

Lunedì 27 giugno, ore 11.30
Sala Danilo Longhi
Piazza Sallustio, 21 Roma

Intervista ad Andrea Prete,
Presidente di Unioncamere



C-Stat, l'hub informativo del Sistema camerale

Al via il nuovo portale dell'informazione economica territoriale a disposizione del Sistema camerale. Si chiama **C-Stat** il nuovo hub informativo messo a punto dal Centro Studi Tagliacarne per le Camere di commercio, Unioni Regionali, Agenzie del Sistema dedicato a dati e indicatori annuali e sub-annuali, a livello provinciale e sub-provinciale, riguardanti temi quali: demografia della popolazione; tessuto imprenditoriale; risultati economici delle filiere; mercato del lavoro; commercio con l'estero, credito; mercato immobiliare e delle automobili. La piattaforma viene alimentata continuamente sia con informazioni prodotte dal Sistema camerale che con informazioni provenienti da altre fonti come Istat, Agenzia delle Entrate, Banca d'Italia, Automobile Club d'Italia. Una risposta concreta alla crescente domanda di informazioni da parte dei soggetti del territorio che si

dirige verso le Camere di commercio, anche a causa delle azioni del Pnrr e di quelle relative alla nuova programmazione dei fondi Strutturali europei.

L.C.



Rischi cyber: si allarga il mercato della difesa

Oltre 3.000 le imprese della cyber-sicurezza: +5,4% negli ultimi nove mesi, addetti a quota 29mila

di Carlo De Vincentiis

Cresce l'offerta di servizi di sicurezza informatica per prevenire gli attacchi di hacker e difendere i dati di aziende e PA. Il forte impulso impresso dalla pandemia alla digitalizzazione di istituzioni e imprese ha prodotto anche l'aumento delle minacce informatiche e, negli ultimi nove mesi, le aziende italiane hanno accelerato il passo superando il muro delle 3mila unità.

Secondo un'elaborazione di Unioncamere-InfoCamere sui dati del **Registro delle imprese** delle Camere di commercio, tra settembre 2021 e giugno scorso il comparto ha messo a segno una crescita del 5,4%, dopo il vero e proprio balzo fatto registrare nel biennio 2018-2020 (+32%). Una crescita che include sia la nascita di nuove imprese sia la ricon-

versione di aziende preesistenti alle nuove attività. L'ampliamento del perimetro delle imprese ha prodotto anche l'aumento degli addetti che hanno così raggiunto le 29.100 unità, per una media di nove addetti per azienda.

La presenza più elevata di imprese è nel Lazio, dove al 30 giugno scorso avevano sede 708 imprese (il 22% del totale). A seguire, Lombardia (581) Campania, Sicilia e Veneto (con, rispettivamente, 317, 216 e 209 imprese). Sul fronte degli addetti, le imprese che hanno creato più opportunità di lavoro sono localizzate in Lombardia, Lazio e Trentino Alto Adige che, con i loro 18mila addetti, rappresentano il 62% di tutto il settore.

Le imprese della sicurezza informatica in Italia

Giugno 2022

Settembre 2021

In nove mesi le imprese che svolgono attività nella sicurezza informatica sono aumentate del

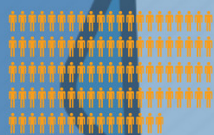
+5,4%

... e si è allargata la platea degli addetti

+2,3%

3.147

2.985



29.000



26.700

Dove sono: imprese e addetti



Prevenire è meglio che curare

Arriva il “Cyber Exposure Index “. Un aiuto alle Pmi per contrastare i rischi informatici

Quanto è esposta la mia azienda agli attacchi in rete? Quali dati rischio di compromettere? Quali difese posso adottare? Sono le domande che tutti gli imprenditori dovrebbero porsi e che da oggi trovano risposta nel “**Cyber Exposure Index**”, un servizio messo a punto da **InfoCamere** e offerto attraverso i Punti Impresa Digitale (PID) delle Camere di commercio in collaborazione con **Dintec**, il Consorzio per innovazione tecnologica del sistema camerale.

Attualmente in fase pilota (il progetto è partito in sette Camere ed è in fase di avvio in altre 32 per essere

disponibile entro fine anno su tutto il territorio nazionale), il CEI è uno strumento di prevenzione che, partendo dall'analisi del dominio aziendale e della casella di posta, intercetta eventuali attività di cyber criminali a danno dello “spazio digitale” dell'impresa, indicando al manager - attraverso l'elaborazione di due report a distanza di tempo - il grado di vulnerabilità dell'azienda sotto il profilo della cyber-sicurezza e come porre in atto misure di difesa adeguate.

Per informazioni [clicca qui](#)

C.D.V.



Unioncamere premia le best practices del Fondo perequativo

di Daniela Da Milano

Orientamento, promozione dell'economia circolare, sostegno all'export, valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo: sono queste le aree di intervento dei progetti premiati da Unioncamere, realizzati dalle Camere di commercio e dalle Unioni regionali nell'ambito dell'annualità 2017-2018 del Fondo perequativo.

Tali progetti sono un'ottima cartina al tornasole degli sforzi ed energie messe in campo e dei risultati conseguiti dalle strutture camerali nel com-

plesso contesto storico degli ultimi due anni, oltre a costituire un elenco di best practice utili da diffondere sia all'interno che all'esterno del Sistema camerale per evidenziarne le enormi potenzialità e competenze.

Per maggiori info e per l'elenco delle Camere di commercio e Unioni regionali che sono state premiate

Guarda i video dei premi speciali Fondo di perequazione 2017-18

Digitale e sostenibile: in Veneto servizi certificati per la nuova Pmi

Offerta di servizi ad “eccellenza certificata” per il territorio, la cui competenza e affidabilità sono garantite da accreditamenti di qualità

di Roberto Santolamazza*

Cresce la fame di innovazione digitale e sostenibile in Veneto. Sono infatti sempre di più le imprese che nel 2021 – spinte dalla forte pressione innovativa e dalla necessità di intraprendere la twin transition – hanno avuto accesso all’offerta di **t2i, Trasferimento Tecnologico e Innovazione**, società consortile partecipata dalle Camere di commercio di Treviso-Belluno-Dolomiti, di Verona e di Venezia-Rovigo.

