

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 1322 del 16 agosto 2016

Progetto "Buy Veneto" 2016. Quindicesimo workshop Internazionale del Turismo nel Veneto. Venezia, 09 ottobre - 11 ottobre 2016. Piano Turistico annuale 2016. Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11 e D.G.R. n. 228 del 3 marzo 2016.
[Turismo]

Note per la trasparenza:

Il Progetto Buy Veneto, giunto alla quindicesima edizione, confermando negli anni la propria validità viene riproposto agli operatori turistici veneti, quale principale occasione di marketing internazionale. Con il presente atto ne viene affidata la realizzazione alla S.c.p.A. Veneto Promozione che già aveva curato le precedenti edizioni. Spesa prevista € 495.000,00.

L'Assessore Federico Caner riferisce quanto segue.

Con il Progetto Buy Veneto la Regione è da anni impegnata a consolidare e migliorare la propria leadership in ambito turistico per poter mantenere questo settore di primaria importanza in termini di fatturato, di indotto, di occupazione e saldo commerciale.

L'evento di promozione ha raggiunto un livello qualitativo e di partecipazione molto elevati diventando nel tempo un'occasione unica per gli operatori turistici veneti per conoscere potenziali clienti e internazionalizzare la propria attività; "Veneto for you" permette infatti di incontrare buyer internazionali selezionati. Va tra l'altro rilevato che il workshop internazionale fa registrare ogni anno un elevato indice di gradimento sull'utilità, la qualità, l'organizzazione e la formula, e trovano sempre più interesse anche i "momenti educazionali" nel territorio, una prosecuzione degli incontri e degli scambi commerciali fra operatori che si svolgono direttamente nelle diverse località turistiche del territorio regionale. Il Progetto fin dalla prima edizione viene sviluppato tenendo conto delle indicazioni che arrivano dagli operatori e dai diversi settori e segmenti del turismo veneto, e nelle successive edizioni si sono sempre tenuti in considerazione i risultati scaturiti dall'edizione precedente. Gli studi effettuati dal Ciset hanno dimostrato che l'iniziativa è in grado di fornire risultati economici particolarmente importanti e significativi.

Con il Progetto "Buy Veneto", la Regione del Veneto si è impegnata a consolidare e a migliorare la propria leadership in ambito turistico per poter mantenere attivo e vitale un settore che nel Veneto assume primaria importanza in termini di fatturato, di indotto, di occupazione e saldo commerciale.

La formula è nota: Buy Veneto è una importante iniziativa di marketing territoriale, caratterizzata dall'organizzazione di uno workshop internazionale sul turismo in Veneto che si svolge in Venezia ed è incentrato sull'incontro fra operatori veneti con operatori stranieri, con il coinvolgimento dell'intero sistema istituzionale e produttivo veneto.

Il successo finora raggiunto dalle varie edizioni dal Progetto Buy Veneto è dovuto anche alla elevata qualità dei buyer nazionali e internazionali invitati al workshop. Per mantenere questa condizione e in considerazione che nel mese di ottobre si svolge a Rimini il TTG Incontri, il principale marketplace del turismo B2B in Italia, giunto alla 53 edizione, divenuto l'evento clou dell'anno per il settore viaggi (nazionale internazionale) con oltre 63.000 presenze, si propone per l'edizione 2016 di Buy Veneto, una collaborazione con Rimini Fiera S.p.A. per avere un contingente di circa 180 operatori selezionati tra quelli che la stessa Rimini Fiere invita al B2B di Rimini. Pertanto la data del Buy Veneto viene individuata due giorni prima dell'evento di Rimini; tale soluzione permetterà, oltre ad avere una garanzia nella qualità degli operatori che parteciperanno al Buy Veneto, anche di ridurre i costi dell'evento in Veneto perché le spese di viaggio dai Paesi di provenienza degli operatori a Venezia saranno a carico della Fiera di Rimini, rimanendo a carico della Regione Veneto un fee di € 300,00 più IVA per ogni buyer dovuto per il servizio richiesto alla Fiera di Rimini e il transfer da Venezia a Rimini.

La collaborazione con la Fiera di Rimini è anche frutto dei consolidati rapporti con la Fiera che si sono instaurati con la partecipazione nelle ultime 10 edizioni alle manifestazioni fieristiche TTG-Incontri. Con Rimini Fiera SpA verrà stipulato un apposito protocollo di intesa per la definizione di quanto sopra descritto.

Il Progetto di competenza della Direzione Promozione Economica è stato operativamente affidato fino al 2011 al Centro Estero delle Camere di Commercio del Veneto, mentre, a partire dal 2012 la gestione è stata affidata alla S.c.p.A. Veneto Promozione.

