

I risultati dell'analisi sulle imprese di Ravenna

L'indagine, coordinata da **ART-ER** con la collaborazione del RTI formato da **PwC Italia**, **Expirit** e **Associazione Startup Turismo**,

L'indagine ha coinvolto un campione rappresentativo del tessuto economico locale, composto da **25 imprese** tra strutture ricettive e stabilimenti balneari, oltre a pubblici esercizi, agenzie di intermediazione, trasporti e realtà culturali. Il 72% erano strutture ricettive e imprese balneari. Il 64% ha una gestione familiare. Sotto il profilo dimensionale, il 68% del campione è rappresentato da micro e piccole imprese.

Partendo dai fabbisogni trasversali delle imprese come quelli di comprendere e intercettare la domanda, offrire servizi sostenibili, ottimizzare i processi e valorizzare il capitale umano l'indagine ha fatto emergere **quattro direttrici trasversali di intervento**:

Conoscere il cliente: da Customer Knowledge a Guest Intelligence:

Il **96%** delle imprese dimostra di conoscere la propria clientela ma fatica a trasformare questa conoscenza in un patrimonio al servizio dell'impresa e quindi trasformarla in progetti e servizi innovativi.

Attualmente, solo il **36%** utilizza un sistema CRM e appena l'**8%** impiega strumenti di *Reputation Management*.

La sfida per le imprese: Trasformare il contatto diretto in un patrimonio informativo strutturato tramite analisi dei dati e *Sentiment Analysis*.

Attrarre: AI e nuovi strumenti per marketing, visibilità e posizionamento

Il 64% delle aziende riconosce il valore dell'intelligenza artificiale ma solo una minima parte riesce ad adottarla concretamente nei processi di marketing, per rafforzare la propria visibilità e acquisire nuovi clienti. Solo il 28% usa infatti strumenti di marketing e comunicazione digitale.

La sfida per le imprese: Passare dall'interesse teorico all'adozione pratica dell'AI per ottimizzare la visibilità sui motori di ricerca, la creazione di contenuti e la comunicazione continuativa e efficace dell'offerta.

Competere attraverso la sostenibilità: sostenibilità come driver delle scelte di innovazione

La sostenibilità è già presente nelle pratiche quotidiane delle imprese, il 92% di loro dichiara, infatti di attuare azioni legati alla circolarità, alla gestione efficiente delle risorse e alla

valorizzazione del territorio, mentre il 76% promuove la mobilità sostenibile ma la difficoltà è quella di rendere queste pratiche misurabili e riconoscibili all'esterno.

La sfida per le imprese: L'obiettivo è rafforzare la misurazione e la comunicazione dell'impatto per rafforzare l'attrattività.

Scalare: digitalizzazione e automazione dei processi operativi

La digitalizzazione è presente, ma resta prevalentemente focalizzata sulla gestione delle attività operative; strumenti previsionali, di monitoraggio e automazione risultano ancora poco diffusi. Il **72%** delle imprese gestisce prenotazioni e vendite con strumenti digitali e il **68%** utilizza gestionali per i processi interni.

Soltanto il **16%** sfrutta software di *Revenue Management* per l'adeguamento dinamico delle tariffe e solo il **4%** adotta le nuove tecnologie per migliorare processi e servizi. Il **36%** riconosce l'utilità di sistemi di monitoraggio delle performance ma non li ha ancora introdotti.

La sfida per le imprese: Automatizzare le attività operative a basso valore aggiunto per liberare tempo e risorse da destinare all'accoglienza e alle relazioni umane.

FOOTPRINTS (FOstering a nEW TOpology of PeoRple INTo Sustainable Tourism) è un progetto europeo di turismo sostenibile guidato dal **Comune di Ravenna** e finanziato dall'iniziativa **European Urban Initiative – Innovative Actions (EUI-IA)**.

Il progetto mira a ridefinire il modello di accoglienza e gestione del territorio, trasformando il visitatore da semplice consumatore di esperienze a "**cittadino temporaneo**" e parte attiva della comunità.