Un’offerta di servizi ad “eccellenza certificata” per il territorio, la cui competenza e affidabilità sono garantite da accreditamenti di qualità in ogni campo in cui è impegnata: dalla formazione alla ricerca, dall’incubazione di startup alla tutela della proprietà intellettuale, fino alle certificazioni di prodotto effettuate con i propri laboratori Cert, che lo scorso dicembre hanno celebrato il prestigioso traguardo dei 25 anni di attività.

Significativa, in particolare, l’attenzione posta nell’ambito delle competenze per attivare concretamente percorsi di trasformazione digitale e sostenibile. In uno scenario che vede difficoltà crescenti nel reperire professionalità e competenze specialistiche è sempre più cruciale accompagnare le imprese e, in particolare, le Pmi verso nuovi processi formativi, sfruttando le nuove opportunità digitali come la realtà aumentata ad esempio.

Una sfida che nel 2021 ha visto t2i erogare ben 221 corsi (+64% sul 2020) e 1.980 ore di formazione, coinvolgendo in totale 3.063 partecipanti e 795 aziende. L’Activity report 2021, pubblicazione annuale di t2i, è consultabile sia in **formato PDF** che nella **versione sfogliabile**.

*Direttore generale di t2i

Nel metaverso si può già fare impresa

di Chiara Pippo

Sì, si può già fare impresa nel metaverso e questo vale non solo per realtà grandi e strutturate, ma anche, per esempio, per un negozio, dove ricostruire e ampliare la propria offerta di prodotti e servizi, che il “meta-cliente” può vedere in tre dimensioni, può toccare, confrontandosi e parlando anche direttamente con il gestore.

La risposta è dunque più che affermativa alla domanda “si può già fare impresa nel Metaverso?”, domanda che la Camera di commercio Pordenone-Udine si è posta dando vita al seminario (**visibile sul canale YouTube** ufficiale della Cciao, UP!Economia) dedicato a questa nuova “dimensione” alternativa, verso cui sempre più il mondo dell’economia si sta orientando. A parlare con i partecipanti del tema, un esperto come Marco Za-

nuttini, ceo e fondatore di TechStar Srl, impresa innovativa con base a Udine e specializzata proprio nel “metaverse enabling”, ossia nel predisporre strumenti e formazione per ottimizzare l’ingresso nel metaverso di imprese e organizzazioni.

E se la risposta è affermativa per il fare impresa, è positiva anche per i risvolti occupazionali: sì, perché la diffusione del metaverso sta già producendo nuove figure professionali. Meta-ingegneri, meta-architetti, meta-designer specializzati a costruire questa terza dimensione virtuale, ma non solo, anche formatori e altre professionalità che si svilupperanno da questa esperienza che, oggi, è solo all’esordio, dunque pronta a presentare nuove esigenze in grado di generare lavori innovativi nel futuro.

La Camera ti parla h24

Una skill multimodale offre a cittadini e imprese un nuovo canale di comunicazione

di **Silvano Crecchi**

La Camera di Pisa corre in sintonia con la “rivoluzione comunicativa” indotta dalla tecnologia e dalla spinta culturale imposta dal Covid. Protagonista l’unicità del linguaggio, strumento distintivo dell’umanità sempre più al centro del grande cambiamento culturale e comportamentale nei rapporti tra utenti e pubblica amministrazione.

Il 15 giugno scorso la presentazione di “Camera Aperta”, la skill sviluppata su piattaforma Alexa che sfrutta l’intelligenza artificiale di Amazon e apre un nuovo canale di contatto tra gli utenti ed i servizi della Camera pisana.

Già annunciata nel marzo 2021, quando era “entrato in servizio” “WelCam”, il totem con smart speaker Alexa-Amazon integrato che da oltre un anno accoglie gli utenti fin dal loro ingresso nella sede camerale, “Camera Aperta” rappresenta dunque un avanzamento dello stesso progetto.

La skill, accessibile a tutti attraverso lo smart speaker domestico o il proprio telefono cellulare, (andrà installata la app Alexa tramite Apple Store per i dispositivi Apple o Google Play Store per i dispositivi Android), consentirà di ricevere, attraverso l’interrogazione vocale ed anche con l’interazione visiva per gli apparecchi con display echo show, le informazioni di cui si ha bisogno. Ma sempre “a voce” si potrà anche “fare cose”, per esempio prenotare un appuntamento presso gli uffici, consultando gli orari liberi e ricevendo conferma dell’avvenuta prenotazione attraverso email.

Evidenti i vantaggi, innanzitutto la disponibilità di un canale attivo tutti i giorni e h24, ma anche la rapidità e la flessibilità per l’utenza nel reperire in-

formazioni e nel prenotare appuntamenti da casa, da altre residenze, mentre si è in viaggio, in treno, in auto e con strumenti diversificati ma di uso diretto (smart speaker e anche smartphone). Inoltre, l’utilizzo della voce e quindi di uno strumento immediato, semplice e naturale per l’uomo, offrirà opportunità di contatto ad un numero elevato di utenti senza differenze di età, scolarizzazione e competenze. Infine, la skill sarà un valido supporto per le persone con difficoltà visive.

“Un modo per avvicinare ulteriormente la pubblica amministrazione ai cittadini ed uno strumento che viene portato in dote, come contributo all’innovazione, alla Camera di commercio Toscana Nord-Ovest nata ufficialmente il 30 giugno, frutto della fusione delle camere di Pisa Lucca e Massa – Carrara” per Valter Tamburini, già commissario straordinario della Camera pisana e presidente della nuova Camera della Toscana Nord-Ovest.

Camera di Commercio di Pisa

Puoi chiedere informazioni oppure prenotare un servizio

Buongiorno. Benvenuto in Camera di Commercio, sede di Pisa. Vuoi informazioni o prenotare un appuntamento?

Non sogni, ma realtà nel Cassetto digitale dell'imprenditore

**Una best practice della PA che accompagna
le imprese nella transizione digitale**

Promuove la digitalizzazione delle imprese, fornisce online - senza vincoli geografici, costi e orari - documenti fondamentali per la gestione aziendale. Migliora l'efficienza nei rapporti tra imprese e PA, facilitando il processo di trasformazione digitale del Paese e coinvolgendo in modo semplice anche le micro, le piccole e le medie imprese.

