

Smart Specialisation Strategy nel Settore del Turismo

Marcello Baroni¹

Introduzione

La Regione Toscana, grazie alla naturale bellezza del suo territorio e al cospicuo patrimonio artistico, gode di una forte riconoscibilità a livello internazionale che le consente di essere una destinazione turisticamente ambita, con circa 43 milioni di presenze nel 2012 e 12 milioni di arrivi. La ricaduta per l'economia della Regione, in termini di benefici economici, attrazione per gli investimenti e per l'occupazione è notevole, anche in considerazione dei vantaggi per altri settori, già ampiamente documentati².

Considerata l'importanza economica che assume il turismo per la nostra Regione, andiamo ad esplorare le possibili ricadute che la Smart Specialisation Strategy, al centro delle politiche europee 2014-2020 in Ricerca e Innovazione³, potrebbe avere per questo settore.

Quadro preliminare

L'elaborazione di una strategia di Smart Specialisation, a livello nazionale e regionale, implica una visione strategica e una scelta non neutrale rispetto ai settori economici da cui ci si attendono le maggiori ricadute positive (in termini economici e occupazionali), in conseguenza degli investimenti in Ricerca e Innovazione.

I benefici, diretti e indiretti che si potranno o meno manifestare, sono legati a fattori ponderabili ma dall'esito sempre incerto (predire l'evoluzione tecnologica e di mercato è una scommessa rischiosa).

Una delle questioni preliminari da risolvere è legata alla "concentrazione delle risorse" e alla "verticalizzazione della scelta"⁴. Il criterio che ispira le raccomandazioni comunitarie⁵ considera che tanto maggiore è la concentrazione e verticalizzazione delle risorse, tanto più si potrà sperare di raggiungere quella massa critica capace di attivare i processi tesi al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

La critica che si pone a questo ragionamento, è che da ciò consegue un aumento indiretto del rischio legato alle scelte iniziali in sede di programmazione degli interventi. Infatti se è vero che una maggiore concentrazione e orizzontalità aumenta la dispersione delle risorse, è altrettanto vero che la stessa diminuisce la rischiosità insita nelle scelte iniziali in quanto permette di esplorare ambiti di ricerca e innovazione più ampi e con possibili maggiori ricadute trasversali.

Alcuni fattori determinanti nelle scelte relative alla Strategia di Smart Specialisation da adottare, appaiono essere ben esplicitati in letteratura e nelle relative traduzioni operative,

1 Regione Toscana – Area di Coordinamento Turismo e Commercio

2 Vedasi "conti satellite per il turismo" all'indirizzo: http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02945?category=documenti/ricerche_ONT.

3 Vedasi: http://ec.europa.eu/research/regions/index_en.cfm?pg=smart_specialisation

4 Verticalizzazione implica una scelta che definisce non solo l'area tecnologica di intervento ma anche i settori, sub settori e l'intera filiera che saranno interessati.

5 Comunitarie è il termine che utilizzo per riferirmi alle raccomandazioni della Commissione Europea

(per un approfondimento rimando alla lettura dei vari lavori citati da Foray)⁶.

Ciò che interessa qui prendere in considerazione sono le possibili scelte, attinenti alle Strategie di Smart Specialisation, che possono generare maggiori benefici per il settore del Turismo.

Economia del Turismo e Strategie di Smart Specialisation.

Il settore del Turismo è, in termini economici e occupazionali, un settore molto importante per la Regione Toscana, con una dinamica crescente che vede gli arrivi annuali passare da circa 8 milioni e 800 mila del 1993, a oltre 12 milioni del 2012 e circa 43 milioni di presenze. Si evidenzia come, dal 2008 al 2012, nonostante le crisi occorse, gli arrivi sono aumentati di oltre un milione, mostrando una tenuta maggiore (anche in termini occupazionali) rispetto ad altri settori, grazie anche alla forte componente estera che ha risentito meno della crisi.

La Regione Toscana è una delle parti dell'Italia che prima si è affermata, anche all'estero, come destinazione turistica privilegiata; ciò ha determinato, in particolare in alcuni territori a forte vocazione, una prevalenza delle attività legate a questo settore rispetto ad altri. Il settore ricettivo, ma anche quello legato ai servizi turistici (intermediazione e guide), ha conosciuto negli anni una crescita e poi un consolidamento, pur trovandosi ad operare in un ambiente che, per effetto di mutamenti tecnologici e normativi⁷, ha subito notevoli cambiamenti.

In quanto settore importante e che caratterizza fortemente l'economia regionale, la Toscana ha negli anni operato delle scelte tese a favorire i processi di adeguamento alle trasformazioni che, a livello internazionale, interessavano questo settore. In particolare ha cercato di monitorare le dinamiche in essere, soprattutto le trasformazioni derivanti dalla penetrazione della rete internet e l'informatizzazione crescente⁸, ha promosso l'adeguamento dell'offerta ricettiva, ha costituito una rete di osservatori turistici di destinazione per promuovere una maggiore consapevolezza da parte degli Enti Locali relativamente ai temi del turismo e della sostenibilità⁹. Inoltre si è fatta portatore di interessi comuni che afferiscono le regioni europee a forte vocazione turistica, promuovendo la rete Europea NecsTour¹⁰, riconosciuta a livello comunitario.

