



IL PIANO TURISTICO ANNUALE 2023 IN ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA REGIONALE PER IL TURISMO VENETO 2022-2024

Premessa

Il Programma regionale per il Turismo, approvato dalla Giunta regionale con deliberazione n. 13/CR del 15 febbraio 2022 e poi definitivamente adottato dal Consiglio regionale con proprio provvedimento n. 41 del 22 marzo 2022 ai sensi dell'art. 6 della legge regionale n. 11/2013, risulta così articolato:

1. Un preambolo introduttivo che delinea approcci ed obiettivi del PRT;
2. La Vision: un approccio "trasversale" per un Piano di sistema;
3. Gli scenari evolutivi: dalla situazione attuale ad un possibile quadro internazionale al 2024 alla luce degli impatti e degli effetti del COVID-19;
4. Gli approcci (umano - territori, comunità, persone; trasversale - imprese, prodotti, ricerca & sviluppo; comunicativo - marca & marketing; strumentale) con le rispettive linee strategiche e di azione.

Come si ricorderà, il Programma regionale per il Turismo 2022-2024, è stato approvato a conclusione di un ampio percorso partecipativo che aveva coinvolto oltre 200 stakeholder del sistema turistico regionale in 4 tavoli tematici (innovazione di prodotto; innovazione digitale e Big Data; accoglienza e capitale umano; promozione e comunicazione) oltre a un asse trasversale di raccordo con la programmazione nazionale e regionale (PNRR e Politiche di coesione 2021-2027).

I continui mutamenti di scenario prodotti dagli impatti sanitari, sociali ed economici della pandemia da Covid-19 anche sul turismo, avevano fortemente condizionato l'elaborazione del Programma regionale per il turismo 2022-2024 che aveva individuato le linee strategiche essenziali ma aveva demandato ai rispettivi Piani Turistici Annuali l'indicazione delle priorità, delle risorse e le modalità di sviluppo operativo.

Il presente Piano Turistico Annuale 2023 tiene conto dei nuovi elementi di scenario che si sono andati delineando negli ultimi mesi sia sul versante internazionale (conflitto internazionale russo-ucraina, crisi energetica), sia sul versante turistico con una parziale ripresa dei flussi a livello nazionale e regionale seppur in modo disomogeneo in termini di mercati di origine che di destinazioni.

Elementi di scenario

Il turismo veneto è un fenomeno trasversale e spesso trainante che rappresenta una dimensione economico/culturale strategica per tutta la regione. Nello stesso tempo - a volte anche per limiti interni alla stessa filiera (frammentazione) - il turismo non è forse considerato per quel che effettivamente rappresenta e pesa. Oggi, nella prospettiva di una uscita dalla crisi fortemente auspicata ma non ancora del tutto compiuta, il settore si sta finalmente riprendendo, ma non deve rischiare l'illusione che fino al febbraio 2020 andasse tutto bene. E con l'illusione si deve scacciare anche il desiderio, fortemente represso ma tuttora presente, di guardare all'indietro.

Non si deve dimenticare, infatti, che molti percorsi, anche di segno negativo, erano già tracciati, prevedibili o almeno incipienti. Tra questi, il "Ciclo di Vita" mostrava la maturità



di diversi prodotti turistici e con essi anche di quelle destinazioni che erano rimaste ancorate al mono-prodotto.

Al contempo, era evidente la staticità di molte imprese, spesso soddisfatte di un andamento “naturale” del mercato, o non in grado di rinnovarsi e continuare ad intraprendere, in ogni caso a rischio di ritrovarsi marginali, “comprate” più che non attivamente vendute, e quindi sempre più a rischio di espulsione dal mercato.

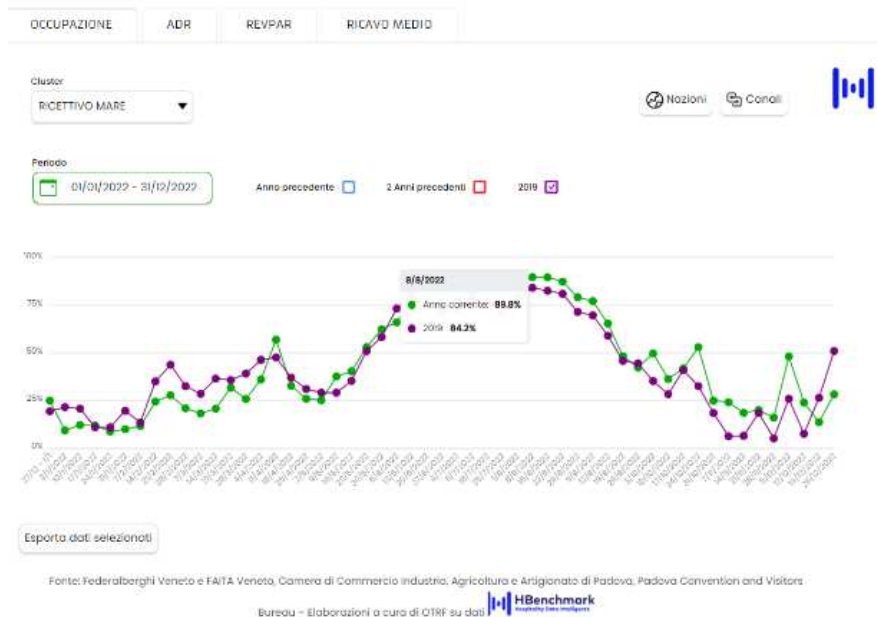
Non si deve inoltre dimenticare che si soffriva di una sorta di “arrembaggio” dall’esterno e/o dall’estero, da un lato mirante a sottrarre valore scalando le filiere produttive e distributive, dall’altro determinato a lucrare rendite di immagine, di posizione, immobiliari e fondiari.

Soprattutto sui “punti alti” erano evidenti gli squilibri tra luoghi e momenti troppo pieni, mentre altri luoghi e momenti, pur di pregio, risultavano ancora trascurati e troppo vuoti.

Nel 2022 il turismo veneto ha conosciuto una ripresa dei flussi turistici in molte destinazioni, seppur in modo non omogeneo.

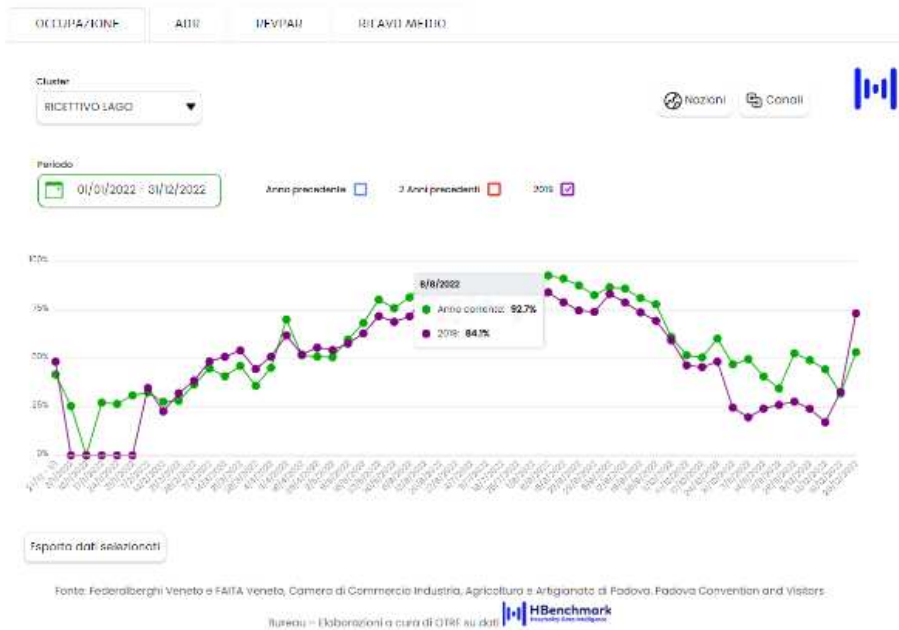
In particolare i dati della sezione “Hospitality Data Intelligence” della piattaforma dell’Osservatorio del Turismo Regionale Federato, relativi all’intero 2022, evidenziano che la ripresa è avvenuta in modo diversificato tra i diversi cluster tematici.

Mare e Lago sono sicuramente i comparti che meglio hanno reagito al post pandemia

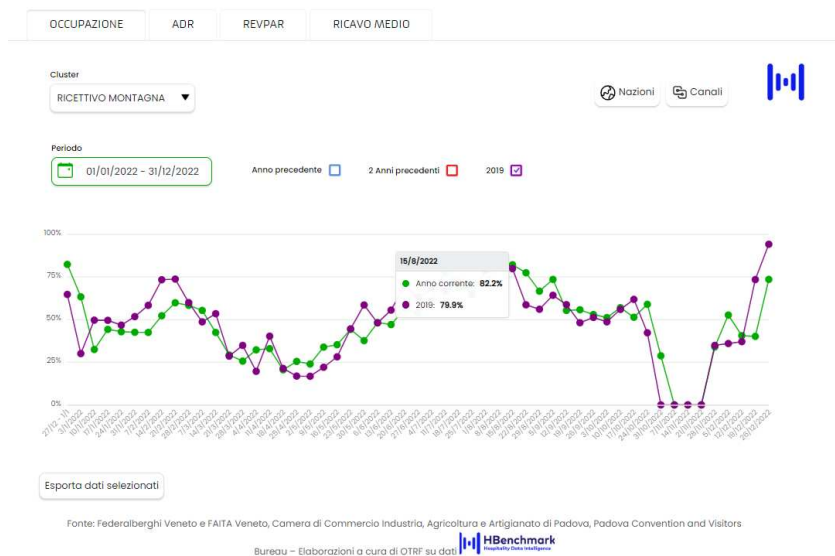


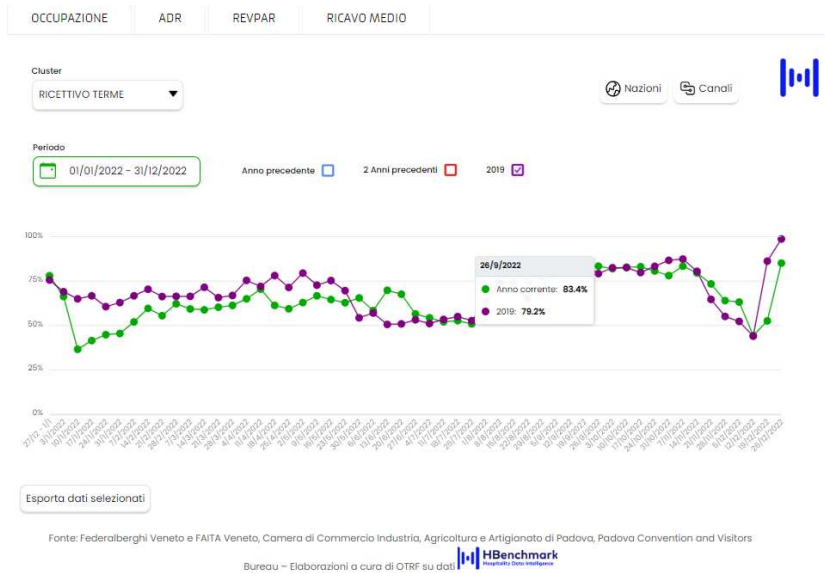
e che per primi hanno guidato la ripresa del turismo veneto, arrivando in alcuni periodi a superare i tassi di occupazione delle camere registrati nel 2019.