È l'identikit del cassetto digitale dell'imprenditore [impresa.italia.it](https://www.impresa.italia.it) realizzato da InfoCamere - la Società delle Camere di Commercio per l'innovazione digitale - per conto del Sistema camerale e da poco riconosciuto (vedi articolo a pag. 17) come una delle esperienze più innovative nella PA, capaci di generare benefici concreti per cittadini e imprese e di proporsi come esempio da emulare.

Ad oggi, oltre 1,6 milioni di legali rappresentanti e titolari di attività (cresciuti ad un ritmo incalzante a partire dall'esplosione dell'emergenza sanitaria) lo usa per reperire informazioni e dati ufficiali sempre aggiornati sulla propria impresa sotto forma di documenti digitali, facilmente utilizzabili anche dal proprio smartphone. Visure, certificati, statuti, bi-

lanci, planimetrie, asseverazioni e tanti altri documenti digitali (più di 5 milioni quelli scaricati finora), condivisibili in tempo reale con clienti, fornitori, banche, professionisti e PA: il cassetto offre tutto questo. Basta accedere, con la massima facilità e in piena sicurezza, con la propria identità digitale Spid o Cns. Per di più, in modo totalmente gratuito. Organizzato in 6 sezioni (La mia impresa, Registro Imprese, Il mio fascicolo, Attività Produttive (Suap), Diritto Annuale, Startup e PMI Innovative come partner) e con possibilità di collegamento ad Atlante i4.0 (il portale di [Unioncamere](https://www.unioncamere.it) e Ministero dello Sviluppo Economico dedicato alla Transizione Digitale), il cassetto digitale è assolutamente paperless, utilizzabile da remoto tramite smartphone, tablet o pc, in grado di evitare sprechi di carta e inutili spostamenti verso uffici e sportelli. Uno strumento innovativo, esempio di una burocrazia semplice, utile alle imprese e sostenibile che conferma il ruolo fondamentale della PA per lo sviluppo del Paese e il contributo prezioso del Sistema camerale nella creazione dell'ecosistema digitale italiano.

C.D.V.

CASSETTO DIGITALE DELL'IMPRENDITORE

impresa.italia.it



Un network blu per l'economia del mare



Giovanni Acampora ha puntato sul Blue Forum Italia Network

Sicurezza, shipping, ricerca, ambiente, innovazione, nautica portualità e crocieristica ma anche pesca, cultura, sport, turismo: sono questi alcuni dei temi che hanno animato nei giorni scorsi il 1° **Summit Blue Forum Italia Network** organizzato a Gaeta dalla **Camera di commercio di Frosinone-Latina**. Una due giorni di dibattiti e confronti che ha coinvolto alcuni ministri del Governo Draghi e i principali attori del Sistema Mare. Tracciamo un primo bilancio con il presidente Giovanni Acampora alla guida dell'ente camerale.

Qual è il senso di Blue Forum Italia Network?

C'era la necessità di unire le forze, in un confronto diretto che raccogliesse le istanze di tutti, e di interloquire direttamente con il Governo e con i nostri rappresentanti in Europa. Ecco perché abbiamo dato vita al Blue Forum Italia Network. Un passo concreto per favorire quel passaggio dalla crescita blue a un'economia del mare sostenibile che l'Europa ci chiede, anche in vista degli obiettivi previsti nel Green Deal di riduzione delle emissioni di carbonio di almeno il 55% entro il 2030 e conseguire la neutralità climatica entro il 2050. È una sfida imponente e richiede risposte non più procrastinabili. Per questo è stato importante mettere insieme tutti gli utenti del mare d'Italia, d'Europa e del Mediterraneo. E i riconoscimenti che ci sono pervenuti sia dall'Italia, attraverso il ministro degli

affari esteri, Luigi di Maio, che ha definito l'iniziativa un "servizio all'intero Paese" sia dall'Ue con la presidente del Parlamento, Roberta Metsola, che ha apprezzato la valenza del progetto, sono un incoraggiamento a continuare in questa direzione e a fare di più.

Ma il Summit continua a produrre i suoi effetti, in questi giorni sta prendendo forma il Manifesto per il mare e la sua economia. Ci può dire di che si tratta?

Proprio dai lavori di questa due giorni abbiamo ricavato spunti e stimoli che stiamo raccogliendo nel nostro Manifesto per il mare e la sua economia. Un documento che contiene già 34 punti condivisi che - partendo dalle indicazioni dell'Unione europea, dal Manifesto di Assisi, dal Manifesto del Decennio del Mare e dal Blue Paper - intende dare risposte alle sfide globali con responsabilità individuale e collettiva. Ad iniziare dalla cura del mare attraverso un'economia giusta ed equa alla promozione e al sostegno di nuove politiche di sviluppo che pongano l'Economia del Mare al centro della transizione sostenibile dell'Europa e dell'Italia sino allo sviluppo di network che facilitino il dialogo tra tutte le realtà operanti nella filiera del mare.

La Blue economy è già una realtà che concorre in modo significativo al nostro Pil ed ha ancora un enorme potenziale di crescita inespreso.

L'economia del mare coinvolge quasi 225 mila aziende che danno lavoro a 921 mila occupati. È una realtà che incide sulla produzione complessiva in modo diretto per il 3,4 per cento, ma che grazie alla capacità di attivazione di filiera supera il 9% del Pil giungendo a rappresentare circa 136 miliardi di euro. **Sono alcuni dei numeri del X Rapporto sull'economia del mare** realizzato per la nostra Camera, da Unioncamere e dal Centro Studi Tagliacarne con la promozione di Informare - che abbiamo presentato nel corso del summit e che danno la misura del valore economico proveniente dal Mare Nostrum. Anche per questo è fondamentale portare avanti politiche adeguate a supportare uno sviluppo sostenibile di questa fonte preziosa di ricchezza e di benessere.

L.C.

Portale “SiSi – Soluzioni Innovative Settore Ittico”

di Marco Proietti

SiSi è un portale web sviluppato congiuntamente dall’Unioncamere e dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali con l’obiettivo di promuovere la conoscenza e l’applicazione di soluzioni e strumenti innovativi tra le imprese della pesca e dell’acquacoltura. SiSi è la prima banca dati tematica che raccoglie, ad oggi, oltre 4.000 brevetti e 33.000 tra pubblicazioni e ricerche scientifiche messe a disposizione degli operatori del settore.

