

**ALLEGATO A alla Dgr n. 983 del 28 luglio 2015****Progetto Buy Veneto 2015****Premessa**

La situazione del mercato turistico del Veneto nell'anno 2014, di cui sono ad oggi disponibili i dati fino a tutto il mese di ottobre, mantiene un forte flusso di arrivi (9.966.027 stranieri e 4.970.044 italiani) per un totale di 14.936.071 arrivi e 58.603.063 presenze di cui 33.757.943 di provenienza straniera e 18.845.120 italiana.

In attesa di un più preciso raffronto sul dato complessivo annuale, emerge con evidenza la valenza dei flussi di turismo straniero che risulta praticamente doppio di quello italiano e che dimostra la validità e necessità di rafforzamento sia dell'immagine che delle azioni commerciali verso i mercati esteri, che possono compensare le perdite di turismo nazionale o anche di altri Paesi la cui condizione di crisi economica e contrazione dei consumi è paragonabile a quella italiana.

Va pur sempre rilevato che il mercato turistico a livello mondiale continua a caratterizzarsi per mutevolezza di scenari in grado di condizionare i mercati e i movimenti turistici di intere aree geografiche. A partire dal 2000 è in ogni caso cresciuto il numero di arrivi in Veneto (+ 9% del mare, ma + 59,7% il lago) mutando però la composizione della clientela ove, ad esempio, nelle città d'arte è costituita per il 70% da stranieri (63% nel 2000) mentre nelle terme i connazionali, sempre rispetto al 2000, passano dal 43% al 65% (raffronto su dati 2013).

Si conferma l'evoluzione e il mutamento di richieste, destinazioni, gusti e modi del fare vacanza, e complessivamente gli scenari dell'offerta turistica attraverso nuove mete e nuove proposte, obbligando il comparto turistico ad una sempre più accentuata diversificazione e ad una migliore qualità dei servizi, unitamente alle qualità intrinseche del prodotto che solo superficialmente sembrerebbe immutabile in quanto legato a caratteristiche climatiche, territoriali e storico-artistiche, ma che invece si evolve in rapporto alle esigenze del consumatore ed alle abitudini e bisogni di un turista con provenienze diverse da quelle "classiche". Le politiche regionali infatti puntano a una sempre più accentuata integrazione delle specificità ed eccellenze territoriali, prime fra tutte quelle culturali ed enogastronomiche che da sole rappresentano elementi trainanti del sistema veneto e italiano in generale ampliando la gamma di offerta e le attrattive che determinano la scelta della destinazione Veneto da parte del turista straniero.

Le previsioni di crescita del settore, a fronte di un movimento turistico mondiale che coinvolge ormai quasi 1 miliardo di persone, non possono dar luogo a facile ottimismo quando si pensi che a questa valutazione fanno riscontro effetti molto differenziati a seconda delle specifiche situazioni economiche, delle singole aree geografiche e dei paesi, tanto da prefigurare uno scenario di *stop and go* ancora marcato e che non necessariamente vede l'Italia ed il Veneto quali competitors privilegiati soprattutto sul piano dei prezzi, del sistema logistico e della qualità dell'offerta di servizi.

Il sistema turistico italiano e veneto deve anche misurarsi con una concorrenza internazionale che, se non ha certo potuto scalzare la validità del nostro mix territoriale, costituisce pur sempre un elemento di riflessione che induce ad elaborare politiche di penetrazione sui mercati sempre più complesse e articolate.

Nel 2014 e nel primo scorcio del 2015 si è assistito tuttavia a segnali di ripresa nell'area Euro, con confortanti previsioni per il sistema Italia, anche se rimane problematico il recupero di clientela italiana, mentre risulta possibile l'attesa di ulteriori positivi risultati dalla clientela straniera.

Expo 2015

Il 2015 diviene anche un anno importante i flussi turistici correlati all'Expo, laddove il Veneto, sia per la vicinanza a Milano, sia per l'attrattività della propria gamma di offerta, può attendersi positive ricadute in termini di un ulteriore flusso di tutti quei visitatori stranieri che, recandosi all'Expo, prevedibilmente programmeranno estensioni turistiche su altre aree italiane, fra le quali il Veneto potrà trarre notevoli frutti anche in termini di sviluppo dei rapporti con tour operators stranieri ai quali l'edizione 2015 di Buy Veneto offrirà l'opportunità di concludere nuovi rapporti d'affari per gli anni a venire grazie anche all'effetto "traino" del tema dell'Expo che richiama l'attenzione e la motivazione di viaggio basata sul turismo enogastronomico, sul gusto e sullo stile di vita.