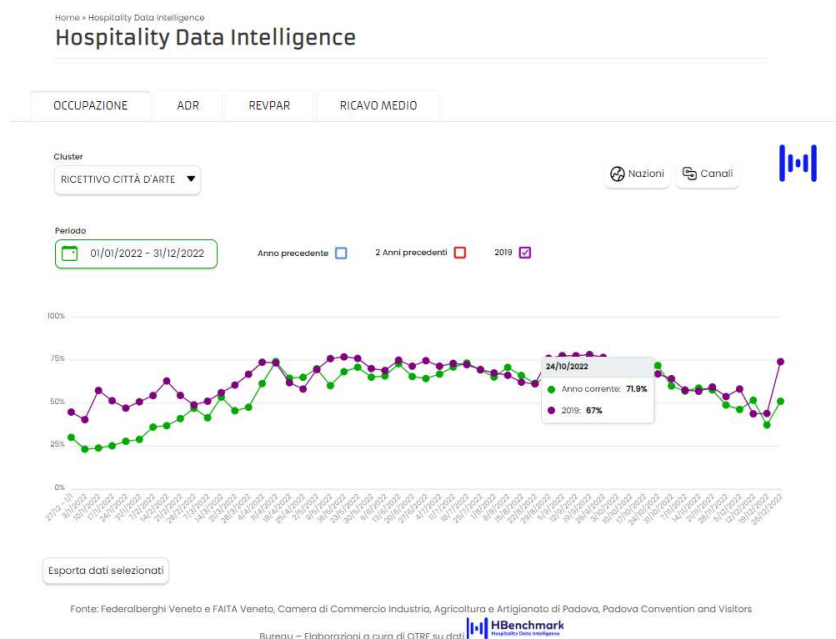


Montagna e Terme, mostrano un andamento più altalenante e in particolare per le Terme la ripresa vera si è avvertita solo a partire dai mesi settembre-ottobre in coincidenza con la stagione termale autunnale.





Per quanto concerne le città d'arte, come per gli altri comparti turistici del Veneto, la ripresa si è avuta a partire da aprile, con un andamento che solo nei mesi estivi ed invernali ha raggiunto e in qualche settimana superato i tassi di occupazione del 2019.



Le elaborazioni dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato e di H-Benchmark su dati Federalberghi Veneto, Faita Veneto, CCIAA Padova e Padova Visitor and Convention Bureau, possono variare nella rappresentatività del campione da cluster a cluster, ma sono sempre indicativi e significativi nel confronto con il 2019, ultimo anno di riferimento prima della pandemia.

Overtourism e gestione dei flussi turistici

Anche se la pandemia aveva portato ad accantonare temporaneamente il problema, con la ripresa del turismo si ripropone anche il tema di una gestione sostenibile dei flussi turistici che risulti compatibile con il tessuto sociale e abitativo non solo delle grandi città ma dei centri storici e dei centri urbani in generale.

In tal senso la Regione del Veneto è impegnata nel Comitato Europeo delle Regioni e nell'interlocuzione con la Commissione Europea sulla proposta di regolamento sulla raccolta e la condivisione dei dati ai servizi di locazione di alloggi a breve termine che modifica il regolamento (UE) 2018/1724 e il suo obiettivo principale di "armonizzare e migliorare lo schema per la generazione e la condivisione dei dati" e aumentare la trasparenza nel settore. Si tratta di una proposta che mira a migliorare la trasparenza, mentre i paesi della UE manterranno il controllo sulla regolamentazione del settore degli affitti a breve termine, comprese le norme in materia di salute e sicurezza, la politica abitativa, la sicurezza e le questioni fiscali.

In particolare il Comitato Europeo delle Regioni ha ribadito che il diritto delle autorità pubbliche locali di intervenire per regolamentare gli obiettivi di interesse pubblico nei settori che rientrano nelle loro competenze (ad esempio l'alloggio e la pianificazione) è una componente chiave per conseguire la coesione ed è una questione di sussidiarietà. In tal senso si è sostenuto che il quadro giuridico europeo è compatibile con il rispetto delle particolarità locali e regionali.

Ci si attende pertanto che il testo finale del regolamento UE preveda, da un lato, che vengano emanate una serie di norme e obblighi chiari ed uniformi a livello europeo, dall'altro siano resi disponibili una serie di strumenti e opzioni che le città e le regioni possano applicare per monitorare la situazione sul campo e compiere scelte politiche che meglio si adattano alle loro esigenze specifiche.

Va poi ricordato che una delle riforme che l'Italia si è impegnata a realizzare nell'ambito del PNRR è proprio la regolamentazione degli affitti brevi in coerenza con il quadro normativo europeo.

La Regione del Veneto sta altresì valutando la partecipazione all'istituzione di un Centro nazionale di competenze sull'overtourism in collaborazione con ENIT e con l'Università Ca' Foscari.

Tutte queste iniziative interagiranno con le attività dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato descritte all'interno del Piano Turistico Annuale e relative al monitoraggio di dati qualitativi e non solo quantitativi, utili a comprendere la complessità del fenomeno turistico e a gestirlo in modo sempre più sostenibile.



1. IL TURISMO NELL'AMBITO DELLE POLITICHE DI COESIONE 2021-2027 E DEL PNRR

a. Politiche di coesione 2021-2027: le misure a sostegno del turismo

Con Deliberazione del Consiglio Regionale n. 16 del 15 febbraio 2022 è stata approvata la proposta di PR Veneto FESR 2021-2027 assieme alla proposta di PR Veneto FSE+. Il risultato è stato raggiunto grazie all'ampio coinvolgimento del partenariato regionale e dei cittadini, alla collaborazione dei diversi uffici regionali e al dialogo costruttivo avviato sin dall'inizio, a partire dal 2020, con i servizi della Commissione europea, secondo un "modello di programmazione condiviso" per il FESR, il FSE+, per la Cooperazione Territoriale Europea e le strategie macroregionali EUSAIR e EUSALP.

Il PR Veneto FSE+ 2021-2027 è stato approvato con Decisione finale della Commissione europea C(2022)5655 in data 1 agosto 2022.

La versione aggiornata del PR Veneto FESR 2021-2027, modificata a seguito delle osservazioni della CE, è stata formalmente inoltrata in data 28 ottobre 2022 alla Commissione europea, che ha successivamente adottato la Decisione numero C(2022)8415 del 16 novembre 2022.

Si riportano qui di seguito le Priorità e gli Obiettivi specifici del PR FESR che maggiormente impattano sul turismo, con la possibile declinazione degli stessi in termini di criteri di selezione per i successivi bandi.

Nell'ambito della **PRIORITA' 1 - Un'Europa più competitiva e intelligente attraverso la promozione di una trasformazione economica innovativa e intelligente e della connettività regionale alle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TIC)**

sono previsti i seguenti interventi:

Os ii) Permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione: gli interventi mirano a **sostenere l'organizzazione dell'offerta turistica delle destinazioni turistiche** venete (OGD e Marchi d'Area) e delle loro imprese sul digitale **attraverso la loro trasformazione in Smart Tourism Destination (STD)**, ovvero destinazioni dove i vari stakeholder, sotto il coordinamento della Destination Management Organization (DMO-OGD), facilitano l'accesso al turismo e ai prodotti per l'ospitalità, servizi, spazi ed esperienze attraverso soluzioni innovative basate sull'ICT, rendendo il turismo sostenibile e accessibile.

Os iii) Rafforzare la crescita sostenibile, la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi: questi interventi mirano a sostenere **a) la rigenerazione e innovazione delle strutture ricettive** per l'evoluzione in termini di piena accessibilità, sviluppo tecnologico, transizione digitale ed ecologica, innovazione di servizi e prodotti **b) la creazione, sviluppo e consolidamento di club di prodotto** per favorire il riposizionamento differenziato delle imprese e delle destinazioni turistiche venete **c) l'attivazione, sviluppo e consolidamento di aggregazioni di imprese** per la promozione sul mercato nazionale e internazionale favorendo l'aggregazione tra imprese turistiche, culturali e creative **d) la partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia e nel Mondo** per la promozione turistica e culturale a regia regionale, per favorire lo scambio di rapporti b2b sia attraverso l'uso di piattaforme online che mediante il recupero di incontri in presenza. Destinatari: PMI della filiera turistica in forma singola o aggregata.



Nell'ambito della **PRIORITA' 5 - Un'Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello sviluppo sostenibile e integrato**

è previsto il seguente intervento:

Os ii) Sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo nelle Aree interne: questo intervento mira a sostenere le **attività di affiancamento per lo sviluppo di strategie che portino alla costituzione di marchi d'area quali strumenti di governance** per destinazioni turistiche emergenti. Destinatari: nelle Aree interne, i soggetti pubblici capofila di marchi d'area turistici.

Complessivamente, nell'arco di tutta la programmazione, nell'ambito delle Politiche di Coesione 2021-2027 sono previsti **interventi a favore del turismo** per quasi **90 milioni di euro**.

Compatibilmente con l'approvazione del PR FESR e dei relativi criteri di selezione delle operazioni da parte della Commissione Europea, i primi bandi di ciascuna misura saranno attivabili a partire dalla tarda primavera del 2023.

Per quanto concerne il PR FSE+ potranno interagire con le azioni del PRT e del PTA in particolare le seguenti priorità:

Priorità 1 Occupazione: Politiche attive, parità di genere e competenze per la competitività sostenibile;

Priorità 2 Istruzione e Formazione: Percorsi formativi rispondenti alle esigenze del sistema economico veneto e apprendimento permanente;

Priorità 4 Occupazione giovanile: Politiche attive e formazione professionale per l'inserimento lavorativo dei giovani.

Per le misure del **PR FSE+** che impattano sul turismo è stato già avviato un proficuo confronto con l'Autorità di Gestione e con il partenariato per individuare le azioni più coerenti con le aspettative di imprese e destinazioni. In particolare ci si sta orientando anche a misure che possano favorire la crescita della capacità di innovazione e quindi di competizione delle imprese turistiche del Veneto, anche fornendo ai titolari delle imprese stesse strumenti formativi e di confronto per evolvere il proprio modello di business.

b. Le misure del PNRR per il Turismo

Gli investimenti e le riforme del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) per il turismo possono essere così sintetizzati:

- Investimento 4.1 Digital Hub del Turismo: 114 Mln di euro
- Investimento 4.2 Fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche: 1786 Mln di euro
- Investimento 4.3 Caput Mundi-Next Generation EU per i grandi eventi turistici: 500 Mln di euro
- Riforma 4.4 Riforma dell'ordinamento professionale delle guide turistiche: la riforma, che sarà implementata entro giugno 2022, interesserà l'ordinamento istituito dal D.Lgs 79/2012 del 23 maggio 2011 (Codice del turismo) e coinvolgerà oltre 9.000 operatori tra guide turistiche e accompagnatori.

Tra gli investimenti del PNRR per il Turismo, quello che coinvolge più direttamente la Regione del Veneto è quello di cui al punto **4.1. Digital Hub del Turismo**:

Infatti, in coerenza con il PST 2017-2022, nella Misura M1C3 del PNRR: "Turismo 4.0 - Innovare e connettere digitalmente l'offerta e la promozione turistica del Paese" è stata prevista



la realizzazione di una piattaforma digitale, unica e integrata (“Tourism Digital Hub”), che consenta di bilanciare i flussi turistici investendo nel turismo sostenibile, nel patrimonio culturale e nel paesaggio.