Attraverso un approfondito lavoro di scouting e analisi sulle tecnologie brevettate e i risultati scientifici pubblicati a livello nazionale e internazionale, un gruppo di esperti del Ministero e dell’Unioncamere ha selezionato le innovazioni più promettenti e di maggiore utilità per il settore ittico, distinguendole per filone tecnologico e ambiti applicativi.

Una semplice interfaccia guida l’utente nella ricerca delle innovazioni permettendo una rapida

fruizione delle informazioni. Tutte le innovazioni disponibili sul portale sono corredate di schede di approfondimento, in grado di favorire la comprensione delle innovazioni, la conoscenza degli inventori e, per quelle ritenute di maggiore interesse per gli operatori economici, fornire anche indicazioni sui possibili vantaggi derivanti dalla loro applicazione.

La banca dati di SiSi è costantemente aggiornata e prevede l’inserimento diretto di nuovi studi, ricerche e innovazioni da parte di inventori ed enti di ricerca, potendo così rappresentare uno straordinario punto di contatto per gli operatori della filiera che desiderino sviluppare relazioni proficue e sinergiche con i protagonisti dell’innovazione (università, enti di ricerca e imprese innovatrici) o che vogliano essere aggiornati sui bandi di finanziamento a supporto delle innovazioni.

The screenshot displays the SiSi portal interface. At the top, three statistics are shown: 3.593 Brevetti, 33.616 Pubblicazioni Scientifiche, and 9 Ricerche Scientifiche. Below this is a search bar with the text "CERCA L'INNOVAZIONE" and a description: "Brevetti, pubblicazioni scientifiche e ricerche scientifiche di Università, Enti di ricerca e start-up innovative dedicate al settore pesca e acquacoltura." The search bar includes a dropdown menu for "Brevetto", a dropdown for "Settore Ittico" (with "Acquacoltura" and "Pesca" visible), a "Parola chiave" field, and a "VAI" button. A play button icon is overlaid on the search bar. Below the search bar, it says "ULTIMO AGGIORNAMENTO BANCA DATI: 30/11/2023 15:25:02" and "INNOVAZIONI IN EVIDENZA". At the bottom, a large white text box on a dark blue background reads: "La Banca Dati consente di ricercare le innovazioni di interesse per le imprese del settore ittico."

Manifesto per l'ecologia integrale: segno di dialogo

Con la firma della Carta di Taranto, il Mediterraneo si incontra in Camera di commercio

di Francesca Sanesi

È stato firmato nella sede della **Camera di commercio di Taranto**, il Manifesto per l'ecologia integrale - Carta di Taranto, al culmine di un lungo ed intenso lavoro partenariale.

I temi della intima connessione delle cose, della ingiustizia insita nella cultura dello scarto, della necessaria comprensione dei limiti del progresso hanno, sin dal 2018, accomunato la mission assunta dall'Ente camerale, con l'introduzione dello specifico obiettivo di Economia civile nel proprio programma pluriennale, con il progetto della Pontificia Università Antonianum, istituzione didattica e scientifica promossa dall'Ordine dei Frati Minori, finalizzato a porre le basi, attraverso la costruzione di una rete internazionale per l'ecologia integrale, di una cultura ecologica quale nuovo paradigma di sviluppo, in ciò accogliendo la sfida lanciata da Papa Francesco nel 2015 con la sua Lettera Enciclica "Laudato si".

L'incontro fra le due Istituzioni rende subito Taranto - luogo simbolo dell'inadeguatezza del modello di sviluppo tradizionale - il laboratorio ideale per la costituzione di un partenariato eterogeneo, religioso e laico, che attraverso il percorso di alta formazione manageriale denominato "La V stagione

dell'impresa", svoltosi in questi anni nella Cittadella delle imprese di Taranto, giunge a sottoscrivere un impegno ambizioso per l'applicazione dei principi dell'ecologia integrale nel governo delle città e nel modello di economia e d'impresa, con un respiro mediterraneo di rilievo storico.

Pontificia Università Antonianum, Grande Moschea di Roma, Camera di commercio di Taranto, Ufficio GPIC dei Frati Minori d'Italia e Albania, Costellazione Apulia, Askesis, Happy Network e Centro di cultura Lazzati riconoscono nel Mediterraneo il cuore dell'incontro fra i popoli che vi si affacciano, fra le diverse religioni, le culture, le prospettive e le concrete progettualità finalizzate al bene comune. Il Manifesto per l'ecologia integrale è confronto ed operatività, un Oikos del Mediterraneo, già attivato per diversi segmenti progettuali, che mette in rete le istituzioni, l'università, la società civile, le imprese. Un segno di dialogo e connessione, dal significativo rilievo socio - economico, che proprio a Taranto diventa realtà.

Il testo del Manifesto
Le interviste



Sistema camerale e Symbola: affrontare le sfide del futuro partendo dai talenti del Made in Italy

di Willy Labor

“Cercare di affrontare il futuro partendo dai punti di forza, dai talenti del nostro Paese”. Questa la chiave della collaborazione ultradecennale fra Fondazione Symbola ed il Sistema camerale italiano nella definizione del Presidente di Fondazione Symbola, Ermete Realacci.

Unioncamere e **Camera di commercio delle Marche** sono stati partner di Fondazione Symbola anche quest'anno nella ventesima edizione del Seminario estivo e del festival della Soft Economy, tenutisi a Treia, la splendida cittadina in provincia di Macerata, nei primi giorni del mese di luglio.



Symbola, dal greco antico, significa 'mettere insieme', nasce per unire e promuovere un modello di sviluppo orientato alla qualità: la soft economy, in cui si fondono tradizione, territorio, innovazione tecnologica e ricerca. Un modello che coniuga competitività e valorizzazione del capitale umano, sviluppo economico e rispetto dell'ambiente e dei diritti umani. Un modello di sviluppo orientato alla sostenibilità basato sulla green economy, sul ruolo della cultura e della creatività, sulla coesione sociale e sull'economia circolare.