Buy Veneto

In questo contesto la validità di Buy Veneto conferma la sua valenza specifica di progetto di marketing territoriale che presenta e valorizza il territorio nel suo complesso, al fine di poter commercializzare le destinazioni venete influenzando direttamente la domanda italiana ed estera.

Buy Veneto è un appuntamento ricorrente (quest'anno giunge alla quattordicesima edizione) che mette a confronto gli operatori della domanda estera provenienti da Paesi stranieri, cioè coloro che acquistano vacanze in Veneto, e gli operatori dell'offerta veneta, cioè coloro che vendono i pacchetti organizzati o i viaggi individuali sui mercati esteri.

Il primo dato che emerge dalla ricerca effettuata nell'indagine di customer satisfaction commissionata per l'evento che ogni anno viene effettuata alla fine delle contrattazioni, è che, anche per il 2014, la destinazione "Veneto" ha avuto ampio spazio nei cataloghi dei tour operator stranieri. La ricerca poi promuove ancora a pieni voti il workshop internazionale sul Turismo "Veneto for You", con un elevato indice di gradimento sull'utilità, la qualità, l'organizzazione e la formula del workshop, considerato un momento commerciale essenziale per l'offerta delle vacanze in Veneto.

Assumerà particolare rilievo la rilevazione e il consolidamento dell'offerta turistica rivolta ai flussi di visitatori dell'Expo 2015, per i quali certamente il Veneto può continuare a costituire una mèta di estremo interesse anche per il futuro. Altrettanto è ipotizzabile per gli eventi celebrativi del Centenario della Prima Guerra Mondiale i cui effetti parimenti andranno testati e consolidati.

Analisi dei Buyers stranieri

Dalle risposte ricevute emerge come Veneto for You sia decisamente molto apprezzato dalla grande maggioranza dei Buyers stranieri. La qualità degli stessi è dimostrata dall'elevato ruolo che la quasi totalità dei buyer presenti ricopre all'interno delle rispettive aziende, permettendo così agli stessi di concludere rapporti d'affari con i seller che presentano delle offerte interessanti.

Anche il fatturato delle rispettive aziende è molto elevato, a dimostrazione che si tratta di grossi Tour Operator, così come il volume di affari che ci si attende, visto l'elevato numero di contatti avuti e le percentuali elevate di contatti ritenuti utili per le rispettive aziende.

Tra i partecipanti alla passata edizione si evince come "Veneto for You" sia un appuntamento di prim'ordine per la commercializzazione del prodotto Veneto, poiché ben l'81,3% dei buyers presenti dichiara di aver incrementato le vendite del prodotto turistico veneto.

Considerando che solo una minoranza ha espresso suggerimenti per migliorare la prossima edizione, è da ritenere che l'attuale format di "Veneto for You" sia certamente apprezzato dalla grande maggioranza dei Buyer che peraltro, hanno espresso nel 44,2 % dei casi un giudizio di "ottimo" per l'evento e nel 25,4% dei casi di "buono", mentre il resto lo ha giudicato "sufficiente". Inoltre il 72,5 % dei buyers ha confermato che l'offerta è stata perfettamente in linea con le richieste, mentre per il 21,7 % degli stessi l'offerta è stata in linea ma poteva essere anche migliore se avessero anche potuto incontrare tipi di partners diversi da quelli in agenda, portando quindi la quota complessiva di operatori fondamentalmente soddisfatti al 94,2 % mentre gli "scontenti" rappresentano il 5,1%.

L'arte, la posizione geografica e l'enogastronomia figurano tra i principali punti di forza della Regione, mentre in assoluto i prezzi, e, in modo molto minore, la qualità dell'offerta ricettiva e l'ospitalità figurano in testa ai punti di debolezza.