L’ecosistema Tourism Digital Hub (TDH), è stato pensato per far incontrare profittevolmente la domanda turistica verso l’Italia con la relativa offerta italiana. Il TDH 022 ha l’obiettivo di garantire, mediante interfacce di programmazione per applicazioni (API), l’interscambio dati e contenuti turistici, arricchendo il sito www.italia.it, la Mobile App di prossimo rilascio e tutti i canali digitali connessi (Social Media) con nuovi contenuti e servizi prodotti internamente e in collaborazione con le Regioni, Province Autonome ed Enti Pubblici, ma anche attraverso integrazioni con partner privati.

La Regione del Veneto, che dal 2016 dispone del DMS Deskline 3.0 pienamente rispondente ai requisiti richiesti per l’interoperabilità con l’ecosistema digitale TDH 022 proposto dal Ministero del Turismo in collaborazione con l’Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT), ha quindi formalizzato la propria adesione al Tourism Digital Hub nazionale.

L’adesione all’ecosistema TDH 022 consentirà lo scambio reciproco di contenuti e di dati, non solo forniti a mezzo API dai soggetti aderenti, ma arricchiti con i dati di navigazione raccolti durante l’esperienza-utente sul portale “Italia.it” nei casi e con le modalità consentite dal Reg. UE 679/2016 (GDPR). I dati digitali aggregati acquisiti da parte del TDH 022 e/o del portale “Italia.it” potranno essere resi disponibili e/o consultabili agli aderenti mediante sistemi di reportistica del Ministero del Turismo. L’interoperabilità dei dati di ritorno rappresenta quindi un’opportunità per ciascuno dei soggetti aderenti di accrescere il set informativo e ottimizzare la propria offerta turistica personalizzata.

Come si può intuire da quanto sopra descritto, questa azione del PNRR ha una forte interdipendenza con la misura del PR FESR per l’evoluzione delle destinazioni venete in Smart Tourism Destination e con molte azioni del PTA 2023 illustrate nel paragrafo dedicato all’approccio strumentale.



2. LE AZIONI DEL PTA 2023

Le azioni del presente Piano Turistico Annuale (PTA) 2023 tengono conto degli approcci del Programma Regionale per il Turismo 2022-2024 e, per tale motivo, sono state suddivise in: **a)** azioni a supporto dell'approccio Umano: territori, comunità persone; **b)** azioni in attuazione dell'approccio di business trasversale: imprese, prodotti, ricerca e sviluppo; **c)** azioni in attuazione dell'approccio comunicativo: marca & marketing; **d)** azioni a sostegno dell'approccio strumentale.

Si evidenzia, inoltre, che le azioni di seguito descritte non esauriscono le attività svolte in attuazione del Programma Regionale per il Turismo che potranno essere attivate anche da altri soggetti del sistema turistico veneto.

Per tale motivo, alcune azioni avranno solo un rimando all'attività di governance o di coordinamento con altre direzioni/amministrazioni, per altre invece, che impegnano direttamente risorse dell'amministrazione regionale, vi è una descrizione più puntuale di come si intende declinare l'azione.



A.1 APPROCCIO UMANO: TERRITORI, COMUNITÀ, PERSONE

A.1.1. IL LAVORO COME PIETRA ANGOLARE

A.1.1.1. Sviluppare una analisi dettagliata dei fabbisogni formativi a partire dalla domanda di lavoro (imprese e professioni) vis-a-vis con l'offerta (lavoratori) presente sul territorio o suscettibile di attrazione mirata

A.1.1.7. Tracciare un quadro dettagliato dei picchi e delle gole stagionali per definire un sistema di tutela dell'occupazione il più possibile esteso durante l'arco dell'anno

Questo gruppo di azioni, collegate a quelle di seguito declinate, prevede il coinvolgimento di Veneto Lavoro, delle Direzioni Lavoro e Formazione con l'integrazione di alcune attività dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato (es. dati previsionali su tasso di occupazione delle camere) e con il supporto del Centro Studi di Unioncamere (es. indagini trimestrali sulla congiuntura con focus su livelli occupazionali).

A.1.1.3. Definire un quadro di nuove competenze aggiornato in permanenza ed informato alle tendenze di mercato (es.: digitale, nuovi prodotti, nuove professionalità interstiziali)

A.1.1.4. Certificazione delle competenze acquisite, tradizionali ed innovative, che consenta una loro riconoscibilità ed un più facile impiego nei diversi contesti lavorativi

A.1.1.5. Identificare e favorire processi di riconversione di competenze professionali che possano tenere conto delle professionalità obsolete e/o dei comparti maturi e declinanti. Ciò potrà avvenire anche collaborando al processo di revisione dei profili del Repertorio Regionale degli Standard Professionali (RRSP) a cura delle Direzioni Lavoro e Formazione

Per l'azione A.1.1.3. è importante dare continuità al tavolo di lavoro attivato con le Direzioni Formazione e Lavoro, con Veneto Lavoro e con le parti sociali. Per l'azione A.1.1.4., approvata la delibera che individua le linee guida per il nuovo sistema regionale di certificazione delle competenze (DGR n. 627/2022), si intende perseguire l'azione pilota avviata assieme alle 2 direzioni regionali sopra citate, al sistema camerale (in particolare la Camera di Commercio di Verona), a Unioncamere nazionale e ad altri stakeholders esterni competenti in materia (EBIT, ITS ect). La Regione del Veneto, inoltre, continua la sua attività di partecipazione tramite la Direzione Turismo e le Direzioni Formazione e Lavoro al programma europeo [Pact for skills in tourism](#) per il miglioramento e la valorizzazione delle competenze.

Per quanto concerne l'azione A.1.1.5, si prosegue nell'attività di coordinamento con le Direzioni Lavoro e Formazione sul processo di revisione dei profili del Repertorio Regionale degli Standard Professionali (RRSP). A tal scopo è stato previsto l'avvio di focus group e/o questionari ricognitivi in collaborazione con la CCIAA di Verona al fine di valutare eventuali esigenze in termini di competenze, abilità e necessità professionali che fungeranno da base per eventuali aggiornamenti futuri del repertorio delle professioni.

A.1.1.2. Operare e garantire meccanismi efficienti di alternanza tra scuola e lavoro in una logica di "long life learning" guidata dalle esigenze imprenditoriali e di sistema ma sensibile alle attitudini individuali

A.1.1.6. Ridefinire il quadro degli ammortizzatori sociali in uscita dall'era-Covid passando da interventi generalisti a percorsi sempre più mirati e finalizzati al reinserimento, alla destagionalizzazione ed alla gestione dei picchi di lavoro



A.1.1.8. Statuire l'istituto dei contratti di rete e destinazione, identificare i territori più sensibili, avviare sperimentazioni favorendo anche la diffusione del "welfare aziendale"

Con riferimento a questo gruppo di azioni, ci si propone di riprendere i contatti con esperti e rappresentanti delle parti sociali e del mondo della formazione, sperimentando alcune attività con le scuole per ottimizzare l'applicazione dello strumento "alternanza scuola lavoro" e verificando altresì la possibilità di disegnare interventi specifici, a seguito di analisi e individuazione dei fabbisogni, in una destinazione campione della regione, in collegamento con l'azione A 1.1.3.

Trattasi di attività impegnative dal punto di vista organizzativo e gestionale, per cui sarà necessario continuare lo sforzo di messa a sistema di tutte le sinergie con i soggetti a vario titolo coinvolti, ovvero le parti sociali (OO.SS e associazioni datoriali), le diverse strutture regionali competenti in materia di lavoro, formazione e turismo, Veneto Lavoro, gli Enti Bilaterali, gli enti di formazione e - per le azioni pilota - le OGD delle destinazioni coinvolte.



A.1.2. ACCOGLIENZA

A.1.2.1. Validare ed estendere le esperienze locali di “Patentino dell’ospitalità” in coerenza con la “Carta dell’Accoglienza e dell’Ospitalità” proponendole come base di un percorso di riconoscimento reciproco e verso l’utenza esterna (turisti)

A.1.2.2. Identificare e ingaggiare testimonial locali e trasversali che possano fungere da promotori del programma di accoglienza estendendone l’applicazione e comunicandolo sull’esterno, anche nell’ambito di una campagna di comunicazione interna sui temi dell’accoglienza come fattore di coesione sociale e sviluppo economico e personale, in coerenza con i valori della “Carta dell’Accoglienza”

A.1.2.3. Procedere nell’estensione e nell’adozione della **“Carta dell’Accoglienza”** coinvolgendo le destinazioni attraverso incontri mirati con i referenti delle OGD per le successive attività di comunicazione e di engagement degli stakeholder territoriali tenendo conto delle specificità delle singole destinazioni e tematismi.

“Carta dell’Accoglienza e dell’Ospitalità” - La Carta dell’Accoglienza e dell’Ospitalità (adottata con DGR n. 501 del 20 aprile 2021), dopo un lungo percorso informativo/formativo nei diversi territori, in collaborazione con le diverse OGD del Veneto, vede il 2023 come l’anno dell’applicazione mirata e circoscritta in un’area del territorio veneto, con il supporto della stessa Regione, al fine di cominciare un vero e proprio percorso di sensibilizzazione sul campo.

L’area in questione è quella dolomitica, con particolare riferimento a Cortina D’Ampezzo, che si prepara ai giochi olimpici del 2026 e che già nel 2023 vede inseriti eventi di rilevanza internazionale, su cui si vuole iniziare un percorso di coinvolgimento, con uno staff di affiancamento, per applicare in modo concreto i valori della carta, partendo da alcuni di essi (come l’accessibilità, in sinergia anche con la Carta dell’Accessibilità, strumento specifico predisposto dalla Regione in occasione del progetto Tourism 4 All) per poi, un poco alla volta, arrivare a comprenderli tutti. Tale attività è stata inserita anche nel piano di programmazione “Veneto in Action” volto alla pianificazione delle azioni in vista dell’evento olimpico.

L’obiettivo di partire da alcuni eventi e da realtà circoscritte è quello di iniziare a creare micro-realtà che fungano da esempio e quindi da traino nei confronti di altri territori del Veneto, cercando a poco a poco di costruire un nuovo paradigma che ponga le basi per una offerta turistica, non più basata solo su eccellenze, servizi, prezzi e comunicazione, bensì anche e soprattutto su un nuovo modus vivendi delle persone che risiedono nelle comunità ospitanti (operatori e non).



A.1.2.4. Concretizzare la realizzazione e l'attivazione delle "Porte dell'accoglienza" negli hub identificati ed estenderne progressivamente il numero, favorendo gradualmente l'estensione di un'immagine coordinata a tutta la rete degli uffici turistici (IAT) del Veneto

A.1.2.5. Procedere nell'integrazione del sistema IAT/info-point anche attraverso l'uso estensivo del DMS

Nel 2023 si intende dare ulteriore seguito all'azione A.1.2.4. del PRT 2022-2024 che prevede l'estensione graduale del progetto "Le Porte dell'accoglienza" ad ulteriori uffici turistici (IAT) dopo quelli degli hub ferroviari ed aeroportuali e dei Comuni capoluogo.

Si ricorda infatti, che nel 2019, dopo una fase di ricognizione, sono stati identificati i primi "hub" i cui uffici turistici, - opportunamente allestiti, - possono svolgere la funzione di "Porte dell'Accoglienza". Con deliberazione n. 1505 del 15 ottobre 2019, la Giunta regionale ha affidato l'incarico a Veneto Innovazione S.p.A per la creazione del layout grafico unitario e delle linee guida per l'allestimento degli uffici. Questo concept è stato elaborato nel corso del 2020 d'intesa con i Comuni coinvolti.