Il Sistema camerale, che conosce ed è vicino al variegato mondo dell'imprenditoria italiana ed è presente sui territori, collabora ormai da molti anni con la Fondazione con il suo importantissimo patrimonio di dati e con le analisi su alcuni dei temi principali dell'economia italiana in collaborazione con il Centro Studi del Sistema camerale, Guglielmo Tagliacarne. Fra le pubblicazioni realizzate insieme e che sono ormai un punto di riferimento importante per istituzioni e imprese, il rapporto annuale 'GreenItaly' sui benefici della scelta green, "Io sono cultura", che descrive minuziosamente in chiave economica l'Italia della qualità e della bellezza, "Coesione è competizione" sulla nuova geografia della produzione del valore in Italia.

Da Treia è giunto anche quest'anno un messaggio di sostegno allo sviluppo sostenibile: le imprese che investono con un occhio attento alla sostenibilità ambientale innovano di più, esportano di più, producono più posti di lavoro. Ma attenzione, ha avvertito il segretario generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli nel suo intervento al seminario, molte imprese non hanno il problema delle risorse ma "di quali investimenti fare e come farli". Per questo vanno informate adeguatamente ed affiancate per consentirgli di cogliere anche le opportunità del Pnrr.



Cinque riconoscimenti di “Valore Pubblico” al Sistema camerale

I premi di SDA Bocconi e Gruppo Gedi alle iniziative più innovative della PA



Supporto al management delle Camere di commercio per individuare i possibili miglioramenti dei servizi e della gestione economica dell'ente. È l'obiettivo del progetto del Sistema camerale che ha ricevuto a fine giugno un riconoscimento nell'ambito dell'iniziativa Valore Pubblico: la Pubblica amministrazione che funziona”, promossa da SDA Bocconi insieme al Gruppo Gedi e grazie al patrocinio di Anci, Upi e del Dipartimento della Funzione Pubblica.

Il premio è stato attribuito, presente il ministro della Pubblica amministrazione, Renato Brunetta per il progetto “Sviluppo gestionale e performance management del Sistema camerale” nella categoria “innovazioni gestionali”.

Le motivazioni del riconoscimento sono da ricercare principalmente nella logica integrata e nella totale digitalizzazione del processo, che contribuiscono all'ottimizzazione dei processi gestionali per gli enti camerali. Nell'occasione, sono stati premiati anche altri 3 progetti realizzati nel Sistema camerale (Camera di commercio di Cosenza, Camera di commercio di Firenze, InfoCamere) ed è stata consegnata una menzione speciale (PromolImpresa – Borsa Merci Mantova).

A.A.

QUATTRO “PROGETTI DI VALORE”

Categoria Innovazioni gestionali

- **Unioncamere**, progetto “Sviluppo gestionale e performance management del Sistema camerale”. Obiettivo: supportare il management delle Camere di commercio per analizzare l'operato dei propri enti e individuarne i punti di miglioramento.
- **Camera di commercio di Cosenza**, progetto “Nuovo piano di fabbisogni del personale e modalità di reclutamento innovative”. Obiettivo: reclutare il personale dopo aver realizzato una “mappa” delle professionalità e degli skill-mix indispensabili per governare i processi dell'ente e assicurare elevati standard di servizio.

Categoria Digitalizzazione

- **InfoCamere**, progetto “Il Cassetto digitale dell'imprenditore”. Obiettivo: creare un ecosistema digitale del Paese, basato su un nuovo modello di interazione tra PA e imprenditori.

Categoria Sostenibilità

- **Camera di commercio di Firenze**, progetto “Formazione ambiente e sostenibilità”. Obiettivo: Formare le Pmi per affrontare le sfide future e la transizione verso un'economia circolare.

UNA MENZIONE SPECIALE

Categoria Sostenibilità

- **PromolImpresa-Borsa Merci Mantova**, progetto “Economia circolare: conosci, comunica cambia!”. Obiettivo: Creare un percorso di educazione e sensibilizzazione degli studenti delle scuole secondarie di II grado e dei Centri di formazione professionali della provincia sui temi dell'economia circolare e della sostenibilità.

Promozione del Made in Italy ai tempi della pandemia: la forza delle CCIE

Nel 2021 53mila imprese italiane aiutate a posizionarsi all'estero

Tra le numerose sfide lanciate dalla pandemia e i cambiamenti che si sono resi necessari, c'è stato anche quello di come operare per continuare a promuovere il Made in Italy nel mondo. Si è reso, infatti, necessario dare vita a nuovi paradigmi – per lo più digitali – di connessione tra imprese e mercato: una sfida vinta dalla rete delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE), come dimostrano i numeri. Sono state oltre 53mila, nel corso del 2021, le Pmi aiutate a posizionarsi sui vari mercati, mettendole in contatto con più di 90mila operatori esteri interessati ad operare con l'Italia.



Risultati che emergono dalla 23esima edizione del Meeting dei segretari generali delle CCIE, svoltasi a Milano e organizzata da **Assocamerestero**, l'associazione che riunisce le 84 CCIE operanti in 61 Paesi del mondo e Unioncamere. "Partendo da un programma promozionale di circa 40 milioni di euro, ha sottolineato durante l'incontro il presidente di Assocamerestero Gian Domenico Auricchio, le CCIE hanno moltiplicato per sette volte il valore del cofinanziamento messo a disposizione dallo Stato, grazie alla loro capacità di mobilitare anche risorse di altri Paesi".

Oltre il 45% delle richieste di assistenza sono state dirette ai servizi di business matching e networking che hanno consentito – anche a distanza – la realizzazione di partnership tra imprese; al secondo posto vi sono i servizi di business scouting e consulenza specialistica (32%), seguiti da quelli di primo orientamento ai mercati esteri (20%). La trasformazione in digitale di una larga parte dei propri servizi ha permesso alle CCIE, inoltre, di rispondere in maniera sempre più personalizzata alle esigenze delle imprese aiutandole anche a sfruttare le opportunità di business e dei processi digitali a supporto dell'export.

D.D.M.

Agroalimentare: quanto vale l'Italian Sounding

Tra gli eventi settoriali organizzati dalle CCIE, al primo posto si collocano quelli dedicati alla promozione del food and wine italiano, sia con attività specifiche che con progetti multipaese quali **True Italian Taste** finanziato dal Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale e coordinato da Assocamerestero, volto a contrastare il fenomeno



dell'Italian Sounding e favorire un migliore posizionamento delle imprese italiane.

