



REGIONE LIGURIA



Camera di Commercio
Genova

Camera di Commercio
Riviere di Liguria
Imperia La Spezia Savona

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE DELLA LIGURIA

RAPPORTO ANNUALE 2022

Redatto nel mese di aprile 2023

a cura di



Camera di Commercio
Genova

Sommario

Premessa	3
1. Indagine annuale di customer satisfaction	4
2. Misurazione del valore aggiunto del turismo	7
3. Indagine sulla redditività delle imprese turistiche ricettive	8
4. Studio tempestivo sui ponti e sui periodi festivi.....	10
5. Approfondimento sul turismo verde e sostenibile	11
6. Studio sui costi dell'energia e del gas nel settore turistico	13
7. Attività di informazione e assistenza agli operatori turistici	14
8. Attività di coordinamento, condivisione con gli stakeholders del territorio	15
9. Attività di comunicazione.....	16

Premessa

l'Osservatorio Turistico della Regione Liguria, attivo dal 2008, si pone i seguenti obiettivi:

- indagare il fenomeno nelle sue dimensioni di mercato, evidenziandone le dinamiche e le tendenze in corso;
- conoscere le caratteristiche della domanda attuale e potenziale, focalizzando l'attenzione sui singoli mercati di origine dei flussi turistici;
- fornire agli stakeholders del territorio le informazioni statistico-economiche in modo tempestivo e costante, garantendo agli amministratori un supporto fondamentale per la conoscenza dei risultati raggiunti e per le scelte della programmazione turistica, e alle imprese un sostegno su come adeguare e sviluppare la propria offerta e le forme di promozione.

Lo scopo è di fornire informazioni utili sia alle istituzioni che agli operatori per comprendere quanto l'ospite utilizzi ed apprezzi i servizi erogati sul territorio ed il corrispondente livello di qualità, nonché valutare il giro d'affari apportato dal turismo nell'area, l'impatto economico attivato direttamente sul territorio e le ricadute economiche del turismo sugli altri settori economici della regione.

Il presente rapporto contiene una sintesi dei rapporti di ricerca realizzati nel corso del 2022.

1. Indagine annuale sulla customer satisfaction

La rilevazione sulla customer satisfaction, svolta durante il periodo 8 luglio - 1 ottobre 2022, ha fornito un quadro generale per comprendere meglio le dinamiche del settore e le preferenze dei turisti che hanno soggiornato sul territorio regionale.

L'indagine ha permesso di individuare il profilo del "turista medio" basato appunto sui comportamenti, sulle preferenze e sulle componenti della spesa effettuata durante il periodo di vacanza sul territorio regionale.

Grafico 1 – L'Identikit del turista medio in vacanza in Liguria



Il turista che visita la Liguria è principalmente italiano e proviene da un'altra regione, visita la nostra regione per piacere o per svago, ed è attratto prevalentemente dalle località balneari, viaggiando soprattutto insieme al proprio partner.

Tabella 1 - Provenienza del Turista (in numeri assoluti)

Provenienza	Escursionista	Turista	Totale complessivo
Italiano non ligure	165	799	964
Ligure	276	74	350
Straniero	34	577	611
Totale complessivo	475	1.450	1.925

Fonte: Elaborazioni Settore Statistica su Indagine Customer Satisfaction Regione Liguria

Tabella 3 - Destinazione per provenienza del turista (valori espressi in %)

Destinazioni principali	Italiano non ligure	Ligure	Straniero	Totali
Città	15,6	10,4	27,9	19,4
Località balneare	79,9	82,2	59,1	72,5
Montagna	3,4	3,0	6,5	4,5
Campagna	0,6	3,8	1,9	1,6
Parco naturale	0,2	-	4,3	1,7
Agriturismo	0,1	-	0,1	0,1
Crociera	-	-	-	0,0
Altro	0,3	0,5	0,2	0,3
Totale complessivo	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborazioni della Struttura Statistica di Regione Liguria

Per raggiungere la propria meta utilizza l'auto privata e per il periodo medio di vacanza che passa in Liguria (tra i 7 giorni e le due settimane) soggiorna in albergo o in abitazioni di proprietà.