In quanto "Porte dell'Accoglienza", gli uffici turistici selezionati, devono essere caratterizzati da elementi identitari che ne identificano l'appartenenza ad un network regionale qualificato, ma prevedono allo stesso tempo la presenza di elementi distintivi propri della destinazione.

In esito della prima fase del progetto sono stati allestiti, con il nuovo layout grafico e con i nuovi arredi, gli uffici turistici di Padova Stazione Ferroviaria, Verona in prossimità dell'Arena, Treviso Aeroporto Canova, Venezia adiacente alla Stazione Ferroviaria.

Con la DGR 28 settembre 2021 n. 1317 il progetto è stato esteso agli altri capoluoghi di provincia - ovvero Belluno, Rovigo, Vicenza - il cui allestimento è stato completato nel 2022.

Con la DGR n. 1245 del 10 ottobre 2022 si è invece stabilito di estendere il progetto ad uffici turistici collocati nell'ambito o in prossimità dei siti riconosciuti patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO; in tal senso si sono sottoscritti accordi di collaborazione integrativi con i Comuni di Conegliano (TV) e Valdobbiadene (TV) per l'allestimento dei rispettivi uffici nell'ambito del sito Unesco "Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene" e con il Comune di Padova per il nuovo ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica del centro storico di Padova, in Piazza delle Erbe, in quanto il capoluogo patavino ospita ben due siti Unesco: "l'Orto Botanico" patrimonio Unesco dal 1997 e "Padova Urbs Picta - La Cappella degli Scrovegni e i cicli pittorici del Trecento" patrimonio dell'Umanità dal 2021.

Con il PTA 2023 si intende proseguire con l'estensione del progetto "Le Porte dell'Accoglienza" ad altri uffici turistici nell'ambito o in prossimità dei siti riconosciuti patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO, con una particolare attenzione alle destinazioni maggiormente coinvolte dai Giochi Olimpici invernali Milano-Cortina 2026.

L'azione A.1.2.5. del PRT 2022-2024 si declina nell'**Applicazione standard uffici IAT/infopoint** e nel progetto "**editoria uffici IAT**": queste attività, che sono svolte in via continuativa nell'ambito dell'azione di coordinamento delle reti degli uffici turistici (IAT) ed info-point, riconosciuti dalla Giunta regionale, concorrono anch'esse all'immagine coordinata e a garantire standard uniformi nel servizio di informazione e accoglienza turistica della nostra regione. L'applicazione degli standard, di cui alla DGR n. 472/2020, sta infatti contribuendo a realizzare un sistema di qualità dell'accoglienza turistica, operando da un lato una selezione degli uffici turistici ufficiali, in ottica di riorganizzazione del sistema informativo del territorio, considerata anche la frammentazione dei diversi soggetti gestori l'attività, dall'altro allargando la rete di attività commerciali, pubblici esercizi ed altri attori territoriali che, opportunamente formati, svolgono un'azione integrativa (ma non di supplenza) a quella svolta dagli uffici IAT. Il personale degli IAT e



gli operatori degli esercizi commerciali della rete di infopoint sono in rete tra loro e con la Regione e forniscono informazioni certificate e validate grazie al Destination Management System regionale concesso in utilizzo gratuito a tutti gli attori della filiera turistica del Veneto, con il coordinamento della Direzione Turismo e delle rispettive Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni. In base alle nuove evolute esigenze del turista, il ruolo dell'ufficio informazioni turistiche non si limita pertanto solo a restituire l'informazione ma suggerisce percorsi, tematismi ed esperienze territoriali che, grazie al sistema DMS e alle modalità organizzative a cui induce, consentono una maggiore completezza del servizio offerto con lo sviluppo di funzioni innovative, quali l'informazione online e l'introduzione di standard organizzativi e funzionali in grado di offrire un livello di prestazioni omogeneo in ambito regionale. Attualmente sono 81 gli uffici IAT riconosciuti dalla Giunta regionale e gestiti tramite accordi di collaborazione con i Comuni che hanno formulato apposita manifestazione di interesse, ai sensi della DGR n. 472/2020, e 199 gli info-point convenzionati con gli stessi Comuni e con le rispettive OGD. Nel 2023 si continuerà a dare seguito all'attività di ideazione, produzione e ristampa di materiale editoriale per gli uffici turistici. Le brochure a 24 pagine, i folder ad 8 pagine e le mappe a strappo in formato super A3 sono state adeguate al nuovo layout, reso più moderno e dinamico. Il tutto per andare incontro alle esigenze del turista già presente nella destinazione. Il materiale di accoglienza viene realizzato in collaborazione con gli uffici IAT, i Comuni e le OGD delle destinazioni interessate.

A.1.2.6. Procedere nello sviluppo della **Card Regionale** unica de-materializzata integrando servizi, prodotti ed agevolazioni delle diverse card di destinazione esistenti per favorire l'organizzazione e gestione dell'offerta turistica regionale; rafforzare la collaborazione tra diversi attori; favorire la conoscenza dei siti minori; gestire i flussi turistici; raccogliere dati e condurre analisi su profili e comportamenti del turista.

Nel 2022, grazie alla collaborazione di "Veneto Innovazione" e di alcuni partner esterni (Coopculture e Feratel) si è dato avvio al percorso per l'attuazione di questa azione del Programma Regionale per il Turismo, "Veneto, the Land of Venice Card". Si è quindi attuata una mappatura puntuale di tutti i sistemi di Card di destinazioni presenti in Veneto, dei rispettivi soggetti promotori e gestori, dei relativi contenuti, prezzi, modalità di funzionamento e distribuzione, ivi compresa l'analisi delle tecnologie a supporto. Si è poi avviata una ulteriore mappatura di servizi e contenuti integrabili e compatibili con il modello di Card ipotizzato. Nel 2023 si intende coinvolgere i soggetti promotori e gestori delle card di destinazione e altri potenziali partner nel processo per la realizzazione della card regionale che - utilizzando le convenzioni di card di destinazioni già esistenti (es. Venezia Unica, Verona Card, Padova Card, etc.) - possa risultare componibile dal punto vendita o dal turista stesso on line. La soluzione Card System individuata dovrebbe poi consentire di integrare nelle diverse declinazioni della Card regionale componibile (anche per tematismi), oltre agli attrattori e ai trasporti convenzionati con le attuali card di destinazione, anche i contenuti dei servizi turistici e delle esperienze già inserite nel DMS dalle stesse destinazioni.

Le card verranno definite attraverso diversi parametri di validità, di attivazione, di personalizzazione poiché ciascuna card può avere un proprio insieme di prodotti compresi e di prodotti dinamicamente abbinabili. La card sarà rappresentata da un codice univoco che può essere veicolato attraverso differenti tecnologie sia fisiche che "virtuali".



A.1.2.7. Definire un programma specializzato per l'accoglienza delle Olimpiadi invernali del 2026 d'intesa con la Direzione Grandi Eventi e in coerenza con il progetto "Veneto in Action".

Questa azione del Programma regionale per il Turismo 2022-2024 e del presente Piano Turistico Annuale si collega alle altre azioni del gruppo A1.2. Accoglienza e trova una più compiuta descrizione e attuazione nell'ambito del Piano Strategico "Veneto in Action - Towards the Olympic Games of Legality & Sustainability". Infatti, con DGR n. 174/2020 si è stabilito di avviare un percorso di avvicinamento alle Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026, mediante la costruzione di una strategia di promozione territoriale, di valorizzazione delle eccellenze venete, nonché di fusione tra il territorio veneto e il mondo. A tal fine, le Direzioni regionali interessate sono state coinvolte nella predisposizione di un vero e proprio Piano Strategico, alla cui stesura, le Direzioni Turismo e Promozione economica e Marketing Territoriale hanno contribuito con le parti dedicate al turismo sostenibile in vista dell'appuntamento olimpico.

Nel rinviare, pertanto, al dettaglio del citato Piano Strategico "Veneto in Action - Towards the Olympic Games of Legality & Sustainability", si riportano qui di seguito i principali obiettivi ivi delineati come contributo ad uno sviluppo turistico sostenibile, soprattutto del territorio bellunese, in funzione e in occasione dell'evento olimpico del 2026:

- 1. Supportare la destinazione nell'evoluzione della governance e dell'organizzazione turistica territoriale:** la possibilità per la destinazione di cogliere le ricadute derivanti dall'evento olimpico, presuppone una chiara capacità organizzativa e gestionale della destinazione stessa, un rafforzamento della sua governance e una forte coesione tra tutti gli attori del territorio. La realtà bellunese è stata la prima in Veneto a istituire una Destination Management Organization con una propria soggettività giuridica. Il permanere di alcune conflittualità a livello locale, la difficoltà ad accedere direttamente da parte della DMO a risorse sia pubbliche che private (imposta di soggiorno, fondi comuni di confine, contributi pubblici e privati), ha indotto i soggetti promotori della stessa (in primis Provincia, Comuni ed associazioni di categoria) a pensare di evolvere la forma giuridica dell'organizzazione di destinazione, da consorzio a fondazione di partecipazione mista pubblico-privato; questa evoluzione dovrebbe consentire alla DMO di accedere a maggiori risorse economiche utili anche per rafforzare la struttura organizzativa del personale attualmente molto esigua sul piano numerico. E' importante che la Regione del Veneto supporti, sia dal punto di vista della governance che degli strumenti di sostegno finanziario (ad es. attraverso le opportunità offerte dalle Politiche di Coesione 2021-2027), questa importante transizione riconoscendo poi, sempre più, la DMO quale interlocutore privilegiato per la programmazione turistica anche in vista dell'evento olimpico. La Regione del Veneto potrà affiancare la destinazione anche nell'azione di razionalizzazione ed efficientamento dell'organizzazione turistica territoriale oggi costituita da troppe, piccole, strutture di presidio (consorzi di vallata) che potrebbero gradualmente unificarsi per ambiti territoriali e prodotti turistici omogenei.
- 2. Favorire la diffusione della cultura dell'Accoglienza nella destinazione in vista dell'appuntamento olimpico e come elemento costitutivo della "legacy" dell'evento:** appare prioritario rafforzare la cultura dell'accoglienza attraverso la diffusione, declinazione e applicazione della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" nonché potenziare e rendere sempre più omogenea in termini di servizi e immagine coordinata la rete degli uffici informazione e accoglienza turistica (I.A.T.) e la rete di informazione e accoglienza diffusa (infopoint) anche



sviluppando ulteriormente il progetto “Le Porte dell’Accoglienza”. Entrambi i progetti rientrano nelle previsioni del Programma Regionale per il Turismo 2022-2024 ma vanno ulteriormente sviluppati e declinati in funzione dell’evento olimpico.