Proprio nell'ambito di True Italian Taste è stata realizzata la ricerca Ambrosetti – Assocamerestero "**Italian Sounding: quanto vale e quali opportunità per le aziende agroalimentari italiane**", la cui presentazione si è svolta durante il 6° Forum Food & Beverage di Ambrosetti di Bormio.

D.D.M.

Turismo: confermata la ripresa per l'estate 2022

I dati previsivi delle prenotazioni elaborati dall'Osservatorio sull'economia del turismo

I dati derivanti dall'indagine sulle imprese ricettive italiane realizzata nel giugno scorso da **Isnart** per conto di Unioncamere - nell'ambito dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio - consentono di disegnare una prospettiva positiva per il turismo italiano, per quanto contrassegnata da alcune incertezze.

Già per il mese di giugno gli operatori italiani hanno dichiarato una quota di camere vendute sul totale di quelle disponibili pari al 50% (circa 26 punti percentuali in più rispetto al 2021) e prossimi ai valori registrati prima della pandemia. Anche per il periodo che va da luglio a settembre ci si attende un assorbimento dell'offerta pari, in media, al 48% delle camere disponibili, che sostanzialmente raddoppia quello registrato nell'estate 2021, con un picco nel mese di agosto del 62% di prenotazioni già in casa contro il 33% registrato nello stesso periodo del 2021. Nelle prossime settimane assisteremo ad un recupero relativamente più intenso, in particolare del comparto alberghiero: il settore, colpito nel recente passato dalle conseguenze più pesanti derivanti dalle restrizioni anti Covid, già aveva aperto molto positivamente il 2022, riportandosi nei primi mesi dell'anno su livelli superiori a quelli pre-pandemici.

Si rafforza la presenza internazionale complessiva, il conflitto in corso rende incerto l'andamento dei flussi dalla Russia

Sotto il profilo della provenienza, emerge il ritorno della componente internazionale (il 40% degli operatori intervistati dichiara un aumento della clientela straniera mentre una quota simile ne indica la sostanziale stabilità rispetto all'estate 2021). Si tratta, prevalentemente, di clientela proveniente dalla Germania mentre trovano sostanzialmente conferma rispetto ai livelli dello scorso anno i flussi provenienti da Francia, Paesi Bassi e Regno Unito.

Rispetto alla clientela russa - noti big spender - si registra una quota pari al 40% di operatori che segnala a giugno un calo nelle prenotazioni, com-

pensato da una quota analoga che segnala una conferma dei volumi rispetto allo scorso anno.

Si fanno sentire gli effetti inflattivi sulle politiche di prezzo, che accrescono le difficoltà di gestione delle imprese

La quasi totalità delle imprese intervistate ha riscontrato aumenti dei costi generali che, almeno in parte, vengono scaricati sui prezzi di vendita delle camere (il 36% delle strutture dichiara di aver aumentato le tariffe).

PRENOTAZIONI CAMERE LUGLIO-SETTEMBRE 2020-2022

2020	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	23,7	27,7	14,9
Extralberghiero	31,2	38,4	12,9
Italia	28,8	34,9	13,6
2021	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	26,9	30,2	16,3
Extralberghiero	30,4	34,6	11,3
Italia	29,1	32,9	13,3
2022	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	56,0	58,8	28,9
Extralberghiero	58,6	64,3	20,8
Italia	57,5	62,0	24,1

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

SULLA BASE DELLE PRENOTAZIONI ESTIVE RICEVUTE AD OGGI, QUAL È L'ANDAMENTO DELLA CLIENTELA RISPETTO AI MERCATI, ISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELLO SCORSO ANNO? (%)

	Aumento	Diminuzione	Stabilità	Totale
Italiani stessa regione	15,1	23,9	61,0	100,0
Italiani altra regione	33,3	20,6	46,1	100,0
Stranieri	40,0	20,6	39,4	100,0

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Pur se in parte sollevati dall'attenuarsi delle spese per la prevenzione del rischio pandemico, gli imprenditori restano fortemente preoccupati dei riflessi di difficile previsione rispetto alla gestione finanziaria (il 41% pensa di chiudere il proprio bilancio in perdita); questo orientamento appare più diffuso tra le strutture alberghiere e relativamente più concentrato nelle località lacuali e termali del paese rispetto alle altre. Anche il mercato alternativo, rappresentato dagli alloggi privati in affitto su

Le tribù dei turismi

Conoscere le tendenze e le preferenze dei turisti è fondamentale per lo sviluppo delle destinazioni e per la valorizzazione dell'offerta.

Il censimento dei turisti in Italia permette ad Isnart di profilare diverse categorie di turisti, rappresentandoli come buyer personas, disegnandone i tratti salienti sulla base delle loro scelte di viaggio: li abbiamo chiamati **Avatour delle Tribù del Turismo**.

Il nuovo turista? È giovane, phygital, attento al well being e alla sicurezza. Un global citizen, fortemente influenzato dai fenomeni del city quitting e del nomadismo digitale.

L'**Avatour** che emerge nell'ultimo anno è il turista spirituale: un turismo giovane alla ricerca di esperienze personalizzate, uniche e trasformative, tutto da attenzionare.

TURISTA SPIRITUALE



AVATOUR
IDENTIKIT

Fascia di età

Generazione Z

Dove vive

Italia

Durata del soggiorno

Tra le 7 e le 13 notti

Affinità con

Turista culturale

Turista naturalistico

Segni particolari

Avatour del turista spirituale

Prega e visita al tempo stesso i luoghi di culto

Ama condividere la propria fede con le persone care

Segue articolo pag. 19 ▼

Airbnb, registra, a maggio 2022, oltre 11 milioni di notti prenotate tra giugno e agosto, 3,5 milioni in più rispetto a quanto registrato nello stesso periodo del 2021 (+ 32%).

Il consuntivo dei dati 2021

Nell'estate 2021, è il comparto extralberghiero a registrare un volume maggiore di prenotazioni (30,4% a luglio; 34,6% ad agosto), complice la forte inclinazione a soggiornare all'aria aperta da parte dei turisti; a settembre invece si registra una ripresa più marcata dell'alberghiero (+ 5 punti percentuali rispetto all'extra).