Tabella 7 - Categoria e Tipologia di alloggio per provenienza del turista (valori espressi in %)

Categoria	Tipologia di alloggio	Italiano non ligure	Ligure	Straniero	Totali
Alloggio Ufficiale	Albergo, Pensione, Albergo Diffuso	15,70	5,30	36,10	23,40
	Bed & breakfast, Case Vacanze, Ostello	10,70	5,30	28,90	17,80
	Campeggio, Villaggio Turistico	3,70	5,30	8,30	5,70
	Agriturismo	0,40	1,30	0,50	0,50
	Abitazione in affitto	17,70	8,00	12,50	15,10
	Altra struttura collettiva	0,90	-	0,20	0,50
Alloggio Non Ufficiale	Ospite di amici e parenti	15,00	29,30	7,20	12,60
	Abitazione di proprietà	35,30	45,30	4,70	23,40
	Altro	0,60	-	1,70	1,00
Totale complessivo		100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Elaborazioni Settore Statistica su Indagine Customer Satisfaction Regione Liguria

Il turista risulta mediamente soddisfatto del soggiorno trascorso in vacanza, restando particolarmente colpito dalle bellezze ambientali e dal paesaggio che offre la Liguria. L'aspetto che ha soddisfatto di meno l'ospite nazionale è stato il costo complessivo del soggiorno.

Tabella 9 - Giudizi di preferenza sulle attrazioni regionali per provenienza del turista (valori espressi da 0 a 10)

Attrazioni	Italiano non ligure	Ligure	Straniero	Totali
Paesaggio	8,6	8,8	8,7	8,7
Offerta culturale	7,3	7,1	7,8	7,5
Accoglienza	7,2	7,3	8,0	7,5
Costo vita	6,5	6,6	7,4	6,8
Città	7,4	7,3	7,6	7,5
Intrattenimento	7,1	6,8	7,4	7,2
Qualità strutture	7,6	7,5	7,9	7,7
Qualità servizi	6,9	6,2	7,3	7,1
Ristorazione	7,9	8,2	8,4	8,1
Media complessiva	7,4	7,3	7,8	7,6

Fonte: Elaborazioni Settore Statistica su Indagine Customer Satisfaction Regione Liguria

Il turista nel corso dell'estate 2022 ha speso in media circa euro 136,00 a persona al giorno. In particolare tra i turisti che passano almeno una notte in Liguria, gli stranieri sono più propensi a spendere rispetto agli italiani, diversamente non si riscontrano grandi differenze tra la spesa media per la categoria degli escursionisti.

La spesa sostenuta per l'alloggio mette in evidenza come cambiano in media i consumi legati all'utilizzo delle diverse tipologie di struttura in cui il turista passa la propria vacanza. La spesa media a persona per gli alberghi si attesta intorno a 76,00 euro mentre per i Bed & Breakfast e similari circa si ferma a 50,00 euro e per l'abitazione in affitto si scende a circa 38,00 euro.

Tabella 11 - Spesa media per Alloggio per provenienza del turista (valori espressi in euro)

Spesa per Alloggio	Italiano	Straniero	Totali
Albergo, Pensione, Albergo Diffuso	79,2	74,6	76,4
Bed & breakfast, Case Vacanze, Ostello	54,8	48,2	50,4
Campeggio, Villaggio Turistico	15,1	23,0	19,7
Abitazione in affitto	37,4	41,1	38,6
Altra struttura collettiva	37,8	16,7	30,7
Media complessiva	52,0	54,9	53,6