Tutto ciò può non essere sufficiente per incontrare la futura domanda (la quale si ricorda è prevista in crescita) e a garantire uno sviluppo del settore in termini economici e occupazionali, in quanto dipendente da fattori solo in parte controllabili.

Già nel recente passato si è constatato quanto gli investimenti operati in Ricerca, Sviluppo e Innovazione possano trasformare il settore dei servizi, in particolare allorché le scoperte o innovazioni che si determinano hanno una forte valenza trasversale: pensiamo al Silicio (Microchip-informatica), ai protocolli di interconnessione (rete internet), alle fibre ottiche (collegamenti veloci), solo per citarne alcuni.

Il settore del turismo è stato uno di quelli che ha potuto avvantaggiarsi particolarmente dalle innovazioni recenti occorse nell'Information e Communication Technology (ICT). In particolare, l'accelerazione nell'utilizzo dei computer anche da parte delle famiglie oltre che

6 Foray Dominique and Goenaga Xavier in "The Goal of Smart Specialisation" 01/2013 European Commission

7 Ad esempio la normativa europea relativa alla liberalizzazione delle professioni ha avuto un evidente effetto negativo sulle professioni turistiche.

8 Per facilitare la conoscenza da parte delle istituzioni e degli operatori è stata costituita la prima Borsa del Turismo Online (BTO) la quale si caratterizza per le sessioni conoscitive/dimostrative oltre che per l'interazione commerciale.

9 Per un approfondimento si veda: <http://www.regione.toscana.it/-/progetto-toscana-turistica-sostenibile-competitiva->

10 Per un approfondimento si veda: <http://www.necstour.eu/necstour/home.page>

delle imprese, nonché la penetrazione della rete internet, ha valso al settore una trasformazione quasi epocale, sia dal lato dell'offerta (nuovi operatori basati sull'online) che della domanda (disintermediazione), per l'incidenza, vedasi in ultimo, Google 2013¹¹. Dunque è da questa esperienza che dobbiamo partire, per esplorare quali oggi possono essere le scelte, attinenti alle strategie di Smart Specialisation, capaci di generare maggiori benefici per il settore del Turismo.

Quali scelte in tema Smart Specialisation.

Ripercorrendo le recenti scelte di politiche del turismo portate avanti da Regioni e Governo, vediamo che una delle preoccupazioni maggiori è stata quella di rincorrere la tecnologia che stava trasformando l'intero settore. Questa rincorsa ha portato a concentrare lo sforzo sugli strumenti di conoscenza e commercializzazione turistica, al fine di adeguare la presenza delle destinazioni turistiche in rete (portali, siti, blog, social network), estendere l'utilizzo e l'adeguamento degli strumenti ICT delle imprese e operatori, agevolare forme di prenotazioni e di booking online. Meno forte finora appare essere stata l'attenzione sul prodotto e sul turista, in un Paese e una Regione di destinazioni turistiche ciò sicuramente necessita di una forte attenzione.

Concentrarsi sul prodotto e sul suo fruitore non introduce di per sé un fattore di innovazione, ma può diventare il fine per cui si ricorre anche alle strategie pensate nell'ambito delle Smart Specialisation, le quali hanno di per sé un orizzonte di possibili applicazioni ampio, abilitando prodotti e servizi diversificati.

Tanto per fare un esempio, l'uso intensivo dei social nella rete non era un aspetto insito nello strumento, ma è diventato uno degli aspetti prevalenti generato con l'introduzione dei protocolli di rete.

Dunque, la questione centrale è da quali set di tecnologie possono derivare maggiori ricadute in termini di qualificazione del prodotto turistico, di miglioramento dell'esperienza turistica, di sostenibilità ambientale e di opportunità di mercato.

Per fare questo, senza scendere troppo nel dettaglio, dobbiamo tenere conto dei cinque principi¹² che dovrebbero essere considerati nella scelta della Smart Specialisation Strategy e che ricordo essere: principio della granularità, scoperta imprenditoriale, le priorità oggi emergenti potrebbero non essere tali per sempre, la Smart Specialisation è una strategia inclusiva, la natura sperimentale delle policy e il bisogno di valutazione.

Pur non volendo esaurire le possibili scelte, cercheremo almeno di dare alcune indicazioni che potranno essere poi estese e approfondite andando a identificare i possibili ambiti tecnologici ad un livello di dettaglio non troppo particolareggiato, ma nemmeno troppo alto, giusta applicazione del primo principio, "granularità"¹³. Nel fare questo dobbiamo anche evidenziare come ci si possa avvantaggiare dei lavori già svolti su questo tema nella nostra Regione¹⁴.