Il comparto ricettivo italiano, nel complesso, registra oltre 78 milioni di arrivi e 289 di presenze al 2021, in cui "pesa" molto la componente nazionale per via delle restrizioni ai viaggi verso l'Italia ancora presenti. Rispetto al periodo pre-pandemia, la

PARLANDO DELLE PRENOTAZIONI RELATIVE AI PROSSIMI MESI ESTIVI, (LUGLIO-SETTEMBRE), RISPETTO ALL'ESTATE 2021 I PREZZI DI VENDITA DELLE CAMERE SONO:

	Aumento	Diminuzione	Stabilità	Totale
Alberghiero	50,6	2,7	46,8	100,0
Extralberghiero	33,1	2,7	64,1	100,0
Italia	36,4	2,7	60,9	100,0

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

variazione delle presenze è del -33,8%; inferiore quella associata ai flussi italiani (-15,3%), richiamando un turismo domestico forte, nato già nell'estate 2020.

Riprendendo il discorso stagionale, nel 2021 si passa dal -80,0% a gennaio di presenze sul 2019, al -17,2% a luglio e al -5,7% ad agosto; gli italiani contribuiscono attivamente alla riduzione del distacco, con flussi in aumento nel periodo estivo (+4,0% in media tra luglio e agosto) ma anche in autunno (+10,3% a settembre e +7,6% a ottobre),

Piemontescape: ecco il nuovo turismo outdoor

di Annalisa D'Errico

Il Piemonte è un po' **un'esperienza che non ti aspetti**, fatta di borghi antichi e arte contemporanea, città d'arte e panorami unici. C'è l'imbarazzo della scelta tra cime e pianure, colline e laghi, 96 aree naturali protette e 5 siti Patrimonio Unesco. Si può scegliere tra i cammini sui sentieri della spiritualità o tra 20 mila km di percorsi a piedi o in bici. Oppure optare per gli spazi aperti con gli sport della neve, sugli oltre 1.350 km di piste e le 50 stazioni sciistiche. Come districarsi tra tante opzioni e tanta offerta turistica di qualità, soprattutto nelle proposte out-

door? Per rispondere a queste domande è nato **Piemontescape**, la nuova piattaforma regionale di **VisitPiemonte** (la società in-house di Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte) per la valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio, dedicata al turismo all'aria aperta, creata per offrire agli appassionati del genere una visione d'insieme delle diverse attività disponibili sul territorio piemontese. Attualmente la piattaforma è composta da due sezioni (Bike ed Escursionismo) con numerosi percorsi ciclo-escursionistici registrati e ufficialmente riconosciuti dalla Regione Piemonte.



Credits: Bici_Grinzane Cavour_Credits Can't Forget Italy_Archivio Ente Turismo Langhe Monferrato Reero

spingendo sulla destagionalizzazione del turismo. La pandemia colpisce maggiormente il comparto alberghiero che, rispetto al 2019, registra un -39,6% di presenze due anni dopo; meno gravato dai suoi effetti è l'extralberghiero (-23,2%) a fronte dell'ampia varietà di strutture ricettive che vanta, tra cui quelle all'aria aperta che favoriscono il distanziamento sociale e, quindi, la minimizzazione del rischio di contagio.

L'occupazione camere – sia alberghiera che extralberghiera – è più alta nell'estate del 2021, considerando la prima metà dell'anno, ma ancora lontana rispetto a quella pre-pandemia.

Considerando, infine, le ricerche del 2021 sull'Italia per fini turistici su Destination Insights, emerge una maggiore concentrazione nel periodo estivo, denotando un trend fortemente stagionale; complici gli effetti negativi della pandemia nei primi mesi dell'anno, facendo registrare, infatti, meno di

20 ricerche in media. Bisogna attendere la primavera perché la curva si impenni (50 a maggio, 70 a giugno), per poi raggiungere un picco massimo di ricerche ad inizio agosto. A fine mese, però, i valori si dimezzano bruscamente, calando in maniera progressiva fino a sfiorare, con il ritorno dell'inverno, le ricerche di inizio anno (20 a dicembre).

Confrontando questo trend con quello pre-pandemia, spiccano alcuni aspetti rilevanti: nei primi mesi, il volume medio delle ricerche nel 2019 è più alto ma il trend, nel complesso, è stabile fino alle porte dell'estate (tra le 25 e le 30). Il 2021, quindi, si conferma anno della ripresa già in piena primavera, proseguendo in questa direzione sia in estate (+10 ricerche in media ogni mese) sia in autunno; quest'ultimo, nonostante tutto, registra un doppio volume di ricerche sul 2019 (30 a ottobre, 25 a novembre), segnalando una tendenza importante alla destagionalizzazione.

Mirabilia punta sull'oleoturismo

**Interazione con i produttori per scoprire
nel paesaggio che lo circonda cosa c'è dietro
a una etichetta**

di Vito Signati*

Uliveti, frantoi, tavola: nel turismo post Covid, in cui i viaggi si accorciano e diventano sempre più green, si ha voglia di interagire con i produttori, capire cosa e chi c'è dietro un'etichetta. È una splendida opportunità per l'oleoturismo, che ha margini di crescita molto alti, nel nostro Paese: il 69% dei turisti italiani desidera prendere parte a una esperienza olio, ma solo il 37% vi ha partecipato nel corso dei viaggi più



recenti, rivela il Rapporto "La Valorizzazione Turistica dell'Olio" redatto per il 25° anniversario dell'Associazione Nazionale Città dell'Olio.

L'Associazione **Mirabilia**, che mette insieme 18 aree italiane accomunate dalla rilevante importanza storica, culturale e ambientale, da Nord a Sud, con la presenza di 35 siti Unesco Patrimonio Mondiale dell'Umanità, in cui le Camere di commercio diventano driver di un marketing integrato teso a valorizzare il territorio attraverso il turismo culturale e sostenibile, ha individuato nel turismo dell'olio un segmento da seguire con particolare interesse. Sarà la Camera di commercio Venezia Giulia la capofila del network, per dare ai territori associati l'opportunità di valorizzare il turismo attraverso il prodotto olio, legando città d'arte e frantoi, passeggiate negli uliveti e degustazioni guidate, visite ai siti Unesco e scoperta di siti minori territoriali, con un indotto in grado di valorizzare l'olivicoltura italiana, le Dop e Igp, ma anche dare nuova linfa al comparto turistico puntando su cultura e sostenibilità, che sono due dei driver della Rete.