Analisi dei Sellers veneti

Veneto for You continua ad essere un appuntamento molto gradito dagli operatori veneti. I sellers presenti all'edizione 2014 rappresentavano per la maggioranza alberghi, agenzie di servizi, tour operator e agenzie viaggi.

Chi ha partecipato a questa edizione rivestiva nella maggior parte dei casi posizioni aziendali di rilievo, con pieno potere decisionale in merito alle trattative commerciali intavolate con la controparte estera. Il confronto con le altre fiere e workshop vede Veneto for You particolarmente apprezzato dagli operatori veneti.

L'esperienza e la notorietà accumulate in questo decennio fanno anche sì che quasi per un operatore su due la conoscenza del workshop derivi dalle edizioni precedenti. Gli operatori veneti confermano inoltre di avere una propensione ai rapporti commerciali con l'estero così come dimostrato dalla quasi totalità degli operatori. Intrattenere rapporti con l'estero permette anche di differenziare il rischio commerciale e può costituire un supporto non indifferente specialmente in periodi di difficoltà economica.

Focalizzando l'attenzione sul workshop, il numero dei contatti stabiliti con gli interlocutori si conferma particolarmente elevato e superiore alle medie di contatto che si sviluppano in altri contesti.

Veneto for You conferma anche la propria validità commerciale, permettendo a un operatore su tre di instaurare nuovi rapporti di lavoro dopo la partecipazione all'edizione 2014. La professionalità raggiunta dagli organizzatori si evince anche dalla correttezza "percentuale" delle scelte attuate: per la maggioranza dei partecipanti veneti la durata del workshop è, infatti, soddisfacente così come lo è anche la formula stabilita per gli incontri con i buyer stranieri. Anche l'assistenza ricevuta prima e durante lo workshop si dimostra all'altezza della manifestazione.

Infine, oltre l'80% dei partecipanti veneti ha definito lo workshop "un'opportunità importante per la commercializzazione dell'attività turistica, da ripetersi ogni anno".

Tali risultati sono assolutamente in linea con le precedenti edizioni, in quanto la percentuale di coloro che giudicano molto positivamente Buy Veneto, rispetto agli altri workshop nazionali, rimane sempre molto elevata, confermando l'attualità e la valenza dell'iniziativa, che si dimostra quanto mai necessaria per il sostegno alle politiche di marketing aziendale, rafforzando la possibilità di collocazione del prodotto turistico sui mercati esteri, unica possibilità di tenuta del settore a fronte dell'attuale momento del mercato interno dal quale non ci si può attendere una ripresa se non a tempi lunghi e a fronte di mutati scenari dell'economia italiana.

Va infatti considerato che la quasi totalità dei sellers presenti lavora con i mercati stranieri dimostrando in modo inequivocabile come gli operatori turistici veneti abbiano raggiunto un elevatissimo grado di “Internazionalizzazione”, di gran lunga superiore a quello di altre Regioni.

Si può affermare che il grado di fidelizzazione al Buy Veneto è decisamente elevato in quanto ben l’86,7 % dei sellers veneti lo ritiene indispensabile per la commercializzazione della propria attività turistica. Questa percentuale dimostra l’importanza che gli operatori veneti ripongono in quest’appuntamento, divenuto un momento classico di commercializzazione del proprio prodotto turistico.

Da ultimo è bene evidenziare che, per l’edizione 2014, ben il 76,8 % dei buyers stranieri ha partecipato per la prima volta, confermando la validità della rotazione attuata edizione dopo edizione.

L’analisi complessiva di customer satisfaction, elaborata da Comitel & Partners, viene comunque qui allegata per ogni necessità di approfondimento.

Progetto Buy Veneto 2015

Le Ville Venete

Ad arricchimento della proposta di progetto per il 2015 verrà confermata una specifica attenzione alla presenza dell’offerta delle Ville Venete con l’ invito alla partecipazione di buyers particolarmente interessati a tale offerta a fronte di sellers veneti parimenti specializzati.

L’accentuazione dell’offerta di prodotto Ville Venete ha origine sia dall’opportunità di diversificare e caratterizzare l’offerta turistica, sia dalla specifica indicazione della Sezione Turismo già accolta e sviluppata nel 2014.