Gli ambiti tecnologici a cui facciamo riferimento sono:

Area 1 "ICT e Telecomunicazioni",

Area 2 "Fabbrica Intelligente",

Area 3 "Nuovi Materiali".

Per questi ambiti vediamo quali possibili attività coinvolte potrebbero avere ricadute nel turismo, fermo restando l'applicazione dei principi di cui sopra.

11 <http://www.oxfordeconomics.com/google/english>

12 Qui riprendo i cinque principi enunciati nel lavoro di Foray Dominique e Goenaga Xavier 2013, teoricamente fondati sui lavori conosciuti in letteratura come "New Industrial Policy".

13 Identifica il livello giusto al quale le priorità sono identificate tra settori e micro-attività

14 A tal fine si rimanda al sito <http://www.sviluppo.toscana.it/fesr/>

- *Ambito tecnologico 1* (ICT e Telecomunicazioni). L'adozione a breve del sistema di telecomunicazioni satellitare Galileo può favorire lo sviluppo di applicazioni per il settore del Turismo e della Cultura. Grazie al fatto che il sistema è capace di abilitare nuovi servizi attualmente non praticabili a causa di problemi di trasmissione (es. segnale debole che non è capace di superare le barriere poste dagli edifici o palazzi in città, noto come effetto tunnel), si possono cogliere delle opportunità di scoperta imprenditoriale, anche con l'ausilio di politiche coordinate che incoraggino le innovazioni tecnologiche. Un altro esempio, sempre nell'Area 1, è rappresentato dalle soluzioni innovative nella microelettronica e nella sensoristica. Queste, in quanto capaci di abilitare servizi intelligenti di trasporto e di mobilità in contesti urbani, possono avere una ricaduta positiva sul turismo, sull'ambiente e sulle attività economiche connesse, in particolare in città che si trovano a gestire una forte presenza turistica stagionale. Il focus non è il settore del Turismo in quanto tale ma le ricadute che dal settore della microelettronica e della sensoristica potranno determinarsi nella gestione per i cittadini e per le autorità pubbliche della mobilità, rendendo meno caotica e più piacevole l'esperienza di viaggio e la conoscenza del territorio. Su questo si veda anche il tema delle 'SmartCity' technology, il quale integra al suo interno: SmartGrid, SmartMobility, SmartWater, Smart Public Services.
- *Ambito tecnologico 2* (Fabbrica Intelligente) i processi di automazione. Lo sviluppo di applicazioni tecnologiche basate sulla domotica, tecnicamente denominate, Smart Building and Homes. Queste possono avere forti applicazioni nel settore della ricettività turistica e più in generale per il benessere dei residenti e dei turisti, in quanto capaci di ridurre i consumi energetici e ambientali grazie a soluzioni "intelligenti" di regolazione dei livelli di temperatura, dei consumi idrici, degli spostamenti interni ed esterni agli edifici. Sempre in questa area ricadono le applicazioni destinate ad un consumo turistico capace di coniugare nuove soluzioni con prodotti e creatività locale. Prodotti della filiera alimentare e artigianale ripensati attraverso il design, la creatività e l'utilizzo di soluzioni innovative, possono generare opportunità di sviluppo locale e occupazionale.
- *Ambito tecnologico 3* (Nuovi Materiali), le innovazioni dei processi in chiave di ecosostenibilità, potrebbero trovare forti applicazioni per i prodotti di consumo giornaliero utilizzati quotidianamente dalle strutture ricettive e legate all'ospitalità turistica. In particolare, la gamma delle soluzioni ipotizzabili potrebbe andare ad incidere enormemente su tutta una serie di prodotti che troviamo nelle camere degli ospiti, nei centri benessere e nelle cucine, con una possibile ricaduta anche nei settori della nautica da turismo e delle crociere.

Conclusioni

Da questi esempi si può già comprendere l'importanza delle scelte relative alla Smart Specialisation e come queste possano essere influenti per lo sviluppo futuro del settore del Turismo. La scelta può essere graduata, andando a mixare la componente di innovazione rispetto a quella in Ricerca e Sviluppo, scegliendo di prediligere la via del follower invece di quella dello scopritore, pesando maggiormente la componente "realità territoriale" rispetto ad un immaginario a cui tendere.

Entrare con questa consapevolezza nel processo decisionale, indirizzando le scelte verso priorità che si ha la consapevolezza possano recare beneficio al settore, agevola l'implementazione futura delle politiche pubbliche e incrementa il valore aggiunto che si produrrà nel territorio.

Si comprende bene che l'ambito di incertezza insita nelle scelte non è trascurabile ma l'applicazione dei principi sopra enunciati, facilita il lavoro: pensiamo all'importanza del principio 4, quello di inclusività, (rilevanza del processo partecipativo), nonché del principio 3, incoraggiamento delle attività di scoperta tecnologica da parte degli imprenditori del settore.