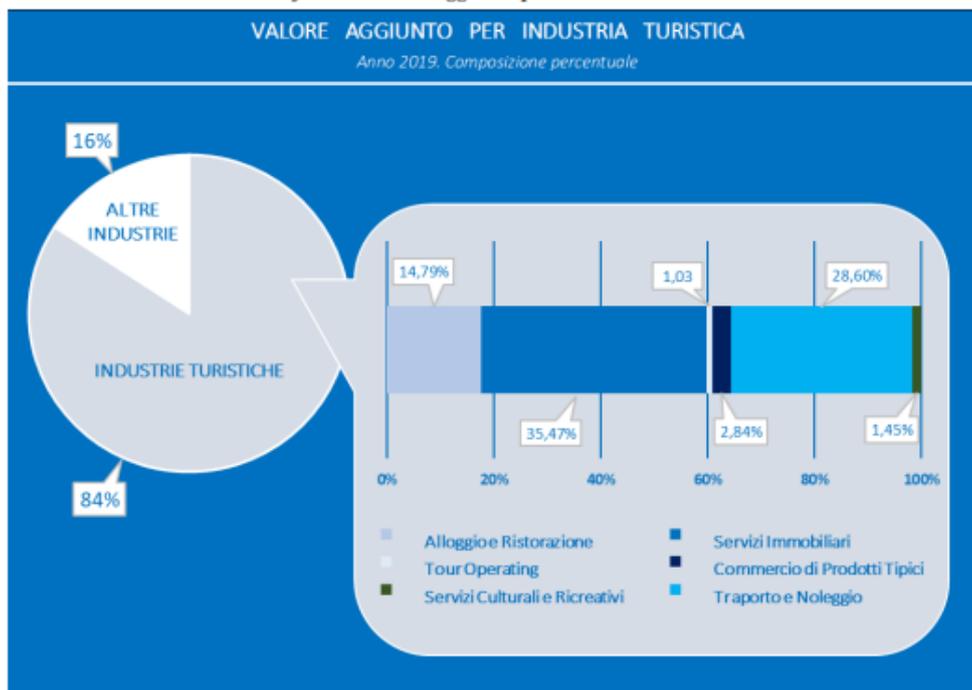
Fonte: Elaborazioni Settore Statistica su Indagine Customer Satisfaction Regione Liguria

2. Misurazione del valore aggiunto del turismo

Uno degli obiettivi principali del Conto Satellite del Turismo è quello di mettere in relazione domanda e offerta turistica all'interno del quadro contabile dei conti nazionali e conseguentemente di determinare il valore aggiunto del turismo (VAT), ossia il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici. Per determinare il valore aggiunto del turismo bisogna considerare in primo luogo il valore aggiunto generato dall'insieme delle industrie attive nelle attività economiche riconducibili al turismo, che nel 2019 è stato di 16,3 miliardi di euro, pari al 35,9% del totale. Le imprese considerate sono più di ventiduemila ottocento (22.800), di cui il 79% è costituito da microimprese con al massimo 4 addetti, che corrispondono a più di 135.000 posizioni lavorative, distinte in circa 91 mila dipendenti e oltre 43 mila indipendenti. Tale componente lavorativa rappresenta il 17,6% dell'occupazione regionale totale. Il valore aggiunto prodotto da queste attività economiche, tuttavia, è generato da una produzione di beni e servizi non totalmente imputabile al turismo come, ad esempio, le spese per ristorazione effettuate dai residenti per motivi non turistici. Inoltre, esso non include il valore aggiunto attivato dalla domanda turistica in tutte le attività economiche non direttamente riconducibili al settore. Il valore aggiunto turistico derivante dalla sola quota turistica delle industrie strettamente turistiche e di tutte le altre che compongono l'intera economia, si attesta sui 5 miliardi di euro, pari all'11% del valore aggiunto totale ligure.

Le attività economiche che hanno contribuito maggiormente alla componente del valore aggiunto turistico sono quelle caratteristiche del turismo (84%). All'interno del settore si configurano tre principali macro-settori: il settore dei servizi immobiliari (comprendente i servizi ricettivi relativi all'uso di seconde case di proprietà) con il 35,5%, le attività di trasporto (ferroviario, su strada, marittimo e aereo per passeggeri) e noleggio mezzi con il 28,6% e il settore dell'alloggio (al netto dei servizi immobiliari) e della ristorazione che genera il 14,8% del valore aggiunto del turismo. Il restante valore è ripartito principalmente tra il commercio al dettaglio di prodotti tipici (2,8%), i servizi culturali e ricreativi (1,4%) e le attività dei tour operator (1%).