3. **Rigenerare l’offerta turistica in termini di servizi e di prodotto:** tra gli elementi di competitività che vanno sicuramente rafforzati in ambito montano, e in particolar modo nel territorio bellunese, vi sono l’ammodernamento e l’innovazione dell’offerta turistica in termini sia di servizi che di prodotti turistici. Negli ultimi anni, grazie ai “bandi montagna” con fondi regionali e al POR FESR 2014-2020, vi sono già stati interventi a sostegno delle imprese turistiche del territorio, ma le nuove Politiche di Coesione 2021-2027 possono costituire in tal senso una vera opportunità di rigenerazione dell’offerta.
4. **Organizzare l’offerta turistica sul digitale:** la presenza on-line è oggi un presupposto necessario per le attività di promo-commercializzazione dell’offerta turistica. Per non subire i cambiamenti di scenario e non dipendere totalmente dal ruolo delle Online Travel Agencies (OTA) è necessario che siano le destinazioni a favorire l’organizzazione dell’offerta turistica sul digitale avvalendosi del Destination Management System regionale attraverso una gestione integrata delle funzioni di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione. E’ inoltre importante dare avvio, anche nei territori coinvolti dai giochi olimpici, al progetto “Ecosistema Digitale Veneto” per favorire l’integrazione dell’offerta turistica organizzata attraverso il DMS con le informazioni e i contenuti di altre filiere.
5. **Milano Cortina 2026 come opportunità di valorizzazione del sistema turistico veneto:** l’appuntamento olimpico deve rappresentare anche un’importante occasione di valorizzazione di tutto il sistema turistico veneto. Questo potrà essere fatto attraverso un coinvolgimento delle destinazioni, dei loro stakeholder in un percorso di avvicinamento al 2026 che consenta di proiettare sulle eccellenze turistiche, enogastronomiche, artigianali ed ambientali del Veneto l’“effetto alone” prodotto dai grandi eventi e poi di capitalizzarlo in termini di “legacy”. In particolare, saranno programmati progetti, eventi e conferenze stampa all’interno degli stand istituzionali della Regione del Veneto ed eventi fuori salone, con appositi allestimenti grafici e materiali promozionali Milano Cortina 2026, nonché eventuali altre iniziative di promozione turistica dei territori e delle eccellenze del Veneto, in Italia e all’estero, in mercato di interesse.
Il format promozionale degli eventi potrà essere arricchito con la presenza di atleti e personalità del mondo dello sport, in collaborazione con la Fondazione Milano Cortina 2026 e con gli altri Enti interessati all’Evento olimpico.
6. **Accessibilità, inclusività e sostenibilità quali principi trasversali per favorire la competitività delle destinazioni turistiche coinvolte:** accessibilità, inclusività e sostenibilità ambientale, sociale ed economica, non saranno oggetto di specifiche azioni, ma sono considerati principi trasversali da applicare a tutte le attività connesse al percorso di avvicinamento a Milano Cortina 2026 e, a maggior ragione, in occasione dell’evento. Potranno però esservi alcune azioni (Carta dell’Accoglienza e dell’Ospitalità, Le Porte dell’Accoglienza, etc.) che più di altre si prestano a declinare operativamente tali principi.
7. **Protezione dei siti Natura 2000 e dei territori a parco nelle aree di gara e nei territori limitrofi:** I territori interessati dalle aree di gara e dell’intero territorio alpino e montano coinvolto dalle infrastrutture accessorie concorrono unitamente a tutti i siti naturali del Veneto al raggiungimento dei target indicati dalla Strategia Europea per la Biodiversità al 2030 (SEB 2030) e dalla Strategia Nazionale in fase



di definizione. In tal senso sarà importante monitorare l'impatto dell'evento olimpico sulle aree maggiormente interessate.

A.2. APPROCCIO BUSINESS TRASVERSALE: IMPRESE, PRODOTTI, RICERCA e SVILUPPO

A.2.1. LATERALITÀ / LABORATORI

A.2.1.1. Avviare un programma regionale coordinato di certificazioni ambientali (per imprese e destinazioni) con la prospettiva di pervenire ad un marchio unico oggettivo di sostenibilità: descrivere attività con progetto sostenibilità di Cà Foscari e progetti certificazioni GSTC di alcune destinazioni

Negli ultimi anni, la Regione del Veneto è stata molto impegnata nel diffondere la cultura della sostenibilità in ambito turistico. In particolare, grazie al progetto Interreg Italia Croazia [Take It Slow](#), è stato di recente varato un vero e proprio [Manuale della Sostenibilità](#) frutto di un interessante [programma di formazione](#) svoltosi nella primavera del 2022, con cui si è inteso stimolare destinazioni ed operatori turistici verso un turismo lento, smart, sostenibile e accessibile, valorizzando il patrimonio naturale e culturale della costa e dell'area interna e rurale. Nelle scorse settimane si è avviata la diffusione del Manuale tra gli operatori che hanno partecipato al corso e tra i contatti raccolti in questi anni.

Nel corso del 2023 si intende diffondere e declinare il *Manuale della sostenibilità* anche nelle destinazioni in abbinamento con la Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità (vedasi azione A.1.2.3.)

Parallelamente alle iniziative regionali, sono state adottate nel tempo dalle destinazioni diverse strategie volte a favorire uno sviluppo sostenibile del turismo e del territorio, anche attraverso apposite certificazioni ambientali e turistiche (Emmas, CETS, Mab Unesco, European Toolkit for sustainable destinations e recentemente la [GSTC](#)).

Per rispondere agli obiettivi di messa a sistema delle diverse iniziative, nel 2022 la Regione del Veneto ha partecipato, assieme a due destinazioni pilota (Chioggia-Sottomarina e Cavallino Treporti) ad un progetto sulla sostenibilità sviluppato dal Dipartimento di Economia dell'Università Ca' Foscari di Venezia, per mettere a punto uno standard che funga da minimo comune denominatore delle diverse iniziative e consenta di verificarne lo stato di avanzamento ed evoluzione. Le risultanze di questo progetto sono state presentate in occasione di un convegno tenutosi il 30 novembre 2022, presso la sede di Ca' Foscari e ora si sta valutando se vi siano i presupposti per sviluppare degli indicatori permanenti sul tema della sostenibilità da integrare nell'ambito dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato.

A.2.1.2. Avviare un percorso di condivisione con gli stakeholder e le categorie economiche degli altri settori coinvolti anche in direzione di un crescente co-marketing in una logica di marca regionale unica integrata (promozioni incrociate, comunicazione congiunta, ecc.)

Questa azione è connessa al gruppo di azioni A 3.1. Marca ed in particolare alle attività da realizzarsi in collaborazione con Unioncamere del Veneto per estendere l'utilizzo del Marchio ombrello "Veneto the Land of Venice", quale marchio collettivo, coinvolgendo anche imprese di filiere diverse da quella turistica.



A.2.1.3. Realizzare un percorso di eventi di stimolo e sostegno alla nuova imprenditorialità con momenti sia periferici che centrali/trasversali:

E' un'attività da collegarsi all'avvio delle nuove Politiche di Coesione 2021-2027 e ai fondi dei PR FESR e FSE+. Anche se in questa programmazione non è prevista un'azione specifica del turismo per le start up, saranno invece messe in atto misure di sostegno per nuova imprenditorialità trasversali a turismo, cultura, artigianato, ambiente nelle quali potranno quindi inserirsi anche nuove imprese collegate alla filiera turistica. Inoltre, come descritto all'azione A.4.4.8. si sta ipotizzando l'adesione della Regione del Veneto ad un acceleratore di start up innovative nell'ambito del turismo e della cultura che avrà sede a Venezia e che vede anche la partecipazione del Ministero del Turismo.

A.2.1.4. A partire dalle analisi di scenario del presente piano e di quelle dell'Osservatorio Turistico Regionale Federato, andranno approfonditi e sviluppati specifici temi e proposte sui punti di interconnessione delle filiere (.):

Nell'ambito delle attività del PTA 2023 si intende dare soprattutto continuità alla strategia sul cicloturismo veneto con il progetto "Cycling in the Land of Venice" in coordinamento con i rispettivi club di prodotto, con l'attuazione della Legge regionale n. 35/2019 di promozione del cicloturismo e alla strategia regionale per il prodotto Cammini in collaborazione con UNPLI Veneto ed Itineraria in attuazione della Legge regionale n. 4/2020 di valorizzazione della "Rete dei Cammini del Veneto".

A) IL CICLOTURISMO

1. La strategia della Regione Veneto per lo sviluppo del cicloturismo

Il Veneto, grazie alle condizioni climatiche, alla concentrazione di città d'arte, alla conformazione geografica, alla varietà dei paesaggi e alla ricchezza enogastronomica è una destinazione cicloturistica con grandi potenzialità di sviluppo. Al fine di potenziare questi flussi turistici la Regione Veneto ha promosso un processo di sviluppo che si è concretizzato nelle seguenti principali iniziative:

- a) Identificazione e infrastrutturazione nel tempo di una rete dei percorsi ciclabili denominata Rete Escursionistica Veneta (REV), costituita attualmente da 5 Itinerari e 7 Escursioni;
- b) Segnaletica: Progetto esecutivo di attuazione – tramite un accordo a partire dal 2020 con Veneto Strade – di un Piano regionale di segnaletica turistica, che implementa il nuovo manuale della Segnaletica e che riguarda sia i percorsi cicloturistici (slow bike-mountain bike) sia le ippovie che i percorsi escursionistici;
- c) Promozione cicloturismo Slow - MTB – Road Bike: Promozione del "Veneto Bike", con la creazione e diffusione di una serie di supporti informativi e divulgativi (brochure, schede-itinerario, mappe, itinerari georeferenziati scaricabili dal sito regionale).

2. I prodotti cicloturistici della Regione Veneto

CICLOTURISMO SLOW

Per quanto concerne il cicloturismo slow o leisure, la Regione Veneto ha selezionato **5 itinerari e 7 escursioni giornaliere** per scoprire le ricchezze storico-artistiche e paesaggistiche del proprio territorio. Gli itinerari sono funzionali ad un



turismo in bicicletta di più giorni, le escursioni si riferiscono ad un turismo con la bicicletta prevalentemente giornaliero.

Percorsi cicloturistici della regione Veneto, divisi in Itinerari (I) ed Escursioni (E)

ITINERARI

- I1 Lago di Garda – Venezia
- I2 Anello del Veneto
- I3 La via del Mare
- I4 Dolomiti – Venezia
- I5 Treviso Ostiglia (aggiunto nel 2018)

ESCURSIONI

- E1 Lunga via delle Dolomiti
- E2 Anello dei Colli Euganei
- E3 Anello della Donzella
- E4 il GiraSile
- E5 Ciclovie Isole di Venezia
- E6 Ciclovía del Fiume Mincio
- E7 Riviera Berica

Sulla base di indagini svolte presso esperti ed operatori **l'itinerario I1 Lago di Garda - Venezia** è il tratto ciclabile più richiesto dai turisti che pedalano in Veneto. Al secondo posto è stato nominato l'itinerario 3, ovvero **la Via del mare**, anche se la critica principale riguarda il fatto che non viene percepito come itinerario unico ma è un asse che alimenta tre flussi: Venezia - Trieste, Venezia - Ravenna e Venezia - Mantova. **C'è accordo fra gli esperti nell'assegnare all'itinerario 4 (Dolomiti - Venezia) un elevato potenziale futuro di attrattività turistica**, e nel riconoscere **l'Anello del Veneto** (itinerario 2) come un prodotto da rigenerare alla luce dei problemi di fruibilità di alcuni tratti e la sovrapposizione di alcune tappe.

Altri itinerari, segnalati dagli operatori nel corso di processi partecipativi, quali **La Ciclovía del Brenta** e la **Ciclovía dell'Adige**, saranno oggetto di considerazione nella pianificazione futura, anche tenuto conto delle indicazioni del **Piano Regionale della Mobilità Ciclabile** (declinazione del PIANO REGIONALE TRASPORTI).