Non va inoltre sottaciuto che tale forma di offerta di prodotto turistico ben si presta alla captazione di flussi turistici successivi all’ Expo 2015, come in precedenza sottolineato, e anzi potrà essere complementare ad altri progetti di valorizzazione delle maggiori eccellenze vinicole ed enogastronomiche del Veneto unitamente alle forti valenze culturali.

Il mix ville - arte - cultura - enogastronomia - territorio può così costituire una offerta integrata di indubbia attrattività e rappresentare una ulteriore qualificazione dell’offerta.

Fasi del progetto

La *fase formativa* sarà strutturata in moduli incentrati sull’on line distribution management e sull’on line travel agency focalizzando per gli operatori veneti le grandi opportunità offerte dal world wide web e potrà essere sia antecedente sia susseguente alla fase commerciale. Potrà inoltre venire focalizzata sugli esiti di Expo 2015 e sulle opportunità e modalità di prosecuzione e consolidamento degli effetti commerciali dell’evento.

La *fase commerciale* del Progetto Buy Veneto conferma l’organizzazione di “Veneto for You”, workshop internazionale del turismo in Veneto, incentrato sull’incontro fra operatori veneti e operatori italiani e stranieri selezionati dall’ENIT, con il coinvolgimento del sistema istituzionale e produttivo veneto. Veneto for You rappresenta il “cuore” del Buy Veneto e offrirà ai nostri operatori l’occasione di incontrare qualificati buyers internazionali e anche italiani e potrà “collegarsi” a specifici incontri di lavoro, anche successivi al Buy Veneto, sui cosiddetti “turismi di nicchia” che costituiscono una realtà tutt’altro che marginale della ricca e variegata offerta turistica veneta.

La fase di *visitazione* chiuderà il Buy Veneto e comprenderà, come già per il passato, un programma di visite a località e a strutture turistiche venete coinvolgendo i buyers accreditati al Buy Veneto, grazie anche alla collaborazione dell'Ufficio Stampa della Giunta Regionale.

Anche tale fase potrà prevedere uno specifico educational per le Ville Venete. Lo scopo rimane quello di far conoscere la variegata offerta turistica di un territorio che permetta di promuovere e vendere, oltre alle mete classiche, realtà e prodotti alternativi.

I comparti di offerta classica del Veneto: città d'arte, mare, montagna, lago, terme, parchi e Delta del Po, trovano una loro implementazione nei "turismi" che sono richiesti da una domanda sempre più esigente ed informata; spazio quindi al turismo culturale, al turismo delle località minori, al turismo enogastronomico, all'agriturismo, al turismo sportivo e a quello della salute e del benessere, al turismo religioso, al turismo congressuale, al turismo naturalistico ed ecologico, al turismo della terza età e, infine, alla specifica offerta tematica delle Ville Venete.

Il coinvolgimento di buyers esteri, realizzato grazie alla stretta ed indispensabile collaborazione con le delegazioni estere dell'ENIT, sarà particolarmente curato in modo da garantire il consueto turn over dei buyers stessi assicurando, nel contempo, la presenza di operatori che ricoprano posizioni di rilievo all'interno delle loro aziende.

I Buyers selezionati provengono da tutto il mondo tenendo conto di diverse esigenze volte, da un lato, a "fidelizzare" e consolidare i mercati tradizionali, in specie quelli europei, ma anche americano e giapponese e dall'altro, a ricercare contatti con operatori di paesi che possono alimentare flussi anche consistenti (Cina, India, Corea del Sud, Paesi del Nord Europa, Russia e America del Sud).

Pertanto, la scelta dei buyers europei ed extra europei va fatta tenendo conto sia della specificità e completezza dell'offerta veneta, sia dell'opportunità-necessità di ampliare e diversificare i flussi turistici.

Aspetti organizzativi

Lo stretto dimensionamento delle risorse a disposizione del bilancio regionale anche per l'esercizio finanziario 2015 (da Euro 1.100.000,00 nel 2010 a Euro 900.000,00 nel 2011 a Euro 800.000,00 nel 2012, 2013 e 2014) impone comunque ulteriori scelte di contenimento dei costi a causa di una disponibilità di bilancio ulteriormente ridotta a Euro 750.000,00.