Per l'edizione di quest'anno si conferma l'affidamento alla S.c.p.a. Veneto Promozione evidenziando che il coordinamento e la gestione dell'iniziativa compresa la predisposizione dei relativi atti è stata assegnata con nota e-mail prot. 277226 del 18/7/2016 del Direttore della Direzione competente, al Direttore dell'Unità Organizzativa Promozione Turistica.

L'ampiezza delle iniziative previste nel progetto, l'interesse manifestato fin dall'inizio dagli operatori del settore, l'impegno finanziario dedicato e, infine, il successo riscontrato, hanno reso manifesta l'importanza di questo evento che per ciò stesso deve costituire un appuntamento fisso e irrinunciabile della programmazione regionale nel settore degli interventi a favore delle imprese turistiche, anche in considerazione del loro determinante apporto al PIL regionale.

Ciò premesso, appare strategico consolidare l'investimento iniziato con l'attuazione del Progetto Buy Veneto che a maggior ragione, alla luce della crisi congiunturale globale nella quale anche il settore turistico è inevitabilmente coinvolto, diviene strategicamente irrinunciabile quale azione di rafforzamento del marketing del prodotto.

Tenuto quindi conto dell'importanza e della rilevanza di questo avvenimento, occorre procedere ad approvare l'impianto organizzativo del Progetto Buy Veneto 2016 (**Allegato A**) contestualmente allo schema di Convenzione tra la Regione del Veneto e Veneto Promozione S.c.p.A. (**Allegato B**).

L'impianto organizzativo deve tuttavia tener conto del diminuito stanziamento che, dalla somma di € 1.620.000,00 prevista nel bilancio 2007, scendendo nel corso degli anni fino all'attuale importo previsto nel bilancio di previsione 2016 di € 600.000,00. La riduzione dell'importo permetterà comunque di realizzare l'iniziativa perché, in considerazione della notorietà che ormai l'evento ha raggiunto tra i seller e i buyer, sarà possibile ridurre al minimo le spese di comunicazione e promozione dell'evento.

Inoltre le spese organizzative si sono contratte in maniera più che significativa, tenuto conto che le edizioni dal 2002 al 2007 si sono tenute presso la Stazione Marittima di Venezia con maggiori cospicui oneri per l'allestimento, la sistemazione dei buyers stranieri in diverse strutture alberghiere, ed una complicata logistica per consentire gli spostamenti. La successiva scelta di realizzare l'evento presso la sede dell'Hotel Hilton Molino Stucky ha consentito di eliminare tali problematiche realizzando rilevanti economie di scala, permettendo di mantenere a Venezia la sede del workshop "Veneto for you" e confermare la realizzazione di educational nelle destinazioni turistiche in collaborazione con i Consorzi di Impresa e le OGD riconosciute nell'ultima giornata dell'evento.

In considerazione dei positivi riscontri delle ultime edizioni e della necessità pertanto di svolgere le varie fasi del progetto di accoglienza e alloggio degli operatori, le presentazioni e il work shop in una stessa sede, si ritiene di mantenere a Venezia la location dell'evento in una struttura di elevato prestigio non inferiore alle 5 stelle e che abbia oltre alla disponibilità delle stanze anche le sale di adeguata ampiezza per la realizzazione di tutti gli eventi previsti dal progetto "buy Veneto". La struttura dovrà inoltre esser facilmente raggiungibile dai seller veneti che arriveranno dal Tronchetto. Sarà compito della Società Veneto Promozione l'individuazione della struttura che abbia le caratteristiche sopra indicate.

Per l'edizione 2016 per venire incontro alle richieste dei seller veneti di avere maggiori opportunità di incontri, il numero dei buyer verrà portato da 120 a 180 con un aumento del 50%. Si ritiene che poter garantire una copertura quasi totale delle disponibilità delle camere di una struttura alberghiera possa permettere a Veneto Promozione Scpa di ottenere con i gestori della struttura che verrà individuata un costo altamente favorevole e inferiore rispetto all'anno precedente. Questa economia unita alle ulteriori minori spese dovute alla possibilità di ridurre i costi di immagine senza diminuire la qualità dei servizi resi ai buyer e seller, compresa la gestione di un'efficace e mirata agenda appuntamenti, permetterà di ridurre il costo unitario investito per ogni buyer.