CICLOTURISMO SPORTIVO (Road Bike – Mountain Bike - Gravel)

Il Veneto è un'area **vocata** anche al **cicloturismo sportivo sia road che mountain bike** grazie alla presenza delle colline, della Pedemontana, delle Prealpi e delle Dolomiti. All'interno della Regione sono presenti aziende che hanno fatto la storia del ciclismo e che continuano ad essere ai vertici dei mercati internazionali per quanto riguarda la produzione di biciclette, accessori e abbigliamento. Un altro punto di forza del territorio è senza dubbio la diffusione del ciclismo sportivo al cui interno troviamo società ed associazioni in grado di **organizzare** numerose gran fondo e gare di livello europeo ed internazionale. In forte espansione anche nella nostra regione il fenomeno del **ciclismo Gravel**, un segmento di mercato che si differenzia per coinvolgere *personas* con un'attitudine al viaggio, alle esperienze leisure ma allo stesso tempo utilizzare biciclette sportive e strumentazioni digitali. Nell'ambito di questo contesto, si potranno prevedere eventualmente educational tour con esperienze escursioni gravel che mirino a far conoscere alcune aree strategiche del territorio regionale per questo tipo di turismo.



3. Lo stato dell'arte del cicloturismo in Veneto

Il cicloturismo è un fenomeno di grandissimo interesse turistico per il Veneto, i cui **punti di forza** sono:

- **Trend di mercato in crescita**, grazie al sempre maggiore interesse per la vacanza attiva, quale mix di sport, natura, esperienza slow e paesaggio;
- **Mercati di qualità con buona capacità di spesa** (da 120 €/giorno cicloturismo leisure a 190 €/giorno cicloturismo sport);
- **Capacità di differenziare e rigenerare le destinazioni turistiche**, sia come esperienza turistica dedicata (vacanza in bicicletta) sia come turismo complementare alle forme tradizionali (spiaggia + bici, terme + bici...)
- Valorizzazione delle nuove **infrastrutture (piste ciclabili) realizzate dalla Regione**, che generano significative filiere economiche di territorio e vengono utilizzate moltissimo anche dai residenti.

Infatti le piste ciclabili con finalità turistiche hanno una buona funzionalità anche per la ciclabilità urbana o rurale, e questo è un esempio di come il turismo possa essere inteso come un bene comune per le comunità locali.

Il cicloturismo sconta anche alcune **criticità** da superare quali:

- La realizzazione di piste ciclabili e ciclovie non è sempre all'altezza degli standard turistici;
- Vi è difficoltà nella gestione dell'infrastruttura da parte di una molteplicità di soggetti, specie se si tratta di Itinerari, che intercettano territori ampi, con molti soggetti, pubblici e privati.
- Difficoltà di gestione del prodotto turistico da parte degli operatori turistici (solo una parte degli elementi che compongono il servizio è gestito direttamente dalla filiera turistica) e dalle organizzazioni di gestione del turismo;

Le azioni più utili per fare del Veneto una destinazione cicloturistica efficiente ed attrattiva a livello europeo riguardano:

GOVERNANCE

- Coordinamento fra enti locali, anche a più livelli, per l'attività di manutenzione delle infrastrutture;
- Il cicloturismo è una classica forma di turismo territoriale che richiede una organizzazione turistica di destinazione (OGD – DMO). Occorre pertanto trovare accordi fra OGD per garantire la gestione del prodotto (manutenzione infrastruttura, accordo sui servizi accoglienza e ricettività, strategia di promozione-commercializzazione) Esempio: La ciclovia Bolzano – Lago di Garda Venezia (Tour italiano più venduto in Europa) attraversa 8 su 17 OGD del Veneto. Una buona pratica replicabile è il Piano di gestione della pista ciclabile Treviso - Ostiglia che vede nella Federazione del Camposampierese l'ente gestore dell'infrastruttura e nel Marchio d'Area Valle Agredo il coordinatore del prodotto turistico.

INFRASTRUTTURE

- Standard di qualità delle piste;
- Garantire la gestione e manutenzione ordinaria e straordinaria delle opere e della segnaletica.

SERVIZI TURISTICI



- **Ospitalità:** In Veneto, negli ultimi anni si sono diffuse numerose strutture ricettive specializzate in questo settore (bike hotels) anche grazie alle progettualità regionali (es. POR FESR 3.3.4 b e c). E' utile sostenere club di prodotto (reti fra imprese) al fine di concordare azioni di promozione-commercializzazione che tengano conto della strategia regionale per il cicloturismo.
- **Servizi di accompagnamento, trasporto, noleggi**
Sviluppare i servizi che garantiscano l'intermodalità nel trasporto (bici + treno, bici + bus, bici + barca) del turismo è garantita da servizi privati. Occorre stimolare la diffusione di nuove imprese per garantire il servizio intermodale su scala di destinazione e su scala di lunga percorrenza. Attualmente questo settore è presidiato da operatori stranieri che portano fuori della nostra regione l'utile di questa attività turistica.
Bici e barca nelle lagune venete: si tratta di uno dei punti di forza del sistema cicloturismo veneto che è ostacolato da una normativa complicatissima. Occorre semplificare, coordinare interventi e non aggiungere nuove norme.

COMUNICAZIONE PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

- Il segmento di mercato è specialistico e, in quanto tale, richiede interventi specializzati. Bene le progettualità specifiche con coordinamento tra interventi su carta e su web.
- Sarebbe molto utile trovare forme di co-marketing con la filiera della bicicletta in Veneto, regione che è ancora una delle aree più importanti al mondo per quello che riguarda la bicicletta, il ciclismo e l'accessorio. Telaisti (Pinarello 1 operatore della bicicletta da corsa, Esperia 1 gruppo italiano della bicicletta) Selle (leader mondiali) Abbigliamento (leader mondiali) Caschi e occhiali (leader mondiali) Editoria specializzata (leader nazionali) Fiere (leader italiani) gare ciclistiche (leader mondiali) campioni dello sport.

4. Prosecuzione progetto "Cycling in the Land of Venice"

La competitività del sistema turistico veneto nel segmento "cicloturismo leisure" dipende principalmente da due fattori: la qualità delle infrastrutture e la qualità dei servizi offerti dagli operatori. Da questo punto di vista il progetto "Cycling in the Land of Venice" ha inciso sul processo di coordinamento dei diversi soggetti che compongono la filiera turistica. La costituzione dei club di prodotto ha costituito un primo nucleo di operatori specializzati attivi su tutto il territorio regionale. Il tavolo di coordinamento ha permesso di produrre la Carta dei Servizi, la quale è stata diffusa nel territorio grazie all'azione delle OGD. Per l'anno 2023 si propongono due linee di azione: attività di miglioramento dell'offerta e attività di comunicazione e promozione.

Attività di miglioramento dell'offerta

1. Rigenerare il tavolo degli operatori del cicloturismo: al fine di dare nuovo impulso alla strategia regionale e rafforzare il coordinamento tra operatori si propone di prevedere un calendario di 5 incontri tra direttori di destinazione, referenti club di prodotto, organizzatori di eventi, rappresentanti delle industrie di cicli e accessori al fine di: programmare e coordinare l'organizzazione degli eventi sportivi e leisure; stimolare un miglioramento dell'offerta di servizi e di nuovi prodotti, diffondere l'utilizzo degli strumenti regionali (DMS, siti ufficiali, Veneto Outdoor, Carta dei Servizi).

2 Il sistema turistico regionale si caratterizza per una vastità di offerta che pochi territori in Europa possono vantare, questo aspetto riguarda anche il cicloturismo. Il territorio regionale è un contesto ideale per ogni segmento di mercato dalle discipline sportive alle pratiche ricreative. Negli anni passati l'azione della Direzione Turismo ha



presidiato principalmente i segmenti leisure (escursioni e viaggi), mettendo in secondo piano i segmenti sportivi. Il PTA 2023 propone di sostenere l'organizzazione dell'offerta MTB (mountain bike), un segmento importante per le destinazioni di montagna e collina. In particolare si propone di coordinare l'azione delle OGD interessate per diffondere buone pratiche e standard di prodotto. L'obiettivo è quello di presentare un'offerta MTB coordinata ed equivalente a quella degli altri segmenti di mercato: percorsi segnalati, sicuri, servizi garantiti, comunicazione omogenea e coordinata. Si tratta di diffondere e coordinare alcuni Bike Park, prodotto largamente diffuso nelle destinazioni alpine.

Attività di comunicazione e promozione

- Il PTA 2022 ha permesso di sperimentare nuovi strumenti editoriali per la comunicazione e promozione del cicloturismo leisure, come le carte strappo tematiche che hanno il pregio di valorizzare la rappresentazione del territorio con cartografie di qualità e immagini curate nel dettaglio ed essere meno costose delle vecchie schede cicloturistiche. Si propone di rafforzare questa tipologia di strumento anche per il segmento MTB. Questa azione è pensata anche per dare concretezza al lavoro di coordinamento delle destinazioni interessate dal cicloturismo MTB.
- La seconda azione di comunicazione e promozione cerca di dare sostegno agli eventi. Il contributo regionale dovrà essere concesso solo se si rispettano alcuni requisiti di qualità: progettazione concertata con il tavolo del cicloturismo regionale, uso di strumenti regionali per promozione e prenotazione (DMS), immagine coordinata, condivisione contatti e mailing list, veicolare correttamente l'offerta regionale.

5. Iniziative di attuazione della Legge regionale 8 agosto 2019, n. 35 "Promozione del Cicloturismo e istituzione del logo "Venice Bike Lands"

La legge regionale promuove il cicloturismo quale strumento di diversificazione dell'offerta turistica eco-sostenibile, nel rispetto dell'ambiente e del paesaggio rurale del territorio regionale, con la consapevolezza che da un lato cresce il numero di piste ciclabili di lunga percorrenza con finalità turistico-ricreative e dall'altro diventa sempre più importante trovare il soggetto gestore in grado di coordinare le finalità ciclabili e turistiche tra i diversi enti proprietari delle infrastrutture. Anche grazie alle significative risorse messe a disposizione dal PNRR, sono in programma l'apertura di nuovi cantieri per realizzare ciclovie di interesse nazionale e regionale. Per questa ragione la legge regionale 35/2019 può agire favorevolmente per sostenere la strategia di rafforzamento del cicloturismo in Veneto come già fatto nel corso degli anni 2021/2022. In questo arco di tempo, infatti, è stato possibile sperimentare il riconoscimento dei primi soggetti gestori in grado di operare su ciclabili comprese nella Rete Escursionistica Veneta: Federazione dei Comuni del Camposampierese (Ciclovie Treviso - Ostiglia) Provincia di Padova (Anello dei Colli Euganei). Nel corso del 2023 saranno attivate azioni per uniformare la strategia gestionale con le indicazioni tecniche contenute nel Piano Regionale della Mobilità Ciclabile (PRMC) e per valutare la possibilità di estendere i modelli gestionali anche in altre ciclovie regionali. Eventuali attività di promozione sostenute dalla legge 35/19 dovranno raccordarsi con gli strumenti e le azioni messe in luce nel paragrafo precedente: condivisione della strategia comunicativa con le direzioni Turismo e Promozione turistica e Marketing Territoriale della Regione del Veneto, coinvolgimento delle OGD competenti nei territori attraversati dalle ciclovie, uso dell'immagine coordinata regionale e utilizzo di strumenti digitali quali DMS, siti internet di destinazione, Veneto outdoor.

Ai fini di garantire il successo della strategia a sostegno del cicloturismo è opportuno ribadire l'importanza della collaborazione con Veneto Strade, la quale nel 2023 completerà la sostituzione della segnaletica lungo le ciclovie della REV, intervenendo sulle



tappe mancanti degli itinerari Anello del Veneto e Dolomiti Venezia in accordo con gli enti locali e quelli turistici. Grazie alle professionalità di Veneto Strade sarà ripensata la modalità di monitoraggio della frequentazione lungo le ciclabili, introducendo tecnologie più affidabili e sistemi aperti di condivisione dei dati, in modo da alimentare l'Osservatorio Turistico Integrato e Federato. Attraverso la convenzione con Veneto Strade, inoltre, si rafforzerà il prodotto road bike sulle salite del Giro d'Italia, con la posa di segnaletica promozionale.