Grafico 2 – Valore Aggiunto per Industria Turistica



3. Indagine sulla redditività delle imprese turistiche ricettive

La quarta edizione del rapporto sulla redditività degli alberghi liguri esamina il quinquennio che va dal 2016 al 2021. Tale periodo comprende l'esercizio 2020, segnato dallo scoppio della pandemia da Covid-19, che ha determinato un forte calo nelle presenze di turisti in Liguria. Il 2021, in seguito all'allentamento delle restrizioni imposte dalla pandemia, mostra una generale ripresa del fatturato (valore medio in aumento dell'89%), del fatturato per camera (valore medio in aumento del 64%) e dei margini conseguiti (valore medio del risultato operativo che torna in territorio positivo) rispetto al 2020. Mentre i livelli di fatturato non sono tornati ai livelli pre-pandemici, i margini conseguiti nel 2021 risultano i più elevati dell'arco temporale esaminato. Le imprese alberghiere liguri, inoltre, appaiono poco indebitate e in grado di sostenere le spese per interessi passivi connesse con il rimborso di tali debiti.

La ripresa del 2021 ha interessato in particolare modo gli hotel maggiormente colpiti dal calo dei flussi turistici di tipo culturale, congressuale e per trasferte di lavoro nel 2020. Tale circostanza è riflessa nel maggiore aumento del fatturato per camera e dei margini registrato tra il 2020 e il 2021 dagli hotel situati nel Comune di Genova rispetto a quello degli hotel della Riviera e nel forte aumento di fatturato che caratterizza gli hotel a 4 (+57% nel valore medio e +63% nel valore mediano) e 5 stelle (+132% nel valore medio e +84% nel valore mediano) nel periodo. Tutte le tipologie di hotel mostrano, nel 2021, una buona solidità dal punto di vista finanziario, mostrando bassi livelli di indebitamento.

Suddividendo gli hotel per provincia, si nota come in tutte le zone si siano registrati un aumento del fatturato e dei margini, con Genova in testa (+88% nel fatturato medio e +90% in quello mediano). Anche in questo caso, il maggiore aumento può essere dovuto alla forte spinta subita dal turismo di tipo culturale, congressuale e per trasferte di lavoro, mentre le altre provincie, che avevano resistito meglio nel 2020 grazie al turismo ricreativo e balneare, mostrano un miglioramento delle performance più contenuto.

Nell'ambito dello studio è stata condotta una analisi volta a valutare gli alberghi liguri sulla base di una comparazione con realtà simili per flussi turistici e numero e tipologia di strutture ricettive. A tale proposito gli alberghi del Comune di Genova sono stati confrontati con gli alberghi del Comune di Torino, mentre gli alberghi della riviera ligure sono stati posti a confronto con quelli della Versilia. L'analisi di benchmark mostra una superiore performance delle imprese liguri. Gli hotel di Torino evidenziano una ripresa di fatturato superiore a quella degli hotel di Genova (+114% nel valore mediano), ma una peggiore capacità di conseguire margini e, conseguentemente, di remunerare gli investimenti. Gli hotel della Versilia, al contrario, mostrano margini simili a quelli degli alberghi della Riviera ligure ma una ripresa del fatturato più lenta (+29,8% nel valore mediano).

La fotografia che emerge mostra una decisa ripresa degli alberghi liguri dopo la crisi del 2020, nonostante il 2021 sia stato comunque caratterizzato da restrizioni alla libertà di circolazione. La ripresa, che si accompagna a elevati livelli di redditività e a una buona solidità finanziaria, è dovuta alla crescita dei flussi turistici a livello globale e al miglioramento della situazione epidemiologica relativa al SARS-CoV2. Tuttavia, nuovi fattori, come la guerra in Ucraina scoppiata nel 2022 e i livelli inflazionistici, minacciano il comparto alberghiero, che dovrà rispondere a tali sfide per mantenersi competitivo nel prossimo futuro.