Olio Capitale 2022: il punto di avvio del nuovo percorso

Da Trieste, **Olio Capitale** 2022, **Mirabilia** ha voluto dare un nuovo impulso per lo sviluppo dell'oleoturismo. Venti aziende provenienti da Umbria, Friuli, Veneto, Puglia, Sicilia, Campania, Liguria, Basilicata - con stand e buyer europei dedicati - hanno potuto mettere in campo le loro potenzialità sul versante turistico.

Diversi i produttori più grandi e strutturati, con varietà di olio certificato a denominazione di origine, già partiti con un'offerta turistica qualitativa; altri con strutture ricettive e con attività consolidate di acco-

glienza e promozione; altri ancora in fase di avvio, ma fortemente motivati. "Come azienda presente sul territorio da oltre 20 anni è un piacere poter comunicare e collaborare con le Camere di commercio. Grazie ancora per questa magnifica esperienza di promozione del turismo legato alle nostre pratiche olivicole." Così si è espresso un agriturismo campano. "Siamo agli inizi e Trieste con Mirabilia è stata un'ottima occasione per cominciare a farci conoscere ed entrare nei meccanismi della promozione turistica", ha commentato un operatore sardo.

A Genova un nuovo focus durante Mirabilia Food & Drink

Il prossimo appuntamento è fissato dal 15 al 18 ottobre con la Borsa Internazionale del Turismo Culturale

Il prossimo appuntamento Mirabilia con le aziende olearie è fissato per ottobre a Genova, dove dal 15 al 18 si terranno la **Borsa Internazionale del Turismo Culturale** e Mirabilia Food & Drink, evento che coniuga l'offerta turistica dei siti Unesco e quella del patrimonio enogastronomico tipico della dieta mediterranea, per rendere visibile il collegamento tra territori turisticamente interessanti e la relativa offerta agroalimentare. L'evento di Genova, dedicato ad un pubblico internazionale sempre più

attento ed esigente, potrà rappresentare una opportunità di approfondimento su quanto già emerso in occasione di "Olio Capitale" in relazione alle grandissime potenzialità del turismo dell'olio, con il **Network Mirabilia** che condivide la necessità di dover costruire proposte ampie e segmentate, in grado di stimolare la curiosità e la partecipazione attiva del visitatore.

*Coordinatore dell'Associazione Mirabilia Network



Il Distretto Culturale del Nuorese della Cciaa di Nuoro compie dieci anni

di Valeria Lai

Il **Distretto Culturale del Nuorese** nasce nel 2012 nell'ambito del Master dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, dall'Associazione Dialogo e Rinnovamento, grazie al forte impulso della **Camera di commercio di Nuoro**, con la collaborazione delle Associazioni di categoria, dal Comune di Nuoro e di altri enti pubblici. Dopo dieci anni di attività, il Distretto Culturale del Nuorese è composto da 71 associati, tra comuni, associazioni culturali e di categoria, imprese culturali e cooperative sociali. Il presidente della Camera di commercio di Nuoro, Agostino Ciccalò racconta che "abbiamo svolto un'attività costante di animazione territoriale, di coinvolgimento dei soggetti che si occupano dei luoghi della cultura e, anche grazie agli incontri realizzati nell'ambito del Tavolo dei Musei, abbiamo creato positive sinergie che si sono concretizzate in azioni condivise come la Mappa Turistica dei Luoghi della Cultura, la Start Cup Nènnere e altri con risultati concreti nel territorio". Dal 2016 è attivo il Tavolo dei Musei: 40 realtà

culturali, tra musei, siti archeologici, parchi e altri luoghi della cultura distribuiti in 19 comuni, coordinato da G. Secci del Parco Museo S'Abba Frisca. Le novità dell'anno sono: il DCN Passport che offrirà sconti sui biglietti dei luoghi della cultura, la campagna fotografica nei luoghi della cultura di White Box Studio di G. Vassallo, le illustrazioni dei personaggi del distretto di Daniela Spoto, la realizzazione di modelli digitali 3D con Make in Nuoro e gli itinerari culturali. Particolarmente impegnato fin dagli esordi del Distretto, Antonello Menne, presidente del Comitato Tecnico e Scientifico spiega che "la forza del Distretto è il sistema di rete, il più avanzato in Sardegna e forse in Italia che propone al visitatore un'offerta culturale ampia e diversificata, per adulti, bambini e famiglie e da scoprire tutto l'anno". La realizzazione dei progetti del Distretto è resa possibile grazie alla Camera di commercio di Nuoro, alla Fondazione di Sardegna e alla Regione Sardegna, nell'ambito del Piano di Rilancio del Nuorese.

PA Social Day: la Liguria presenta il panel sulla comunicazione digitale per il rilancio turistico

di Luciano Moraldo

La **Camera di commercio Riviera di Liguria** il 7 giugno ha ospitato per la seconda volta il panel Liguria del PA Social Day, l'evento nazionale organizzato dall'Associazione nazionale PA Social dedicato alla comunicazione e innovazione digitale via web, social, chat e intelligenza artificiale nella PA: una maratona da 19 città, tra cui Savona, e in diretta su Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitch e su www.pasocial.info hashtag #pasocial. La giornata è stata condotta dal presidente dell'associazione Francesco Di Costanzo con il contributo di comunicatori, giornalisti, social media manager, amministratori pubblici, professionisti, manager, enti pubblici, utilities e imprese da tutto il Paese. Tantissimi i temi, tutti connessi a comunicazione e informazione digitale: nuovi strumenti digitali,

opportunità offerte dal Phrr, rapporto tra sanità e cultura, intelligenza artificiale, parole e linguaggi, cibo, sostenibilità, accessibilità e inclusività, identità territoriale, i casi Mad e Green Dad, turismo, archeologia, marketing, riconoscimento delle professionalità, nuovi modelli organizzativi del lavoro. Ha moderato il panel ligure Enrico Molinari, Team coordinator digital promoter Punto Impresa Digitale della Camera di commercio Riviera di Liguria. È possibile rivedere l'incontro al seguente [link](#). Partner di PA Social dal 2020, la Camera di commercio Riviera di Liguria, che si è focalizzata in particolare sul turismo, ha via via ampliato la propria presenza sui social: a giugno 2022 la pagina Facebook ha raggiunto quota 8.307 followers; il canale Twitter 5.756 e quello di Instagram 6.298.

IL SISTEMA CAMERALE ITALIANO