B) LA STRATEGIA DI VALORIZZAZIONE DEI CAMMINI VENETI

Iniziative di attuazione della legge regionale 30 gennaio 2020, n. 4 "DISPOSIZIONI PER IL RICONOSCIMENTO, LA VALORIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEI CAMMINI VENETI"

Con la Legge regionale 30 gennaio 2020, n. 4 "Disposizioni per il riconoscimento, la valorizzazione e la promozione dei Cammini veneti", la Regione del Veneto ha inteso favorire la diversificazione della propria proposta turistica anche mediante lo sviluppo di nuove forme di offerta di turismo sostenibile, quali i cammini, intesi come percorsi fruibili a piedi, in regime di pratica di attività escursionistica o di attività ricreativa ed all'aria aperta.

Per il conseguimento delle finalità della legge, la Regione definisce ed individua la Rete dei Cammini Veneti, prevedendo che la stessa sia costituita da itinerari, da percorrere a piedi, che collegano fra loro luoghi accomunati da significativi e documentati fatti storici o da tradizioni storicamente consolidate di interesse storico, culturale, religioso, naturalistico, ambientale, paesaggistico ed enogastronomico.

In particolare, la Rete dei Cammini Veneti comprende, secondo i criteri definiti dall'art. 2 della L.R. n. 4/2020:

- a) itinerari culturali riconosciuti da parte del Consiglio d'Europa, ivi compresi quelli per i quali è in corso la valutazione per il riconoscimento di itinerario culturale;
- b) cammini interregionali, riconosciuti dal Ministero competente in materia di beni e attività culturali e di turismo in accordo con le Regioni interessate;
- c) cammini interregionali riconosciuti a seguito di intese con altre Regioni o accordi con enti locali;
- d) cammini riconosciuti dalla Regione quali cammini locali di interesse regionale, ai sensi dell'articolo 4.

Al fine di dare attuazione operativa alla legge, con DGR n. 962 del 14 luglio 2020 si è provveduto ad istituire, ai sensi dell'art. 5 della L.R. n. 4/2020, il Registro della Rete dei Cammini Veneti (RCV) e a definire modalità e termini per l'iscrizione, l'aggiornamento e la pubblicizzazione. Con DGR n. 261 del 1° settembre 2020, si è provveduto quindi ad approvare le procedure e le modalità per il riconoscimento dei cammini locali di interesse regionale, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 4 della L.R. n. 4/2020. Sono state quindi disciplinate con DGR n. 1389 del 16 settembre 2020, ai sensi dell'art. 3, comma 4 della citata norma regionale, le modalità per la costituzione, il riconoscimento e il funzionamento dei Consorzi di gestione dei Cammini, specificando altresì con maggiore dettaglio, i soggetti gestori individuati dall'art. 3, comma 1 della legge stessa.



Successivamente, allo scopo di favorire l'evoluzione della Rete dei Cammini del Veneto, nel rispetto delle finalità della L.R. n. 4/2020, da "itinerari" a "prodotti turistici" ovvero strutturati negli aspetti organizzativi, nelle competenze, nei servizi e nella comunicazione, si è ritenuto opportuno adottare da parte della Giunta regionale una strategia per la valorizzazione turistica della Rete dei Cammini del Veneto, e più in generale, per incentivare la sinergia tra i cammini e gli altri itinerari fruibili a piedi e/o in bicicletta, allo scopo di costruire un'offerta competitiva nel settore del turismo slow che, specie a fronte dei bisogni espressi dai turisti nel periodo post-pandemia, costituisce un asset turistico assolutamente prioritario, come peraltro ribadito nel Programma Regionale per il Turismo - Piano Strategico del Turismo Veneto 2022-2024.

Pertanto, con DGR n. 1072 del 30 agosto 2022 si è proceduto, in attuazione dell'art. 7 della L.R. 4/2020, all'adozione del **"Programma regionale per la valorizzazione turistica dei Cammini del Veneto"**, quale documento di indirizzo regionale per la conoscenza, lo sviluppo e la valorizzazione dei cammini, che ha individuato gli ambiti di intervento necessari per un corretto sviluppo della Rete dei cammini, in grado di favorire la strutturazione di un'offerta turistica articolata e competitiva.

Questo è stato il risultato di un percorso partecipato, guidato dalla Regione - tramite la Direzione Turismo e con il supporto operativo del Comitato Regionale Unpli Veneto- APS - in collaborazione con le Associazioni di gestione dei Cammini, attivato con DGR n. 1732 del 15 dicembre 2020, ai fini della conoscenza e della valorizzazione dei cammini veneti.

A partire dall'entrata in vigore della L.R. n. 4/2020 sono state elaborate o sono in fase di elaborazione, da parte di enti e associazioni a livello locale, svariate proposte di cammino a diversi livelli di avanzamento, alcune delle quali sono state presentate e sono in fase di esame da parte della Regione. L'analisi e il relativo percorso di ascolto, mediante incontri dedicati con le Associazioni di gestione dei cammini, effettuata nel corso del 2021 sui principali cammini che interessano il territorio veneto, ha consentito di individuare, relativamente a un campione significativo di esperienze a livello regionale, le criticità e i punti di forza - tramite analisi SWOT - degli stessi, allo scopo di definire alcune direttrici lungo cui orientare un percorso strategico per la valorizzazione dei Cammini del Veneto e la loro graduale evoluzione a prodotto turistico.

Da questo percorso è emersa una "vision" della strategia regionale dei cammini, sintetizzabile nei seguenti punti:

- i cammini attualmente riconosciuti dalla Regione del Veneto non sono ancora un "prodotto turistico"; i cammini fanno parte dell'offerta di "turismo slow" del territorio veneto e non ha senso considerarli come una proposta separata dalle altre proposte "slow bike" o di carattere escursionistico, con cui deve essere armonizzata ed integrata;
- è fondamentale che le Associazioni di gestori dei Cammini si coordinino con la/le OGD (Organizzazioni di Gestione della Destinazione) locale/i in modo da armonizzare il prodotto "cammini"; con il resto dell'offerta turistica della destinazione e regionale;
- Nel riordino del settore, la tecnologia digitale avrà un'importanza strategica. In particolare, per la Regione del Veneto, che ha già scelto la piattaforma *Outdooractive* come database geografico per gli itinerari turistici, risulterà strategica l'integrazione funzionale fra l'App *Veneto Outdoor* per l'orientamento sul territorio, il DMS regionale (Deskline 3.0) per la gestione delle strutture di accoglienza e dei punti d'interesse e il Portale turistico www.veneto.eu, per rendere chiara, fruibile e competitiva l'offerta.



La necessità di costruire e sviluppare il prodotto outdoor “Cammini del Veneto” per arrivare alla definizione e alla condivisione dei Cammini come veri e propri prodotti turistici, viene declinata attraverso l’individuazione di “ambiti di intervento”, ovvero in azioni a carattere operativo finalizzate a dare corpo alla strategia regionale per i cammini, così individuate:

a) definizione della strategia per la valorizzazione turistica dei “Cammini Veneti” e della “Carta dei Servizi”, ovvero del disciplinare che definisca le caratteristiche che dovranno avere gli itinerari, le strutture di accoglienza e i fornitori di servizi, per poter essere parte integrante del prodotto turistico “Cammini”;

b) sopralluoghi sul campo per incontrare le associazioni locali e verificare insieme a loro gli eventuali aspetti critici (o da valorizzare) dell’itinerario, procedendo alla rimodulazione, ove necessario, dell’offerta dei cammini in virtù della domanda del mercato (Business Oriented Approach) e valorizzando i punti di forza dell’itinerario;

c) mappatura dell’esistente tramite le piattaforme standard già utilizzate dalla Regione del Veneto, ovvero *Outdooractive* per gli itinerari e il DMS regionale (Deskline 3.0) per le strutture di accoglienza e i punti d’interesse, in modo da censire e georeferenziare gli itinerari, le strutture di accoglienza, i fornitori di servizi e le attrattive del territorio, con la creazione di una mappa interattiva, che funga da Atlante digitale dei “Cammini del Veneto”;

d) incontri con le OGD e i consorzi turistici locali, promuovendo e facilitando il contatto e le relazioni operative tra le associazioni che gestiscono i cammini e le OGD locali, incoraggiando lo scambio e la sinergia, in modo da inserire a tutti gli effetti i cammini nella proposta turistica del territorio;

e) incontri informativi e formativi: dopo aver messo on line la piattaforma, il passo successivo riguarderà l’informazione e la formazione delle associazioni locali e degli operatori turistici attraverso:

- incontri informativi sul progetto, per operatori turistici, funzionari, addetti agli info point, associazioni territoriali;
- attività di formazione dei gestori di strutture ricettive, affinché comprendano le potenzialità del progetto e della piattaforma;

f) integrazione nel portale regionale www.veneto.eu: una volta inseriti gli itinerari in Veneto Outdoor, bisognerà procedere all’integrazione anche all’interno del portale regionale www.veneto.eu. Sarà quindi necessario procedere all’implementazione e allo sviluppo della sezione Outdoor del sito www.veneto.eu, in modo tale che possa promuovere l’offerta di percorsi e itinerari del prodotto “Cammini del Veneto” e contestualmente anche di tutti gli altri target (Bike, Trekking, Family, Disabili, ecc.);

g) promozione: dopo aver costruito o riordinato l’offerta, seguiranno azioni di promozione verso il grande pubblico nazionale e internazionale, Business to Consumer e Business to Business. Anche in questo caso i Cammini dovranno essere comunicati come parte dell’offerta “slow tourism” della Regione del Veneto;

h) monitoraggio e Carta del Viandante. Per l’attività di monitoraggio dei flussi turistici generati dai cammini si potrà implementare una “**Carta del Viandante**” con un *QRCode* che possa aggiungersi alla credenziale dei singoli cammini, che dia diritto a sconti e/o premialità consentendo il tracciamento dei flussi almeno a livello di tendenze.



Per avviare concretamente le azioni a carattere operativo sopra descritte, in attuazione del Programma regionale per la valorizzazione turistica dei “Cammini del Veneto”, con DGR n. 1465 del 18 novembre 2022, la Direzione Turismo ha proceduto all’espletamento degli atti per l’acquisizione dei servizi funzionali alla realizzazione di tali azioni.

Pertanto, nel 2023 si procederà a dare attuazione alla “road map” delineata nei punti precedenti, che potrà essere ulteriormente favorita dai bandi rivolti ai soggetti gestori di cammini veneti riconosciuti, o in via di riconoscimento, ai sensi della citata legge regionale n. 4/2020, al fine di favorire la trasformazione di cammini da “itinerari” a veri “prodotti turistici”.

C) GOLF

Il golf ha rappresentato una delle poche discipline risparmiate dalle restrizioni imposte dal coronavirus, in quanto il gioco si svolge prevalentemente all’aria aperta e non prevede contatti ravvicinati ma grandi distanze tra i giocatori. In molti sono tornati a praticarlo dopo averlo abbandonato per anni, mentre nuovi giocatori ormai valutano la presenza del campo da Golf come un parametro di scelta della destinazione turistica. Il Veneto è una delle regioni più attive in Italia nel collegamento di questo sport con il turismo, grazie anche alla nascita di reti di impresa e sinergie con i Consorzi di promozione turistica.