4. Studio tempestivo sui ponti e sui periodi festivi

L'Osservatorio, tramite questa indagine, mira a fornire una rilevazione tempestiva dell'andamento del comparto alberghiero nei ponti e nei periodi festivi, avvalendosi di un Panel di Operatori esperti di settore, in grado di leggere le tendenze in atto e darne interpretazione critica. L'indagine è stata realizzata intervistando in occasione di ogni occorrenza festiva un Panel di albergatori, scelti in quanto rappresentativi di tutto il territorio ligure e perché in grado di tracciare l'andamento della domanda in Liguria.

Le date coinvolte nella rilevazione telefonica sono state le seguenti:

- 16/17/18 aprile Pasqua 2022
- 23/24/25 Aprile 2022 Liberazione
- 30 aprile/1 Maggio 2022 Festa del Lavoro
- 2/3/4/5 Giugno 2022 Festa della Repubblica
- 13/14/15 Agosto 2022 Ferragosto
- 29/30/31 ottobre/1 Novembre 2022 Ognissanti
- 8/9/10/11 Dicembre 2022 Immacolata
- 24/25/26 Dicembre 2022 Natale
- 31 Dicembre 2022/1 gennaio 2023 Capodanno
- 6/7/8 Gennaio 2023 Epifania

Il campione degli alberghi da contattare è stato fornito direttamente da Regione Liguria e comprendeva 25 strutture distribuite fra le 4 province, da 3 a 5 stelle e rappresentative di una ampia gamma di attività, dall'albergo diffuso in borgo dell'entroterra al residence per famiglie in località di mare, dall'Hotel business in centro città all'hotel di charme in località esclusiva.

In sintesi gli albergatori si sono ritenuti soddisfatti dell'affluenza di turisti nella propria struttura rispetto al 2021, in particolare durante le festività pasquali e il ponte del 2 giugno. Da segnalare, inoltre, l'ottima performance delle presenze nelle strutture ricettive nel ponte di Ognissanti, soprattutto nella provincia di Genova.

5. Approfondimento sul turismo verde e sostenibile

Lo studio, realizzato dal gruppo di ricercatori di SMART&GREEN-Centro di ricerca e formazione per la valorizzazione territoriale afferente al Dipartimento di Scienze Politiche e Internazionali dell'Università di Genova, ha come obiettivo un approfondimento sulle modalità di monitoraggio del turismo verde e sostenibile in Liguria. Tale esigenza nasce come approfondimento dal precedente Studio sul Turismo Verde e Sostenibile realizzato lo scorso anno.

Il principale scopo del presente lavoro è quindi quello di avviare un percorso di monitoraggio del patrimonio e delle attività che permettono lo sviluppo del turismo verde e sostenibile in Liguria tramite la messa a punto di un set indicatori costruiti utilizzando dati open source. Si tratta pertanto di una prima sperimentazione sicuramente perfezionabile che permette però di testare a livello comunale sulla base di dati quantitativi il grado di sviluppo dell'offerta green nel territorio ligure.

Sono state individuate 5 specifiche componenti (caratterizzante, sportiva, culturale ed enogastronomica, ricettiva, proattiva) formate da singoli indicatori (22 complessivi) che hanno permesso di calcolare quello che è stato definito Indice di Turisticità Verde e Sostenibile (ITV), applicato a livello comunale. La scala comunale ha poi permesso di analizzare i dati aggregando specifiche tipologie di località e aree geografiche.

Gli indicatori sono stati ovviamente scelti in funzione della congruenza con le diverse componenti, ma anche in funzione della loro reperibilità. Si tratta di risorse open source il cui accesso non è vincolato a richieste particolari in modo tale che possano essere aggiornate in modo agevole e con un investimento minimo. Le fonti sono per quanto possibile provenienti da enti pubblici o istituti di ricerca di rilevanza nazionale ma anche portali specializzati sui temi del turismo verde e culturale.

