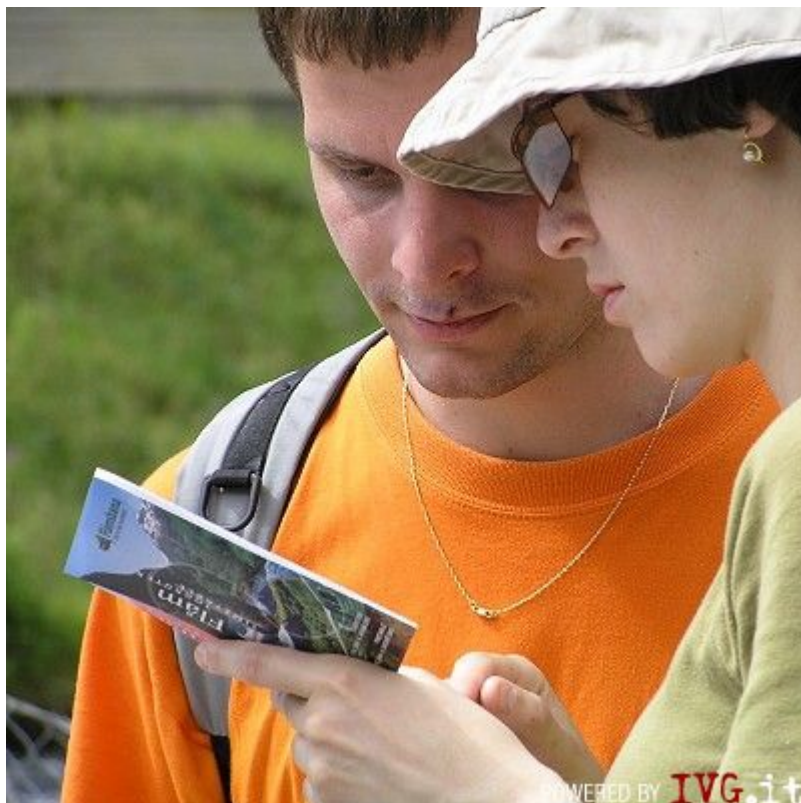


IVG

Regione, progetto Fattore K: tutto pronto per analisi risultati

di Redazione

02 Novembre 2009 - 15:26



[thumb:14918:]Regione. Il progetto Fattore K nelle imprese turistiche si avvia alla fase finale e mercoledì, durante il workshop conclusivo a Genova, arriveranno i risultati. ivano i risultati. Tema dell'incontro sarà: "Il Fattore K nelle PMI Turistiche della Liguria. Investire in conoscenza paga?". Come in Provenza, in Catalogna e in Emilia-Romagna, Toscana e Sardegna, anche in Liguria 100 piccole e medie imprese rappresentative del sistema turistico regionale, tra alberghi, consorzi, tour operator e agenzie, sono state protagoniste in questi ultimi sette mesi di un'inedita attività di ascolto per conoscere vissuti, opinioni e proposte degli imprenditori e per apprendere quali scelte di investimento sono state effettuate nel campo della conoscenza e dell'innovazione. Una prospettiva strategica decisiva per fronteggiare una fase densa di sfide e cambiamenti.

Fattore K ("k" sta per "knowledge", conoscenza) è un progetto interregionale che mette a confronto le performance delle PMI e dei sistemi di quattro regioni italiane (Liguria, Emilia-Romagna, Sardegna, Toscana) con quelle di altre due realtà leader del Mediterraneo, Provenza-Alpi-Costa Azzurra (PACA) in Francia e Catalogna in Spagna. Lo scopo del progetto è individuare buone prassi per orientare scelte istituzionali e di governo, e costruire insieme progetti e strumenti adeguati per competere a livello

internazionale. In Liguria, il progetto si è articolato in cinque macro-azioni che riguardano l'analisi comparata dei risultati di arrivi e presenze, la classificazione delle caratteristiche e delle problematiche dell'offerta, lo studio dei bilanci, delle performance e delle esigenze delle PMI. Tramontata l'epoca degli investimenti pubblici affluenti a vantaggio delle attività produttive contemporaneamente alla globalizzazione dei mercati della domanda e dell'offerta, le PMI del turismo sono la principale leva dei sistemi territoriali per continuare ad attrarre flussi e a generare e a distribuire ricchezza sociale.

Proprio per il loro radicamento e della loro diffusione nel territorio diventa molto conveniente e indispensabile mettere a punto modelli e strumenti per far crescere la capacità competitiva delle PMI turistiche su scala internazionale orientando a questo fine le policy pubbliche e dei vari settori coinvolti. Tutto ciò può avvenire sulla base di tre attenzioni strategiche evidenziate dal benchmarking internazionale: rafforzando le competenze ed evolvendo le conoscenze internamente alle imprese, migliorando i modelli di governance delle infrastrutture materiali e immateriali del contesto di riferimento, strutturando metodi e strumenti di ascolto continuativo di quelle stesse PMI, perché portatrici di esperienze cognitive verso clienti e mercati e nei confronti dei nuovi modelli di acquisto generati dall'evoluzione degli stili di vita. Nei mesi scorsi, promossi dall'assessore al Turismo della Regione Liguria Margherita Bozzano, si sono svolti incontri nelle quattro province liguri e i focus group di lavoro con 250 responsabili delle istituzioni locali, associazioni di categoria, Stl (Sistemi Turistici Locali) e gli esperti di logistica, trasporti e formazione. Una scelta, quella della Regione Liguria, per dare voce alle imprese, orientare e arricchire di contenuti il nuovo portale turistico regionale, costruire nuove formule competitive in termini di organizzazione e integrazione dell'offerta ricettiva, culturale, ambientale e logistica. E il web, che negli scambi turistici registra oltre il 72% degli acquisti di vacanze sarà un tema decisivo degli approfondimenti con le imprese.