La sede

La tradizionale location delle edizioni 2002-2007, ovvero il nuovo Terminal Passeggeri (Padiglione 103) del Porto di Venezia è stata abbandonata nel 2008 in favore del prestigioso Hotel Hilton sull'Isola della Giudecca (ex Molino Stucky). La scelta della sede per l'edizione 2015 è demandata a Veneto Promozione Scpa in relazione alle necessità logistiche e organizzative.

Durata della manifestazione

La manifestazione “Buy Veneto – Veneto for You” avrà luogo dal 15 ottobre al 17 ottobre 2015 e si articolerà come segue:

Primo giorno: giovedì 15 ottobre 2015 - ore 9,00 – 18,00 - Workshop e sezione Ville Venete
Appuntamenti prefissati con gli operatori veneti in rappresentanza di tutte le componenti dell’offerta turistica

Secondo e terzo giorno: venerdì 16 e sabato 17 ottobre 2015
Educational Tour per buyers stranieri
(Arrivo degli operatori esteri previsto per il 14 ottobre, partenza il 18 ottobre 2015).

Preventivo di spesa

- Euro 750.000,00, come da scheda di dettaglio di cui alla Convenzione sub **Allegato B**.

Operatività

- Soggetto gestore del progetto è la Scpa Veneto Promozione.
- Il coordinamento dell’iniziativa fa capo alla Sezione Promozione Economica e Internazionalizzazione.

Sito web Buy Veneto

Verrà aggiornato il sito web Buy Veneto, con l’obiettivo di fornire in italiano agli operatori veneti indicazioni utili sul mercato/i e sui buyers italiani ed esteri, oltre a tutte le indicazioni sui “lavori in corso” del Buy Veneto e sulle modalità di adesione/accredito al workshop “Veneto for You”, e in inglese per gli operatori stranieri, con l’obiettivo di dare la massima diffusione su quanto in corso di realizzazione, fornendo anche i dati relativi al turismo nel Veneto e la descrizione dei prodotti turistici.

Catalogo Ufficiale di Veneto for You

In occasione di Veneto for You, verrà distribuito il catalogo ufficiale, ottimo e pratico veicolo promozionale, contenente i riferimenti degli operatori veneti e dei buyers italiani e stranieri.

Brochure promozionale

Visto il successo riscontrato, verrà riproposta, aggiornata, la brochure promozionale - in lingua inglese - sui principali itinerari turistici del Veneto.

Comunicazione

Il programma di comunicazione, prevede, oltre alla revisione della linea grafica e alla produzione di materiale promozionale, il coinvolgimento dell’Ufficio Stampa della Giunta Regionale.
Non sono previste inserzioni su stampa e media.

Customer satisfaction

Come per le precedenti edizioni la ricerca, da effettuarsi appena concluso il workshop, dovrà verificare il livello di percezione dell’immagine turistica del Veneto proposto ai buyers e il grado di soddisfazione sia dei buyers che dei sellers per l’iniziativa complessivamente considerata.
(V. allegata copia dell’indagine effettuata per la precedente edizione 2014).

Collaborazioni

L'Ente titolare e finanziatore della Manifestazione è la Regione Veneto che sarà affiancata dall'ENIT, Agenzia nazionale del Turismo, quale partner patrocinatore ed operativo.

L'ENIT, anche per questa edizione, è partner determinante per la riuscita della manifestazione. Avrà il compito della gestione operativa della Segreteria Estera. Tramite le sue Delegazioni, selezionerà gli operatori scegliendoli sulla base delle tipologie turistiche che saranno proposte dall'offerta e delle indicazioni che le strutture regionali segnaleranno.

L'ENIT, pertanto, raggrupperà gli operatori nelle varie nazioni e li assisterà con i propri funzionari a Venezia.

Potranno venire coinvolti, in vario modo, altri Enti e Istituzioni venete interessati direttamente od indirettamente al turismo: il Comune di Venezia, gli aeroporti di Venezia e Verona, le Amministrazioni Provinciali del Veneto, i Consorzi di Promozione Turistica, le Camere di Commercio, le Associazioni di categoria del mondo imprenditoriale del Veneto.