I dati raccolti sono poi stati pesati e per ciascuna componente è stato calcolato un indice sintetico derivato dalla somma dei punteggi ottenuti nei singoli indicatori. Sommando gli indici sintetici delle cinque componenti è stato ottenuto l'Indice di Turisticità Verde e Sostenibile a scala comunale.

Complessivamente al termine dell'analisi congiunta si può affermare che dalla considerazione degli aspetti quantitativi ricavabili dall'indice ITV emergono con posizioni di forza relativa per il turismo verde all'interno della regione i comuni dell'Alta Via della provincia di Imperia e dell'area metropolitana di Genova e i Comuni Costieri della stessa Genova e quelli della provincia della

Spezia, con la citata eccellenza della ricettività verde per questa provincia. La provincia di Savona, pur avendo singoli comuni di eccellenza sembra non costituire massa critica sul piano regionale

Questa la graduatoria dei primi 23 comuni in base all'ITV:

Tabella 3 – Punteggio dell'ITV dei primi 23 comuni e indicazione del cluster di appartenenza

	Comune	ITV	Alta Via	Costieri
1	Arenzano	81,0	✓	✓
2	Triora	80,0	✓	
3	Genova	75,0	✓	✓
4	Cogoleto	74,0	✓	✓
5	Borzonasca	72,0	✓	
6	Pigna	71,0	✓	
7	Santo Stefano d'Aveto	71,0	✓	
8	Varazze	67,0	✓	✓
9	Rezzoaglio	67,0	✓	
10	Torriglia	67,0	✓	
11	Ameglia	67,0		✓
12	Sassello	64,0	✓	
13	Campo Ligure	63,0	✓	
14	Sesta Godano	60,0	✓	
15	Busalla	58,0	✓	
16	Camogli	58,0		✓
17	Rapallo	58,0		✓
18	Ne	57,0	✓	
19	Mendatica	56,5	✓	
20	Ronco Scrivia	56,0	✓	
21	Ventimiglia	54,5		✓
22	Portovenere	54,0		✓
23	Santa Margherita Ligure	53,0		✓

6. Studio sui costi dell'energia e del gas nel settore turistico

Ref Ricerche ha realizzato un'analisi di impatto del costo dell'energia elettrica e del gas sulle imprese turistiche in Liguria.

Si è partiti da un'analisi territoriale sulle strutture turistiche esistenti (servizi di alloggio e di ristorazione) e sui flussi turistici.

La ripartenza del turismo legata al superamento delle conseguenze della pandemia sulla libertà di spostamento con tassi di crescita maggiori per le presenze straniere (che però erano state più penalizzate di quelle domestiche nel corso del biennio precedente e conseguentemente non raggiungono ancora i livelli pre pandemici), ha determinato una decisa ripresa dell'occupazione sia nell'alloggio che nella ristorazione anche in Liguria.

In Liguria il consumo necessario per produrre 1.000 euro di valore aggiunto nel settore turistico è pari a 159 Kwh contro i 182 a livello nazionale; il dato può essere letto come un miglior efficientamento dei consumi da parte delle imprese liguri, in grado di rispondere meglio ai forti aumenti registrati dalle bollette negli ultimi mesi, in particolare durante il IV trimestre '22. Tali incrementi hanno determinato la crescita del peso in bolletta del costo della materia prima tra l'inizio del 2019 e il IV trimestre 2022 dal 34,3% al 73,8% per l'energia elettrica, così come avvenuto anche nel caso del gas con la crescita di tale componente di costo dal 49,6% all'84,2% nel periodo corrispondente.