Buy Veneto è una iniziativa ricompresa nel PTA (Piano Turistico Annuale) per l'anno 2016, adottato dalla Giunta Regionale con Deliberazione n. 228 del 3 marzo 2016 a seguito del parere espresso dalla competente Commissione consiliare. Lo stesso provvedimento autorizza la Giunta regionale ad avvalersi per le attività previste dal PTA, tra le quali si inserisce il "Buy Veneto", della Società Veneto Promozione S.c.p.A, società consortile istituita ai sensi della Legge Regionale n. 33/2004, specificando che le Strutture regionali che verranno indicate dalla Giunta stessa provvedano all'indirizzo, al coordinamento e alla valutazione della pianificazione delle attività la cui gestione viene affidata a Veneto Promozione. Si ritiene pertanto assolto quanto previsto dalla norma di cui all'art. 3, comma 2, della L.R. 24 dicembre 2013 n. 39.

La dotazione finanziaria è prevista al Cap. 102082 del bilancio di previsione per l'esercizio 2016 che reca l'importo impegnabile di € 600.000,00.

Il relatore conclude la propria relazione e propone all'approvazione della Giunta regionale il seguente provvedimento.

LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, il quale dà atto che la struttura competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale, e che successivamente alla definizione di detta

istruttoria non sono pervenute osservazioni in grado di pregiudicare l'approvazione del presente atto;

VISTA la Legge Regionale 29 novembre 2001 n. 39;

VISTO l'art. 2 - comma 2 - Legge Regionale 7 gennaio 2011 n. 1;

VISTA la Legge Regionale 11 giugno 2013 n. 11;

VISTO il D.Lgs 23 giugno 2011 n. 118 e s.m.e. i.;

VISTA la Deliberazione della Giunta regionale n. 228 del 3 marzo 2016;

VISTA la legge regionale n. 8 del 24 febbraio 2016 con cui è stato approvato il bilancio regionale di previsione per l'esercizio finanziario 2016;

VISTO l'art. 2, comma 2 della legge regionale 54 del 31 dicembre 2012 "Legge regionale per l'ordinamento e le attribuzioni delle strutture della Giunta Regionale in attuazione della Legge regionale statutaria 17 aprile 2012, n.1 "Statuto del Veneto",

delibera

1. di stabilire che le premesse formano parte integrante del presente provvedimento;
2. di approvare il Progetto Buy Veneto 2016 che costituisce parte integrante del presente provvedimento (**Allegato A**), affidandone la realizzazione a Veneto Promozione S.c.p.a.;
3. di approvare l'allegato schema di Convenzione per la definizione dei reciproci rapporti tra Regione del Veneto e Veneto Promozione S.c.p.A. per l'organizzazione del Progetto Buy Veneto 2016 che forma parte integrante del presente provvedimento (**Allegato B**), demandando al Direttore della Unità Organizzativa Promozione Turistica la sottoscrizione della stessa Convenzione, con le eventuali modifiche non sostanziali che si rendessero necessarie, e che, a pena di nullità, verrà sottoscritta con firma digitale, ai sensi dell'articolo 24 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, con firma elettronica avanzata, ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera q-bis), del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, ovvero con altra firma elettronica qualificata;
4. di incaricare il Direttore della Unità Organizzativa Promozione Turistica dell'esecuzione del presente provvedimento e dell'adozione dei necessari atti, ivi compresa l'assunzione dell'impegno di spesa al perfezionamento dell'obbligazione conseguente alla sottoscrizione della Convenzione di cui all'**Allegato B** per l'importo di € 495.000,00 a valere sul capitolo 102082 del Bilancio per l'esercizio corrente, che presenta la necessaria disponibilità;
5. di autorizzare il Direttore dell'Unità Organizzativa Promozione Turistica ad assumere ulteriori impegni a valere sul capitolo 102082 del Bilancio per l'esercizio corrente, a favore di Veneto Promozione di valore in totale massimo pari al 5% dell'importo di cui al punto precedente per eventuali imprevisti dovessero presentarsi nel corso dell' esecuzione del progetto;
6. di dare atto che si demanda a Veneto Promozione S.c.p.A. l'acquisizione dei servizi e forniture necessari alla realizzazione del Progetto Buy Veneto 2016, secondo le procedure di legge, nel rispetto del budget di cui al punto 4;
7. di dare atto che la spesa di cui prevede l'impegno con il presente atto non rientra nelle tipologie soggette a limitazioni ai sensi della L.R. 1/2011;
8. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto a pubblicazione ai sensi dell'art. 23 del Decreto Legislativo 10 marzo 2013 n.33;
9. di pubblicare il presente atto nel Bollettino Ufficiale della Regione.