Le bollette più elevata per tutte le tipologie di esercizio considerate sono arrivate agli operatori nel corso del IV trimestre con picchi nell'energia elettrica di 33.992 euro per un B&B con un consumo di 50 MW/anno, di 23.907 per un ristorante (35 MW/anno), di 14.000 per un bar (20 MW/anno) e di 621.774 euro per un albergo (100 MW/anno), come risultanti dei massimi raggiunti da PUN nel corso del III trimestre. Nei primi tre casi si tratta del prezzo di maggior tutela in quanto per le fasce di consumo considerato tali condizioni approssimano meglio il costo delle offerte, per l'albergo invece si tratta di prezzo sul mercato libero. Nel caso del gas i massimi si registrano a dicembre '22 vista l'introduzione a partire da ottobre delle tariffe mensili e non più trimestrali (10.220 €, 6.007 €, 3.339 € e 50.032 € per i profili ricordati poco sopra con consumi rispettivamente di 6.500, 4.000, 2.200 e 28.000 mc/anno). I primi segnali sul nuovo anno indicano una tendenza ribassista, ma pur sempre su livelli decisamente superiori agli andamenti storici antecedenti l'estate-autunno 2021.

7. Attività di informazione e assistenza agli operatori turistici

In merito all'attività di informazione e assistenza agli operatori turistici, il Sistema Camerale Ligure ha provveduto a:

- aggiornare con cadenza bimestrale la pagina web dedicata alle informazioni riferite ai programmi UE e regionali di interesse per gli operatori turistici e segnalando opportunità di collaborazione con l'estero
- informare dell'aggiornamento di questa pagina dedicata gli operatori turistici e le amministrazioni locali tramite la Newsletter dell'OTR

8. Attività di coordinamento, condivisione con gli stakeholders del territorio

Tramite il Sistema Camerale, l'Osservatorio ha attivato una serie di servizi relativi all'assistenza tecnico-scientifica e alla comunicazione. Tra queste:

- supporto organizzativo a vari livelli (tecnico, scientifico e operativo) per rispondere alle esigenze conoscitive e di comunicazione dell'OTR;
- supporto tecnico per rispondere alle esigenze conoscitive degli utenti e degli stakeholders dell'OTR;
- supporto scientifico per la presentazione delle indagini nei momenti di comunicazione e nei momenti di interesse;
- segreteria tecnica e organizzativa;
- attività di redazione dei documenti di divulgazione a vari livelli e di segreteria tecnica e organizzativa;
- coordinamento nell'inserimento in rete dei dati, informazioni e ricerche;
- coordinamento delle attività di relazione tra gli uffici stampa per la necessaria assistenza scientifica e tecnico-statistica;
- realizzazione di 7 newsletter per la diffusione delle attività e degli studi dell'OTR e di flash-news per la diffusione dei dati mensili sul movimento turistico;
- continuità nell'informazione e nell'aggiornamento sullo stato delle attività in essere.
- gestione mailing list contatti dell'OTR, comprendente soggetti del ricettivo, istituzioni, sistema camerale, mondo associativo, etc;

9. Attività di comunicazione

È proseguito il servizio di newsletter avviato nel 2011 indirizzato ad una selezione di contatti fra soggetti del ricettivo alberghiero ed extra-alberghiero (secondo gli elenchi regionali aggiornati), istituzioni, Sistema Camerale, soggetti afferenti all'Università e al mondo della cultura, e associazioni di categoria. La mailing list aggiornata ammonta a circa 7.000 contatti.

Nel 2022 inoltre, l'OTR ha continuato l'attività iniziata nel 2016, di diffusione della Newsletter "breve" (Flash News) che porta a conoscenza del pubblico i dati regionali REMOVCLI appena questi vengono resi pubblici, ed alcune notizie puntuali meritevoli di una rapida diffusione (in genere bandi o iniziative a scadenza).

Nel 2022, è proseguito il servizio di Comunicati Stampa per i mass media, avviato nel 2011. I comunicati sono diffusi dopo la conclusione dei diversi documenti realizzati dall'Osservatorio, oppure per dare visibilità a notizie di rilievo per il comparto turistico. I Comunicati raggiungono le principali testate (anche web) e tv locali. La mailing list si compone di oltre 300 contatti.

Infine, dal 2019 la Camera di Commercio di Genova si è dotata di un canale Youtube, dedicato a dar visibilità a video e webinar realizzati a cura del Sistema Camerale nei diversi ambiti di operatività dell'Ente. Fra questi ampio spazio è dedicato al turismo.