Nel corso del 2022 è stata autorizzata la prosecuzione del progetto interregionale “Italy Golf & More”, in collaborazione con le Regioni Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Sardegna, Toscana Promozione Turistica, l’Agenzia Nazionale Italiana del Turismo e la Federazione Italiana Golf, attraverso la sottoscrizione di un nuovo Accordo valido per il triennio 2022-2204. La Regione ha aderito e finanziato le nuove attività relative all’annualità 2022. Al fine di dare continuità alle iniziative di promozione del settore turistico legato al golf si prevede di confermare l’adesione per le annualità 2023 e 2024 al citato Accordo, anche in previsione della “Ryder Cup”, la più prestigiosa competizione internazionale di golf che si disputerà a Roma nel 2023. Ospitare in Italia la “Ryder Cup” dal 25 settembre al 1° ottobre 2023, rappresenta infatti un appuntamento unico ed eccezionale dal punto di vista della promozione turistica, in quanto il torneo di golf attirerà gli appassionati di tutto il mondo grazie soprattutto alla copertura mediatica della manifestazione. Si tratta, infatti, del terzo evento sportivo al mondo più seguito, dopo le Olimpiadi e la Coppa del Mondo di calcio. L’evento si svolgerà su sei giornate complessive, di cui tre di pratica e tre di gara, durante le quali una selezione dei migliori golfisti europei e americani si sfideranno per contendersi il prestigioso trofeo. Con l’arrivo della “Ryder Cup” a Roma, la visibilità dell’Italia verso i milioni di turisti golfisti di tutto il mondo sarà ad altissimi livelli, grazie ai 50 mila spettatori al giorno che vi parteciperanno, e ai 160 paesi collegati in diretta televisiva da oltre 600 milioni di abitazioni sparse nel mondo.

D) VALORIZZAZIONE TURISTICA DEI SITI PATRIMONIO UNESCO

Intraprendere un viaggio nelle meraviglie che il Veneto può offrire, significa percorrere itinerari che portano il visitatore a scoprire le molteplici sfaccettature di un territorio ricco di bellezze paesaggistiche, architettoniche, artistiche e culturali. Fra queste bellezze ci sono anche i siti dell’Umanità Unesco che in Veneto sono ben nove, rappresentando per numero di elementi iscritti alla World Heritage List Unesco la seconda regione in Italia.

La Lista del Patrimonio Mondiale – World Heritage List, nata dalla Convenzione Unesco 1972 per la Tutela del Patrimonio Mondiale Culturale e Naturale include i seguenti beni o insiemi di beni, che ricadono in tutto o in parte nel territorio della Regione del Veneto:

1. «Venezia e la sua Laguna», dal 1987 - culturale



2. «Città di Vicenza e le Ville Palladiane del Veneto», 1994-1996 - culturale
3. «Orto Botanico di Padova», 1997 - culturale
4. «Città di Verona», 2000 - culturale
5. «Dolomiti», 2009 - naturale
6. «Siti Palafitticoli Preistorici dell'Arco Alpino», 2011 - culturale
7. «Opere di Difesa Veneziane tra il XVI e XVII secolo», 2017 - culturale
8. «Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene», 2019 - paesaggio culturale
9. «Cicli affrescati del XIV secolo a Padova», 2021 - culturale. 2021

Nella consapevolezza dell'importanza strategica di questi territori, dal punto di vista turistico la Regione del Veneto ha ospitato negli ultimi due anni il "World Tourism Event - Salone Mondiale del Turismo "Città e Siti Patrimonio Mondiale Unesco", un importante appuntamento che ruota attorno al patrimonio culturale delle Città e dei Siti Unesco. Nel corso degli anni, nelle sue edizioni, accanto alla parte espositiva, il WTE si è arricchito di una parte scientifica progettata e implementata grazie ad un palinsesto mettendo insieme presentazioni, confronti, ricerche e analisi, volte alla valorizzazione del Patrimonio Unesco. Ambizione della Regione è di realizzare in Veneto la prima edizione della "Borsa Internazionale dei Siti Unesco", organizzando un importante workshop con la partecipazione di operatori turistico-ricettivi di tutto il mondo, specializzati nel turismo dei luoghi Patrimonio mondiale. La Borsa sarà un'occasione non solo di promozione dell'offerta turistica e di contatto tra domanda e offerta specifica, ma anche di confronto e di approfondimento sui temi Unesco a livello internazionale, grazie alla partecipazione di rappresentanti istituzionali e operatori dei diversi Paesi stranieri partecipanti.

E) PROGETTO BLUE ZONE

La Regione del Veneto, già a partire dal 2021, si è impegnata a sostenere le iniziative provenienti dal settore del Mare, che mirano a diffondere in maniera chiara il concetto di sicurezza e benessere delle spiagge della costa veneta e a riportare al centro dell'attenzione dell'offerta turistica il concetto di salubrità della vacanza al mare. Il Progetto "Costa Veneta - Zona Blu", nato per diffondere il concetto di sicurezza e benessere delle spiagge della Costa Veneta, si è rafforzato nel corso della stagione 2022 con la denominazione "Progetto Blue Zone", tanto da proporsi come modello applicabile ad altre aree turistiche del territorio regionale, in grado di estendersi anche ad altri tematismi turistici diversi da quello balneare, in primis quello del turismo dei laghi, quello termale e quello della montagna veneta, elevandosi così a buona pratica che, evolvendo fino a coinvolgere tutto il territorio del Veneto e le relative strutture ricettive, possa favorire un miglioramento della qualità della complessiva offerta turistica regionale.

Grazie alla sinergia tra la Regione del Veneto e la Rete di Imprese Venice Sands, nella stagione 2022, sono state conseguite le prime certificazioni alle aziende turistiche-balneari, che avevano iniziato il percorso di certificazione nel 2020. Anche in altre aree del territorio regionale, in particolare le aziende turistico-ricettive dell'area termale di Abano Montegrotto e quelle delle Dolomiti Bellunesi, è iniziato il percorso di certificazione, a conferma di quanto questa progettualità stia assumendo sempre più un ruolo importante, su tutto il territorio regionale, nel veicolare il concetto di sicurezza applicato al turismo. Il supporto a questa progettualità è stato confermato anche per il biennio 2023-2024, grazie alla sottoscrizione di un'apposita convenzione con la Rete di Imprese Venice Sands e l'Associazione Unionmare Veneto al fine di veicolare ai turisti il messaggio che, anche a conclusione della situazione di emergenza pandemica, l'attenzione per il tema della sicurezza sanitaria rimarrà elevata e che, grazie ad un impegno forte in questa direzione, si potrà conseguire un innalzamento della qualità dei servizi da offrire ai milioni di turisti che ogni anno frequentano le destinazioni turistiche venete.



A.2.1.5. Concentrazione delle attività relative al MICE, anche con la realizzazione di eventi itineranti in collaborazione con il network dei convention bureau, tenendo conto delle nuove tendenze della domanda (bleisure, smart/nomad-workers, etc.)

Il segmento del MICE (Meeting Incentive Congress Events) pur avendo ripreso nel corso del 2022 la propria attività, rimane uno dei comparti che nei prossimi anni dovrà rinnovare e adeguare la propria offerta ai mutati scenari internazionali e alla evoluzione della domanda di mercato. È probabile, infatti, che in futuro si rafforzino nuove tendenze come quella del bleisure, dello smart o nomad working da destinazioni leisure e il riutilizzo di spazi di convegnistica e congressi anche per attività di coworking. Questo ha già portato ad un parziale aggiornamento delle strategie regionali d'intesa con il Venice Region Convention Bureau Network (VRCBN), il network dei Convention Bureau (CB) del territorio regionale, riconosciuto dalla Regione Veneto, che raccoglie gli operatori turistici ed economici del settore della meeting industry e che include tipologie diversificate di operatori (organizzatori, location, fornitori servizi, trasporti ecc). Questo gruppo di lavoro, allargato ai rappresentanti delle principali associazioni di categoria del turismo veneto e con l'affiancamento dei tecnici della Direzione Turismo e della Direzione Promozione Economica e Marketing territoriale, coordinerà le attività a sostegno del segmento MICE anche per il 2023.

In particolare, si considera fondamentale proseguire l'attività avviata nel 2022 in collaborazione con Federcongressi & Eventi e l'Università di Cattolica di Milano relativa al focus sulla Regione Veneto all'interno del contesto nazionale della ricerca dell'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, al fine di poter disporre di serie storiche e poter confrontare i risultati raggiunti di anno in anno.

Si procederà con l'aggiornamento della brochure del Venice Region Convention Bureau Network, ripensando completamente la forma allineandola alle brochure regionali, al fine di poterla distribuire nei punti di accoglienza, presso i centri congressi, nelle fiere e workshop internazionali.

La promozione a mezzo web è oggigiorno fondamentale e imprescindibile: con il network dei CB si ritiene necessario procedere all'implementazione della sezione dedicata alla meeting industry all'interno del portale www.veneto.eu, anche attraverso l'utilizzo del DMS regionale, con informazioni, suggestioni, approfondimenti e il rimando ai siti delle singole destinazioni.

Si prevede inoltre di organizzare momenti formativi di networking, di confronto, di analisi dei dati e delle ricerche svolte per comunicare agli operatori del territorio le diverse iniziative, coinvolgendo le aziende del territorio nell'avvio della raccolta dati dell'Osservatorio.

La Regione del Veneto intende continuare a sostenere le attività del Venice Region Convention Bureau Network anche attraverso la partecipazione ad importanti manifestazioni di settore di rilevanza internazionale quale l'evento "IBTM World" a Barcellona 28/30 novembre 2023, presentando il Prodotto MICE sotto un'unica regia.

Sempre nell'ottica del sostegno e al fine di dare continuità all'evento itinerante a rotazione che ha toccato cinque delle sette province del Veneto, appuntamento consolidato della Meeting Industry veneta, si propone la realizzazione dell'iniziativa che prevede il coinvolgimento di buyers nazionali e/o internazionali con workshop nella destinazione



principale e l'organizzazione di educational tour, coinvolgendo così l'intero territorio del Veneto (settembre/ottobre 2023).

Inoltre, si propone la partecipazione della Regione del Veneto e del Venice Region Convention Bureau Network a specifici workshop in Italia o/e all'estero e/o la realizzazione di educational tour nel Veneto. Gli eventi da realizzare o ai quali si parteciperà, avranno lo scopo di offrire direttamente agli operatori di settore la possibilità di "vivere" la proposta MICE del territorio.

La Giunta regionale con propri provvedimenti potrà individuare ulteriori manifestazioni che dovessero essere ritenute importanti per il comparto della Meeting Industry.

Evento	settore	città	periodo
Evento Meeting Industry	Congressuale	Veneto	Settembre/ottobre 2023
IBTM - Incentive and Business Travel and Meetings Exhibition	Congressuale	Barcellona	28-30 Novembre 2023

Nella tabella sopra riportata non sono stati indicati gli eventi MICE in calendario nel 2023, già approvati con provvedimento di Giunta regionale, tra i quali IMEX Francoforte, dal 23 al 25 maggio 2023.

A.2.1.6. Favorire il coordinamento della Veneto Film Commission con le film commission territoriali che integri anche il gaming e valutare se sia percorribile un modello analogo per lo Sport

⇒ Attività di raccordo con altre Direzioni ed in particolare con le Direzioni: "Beni attività culturali e Sport" e "Promozione economica e marketing territoriale" per il rapporto con la "Veneto Film Commission" e con altre direzioni per quanto concerne Sport e gaming. Con riferimento alla Film Commission si darà avvio alle nuove misure del FESR a sostegno di imprese della filiera che gireranno o ambienteranno le loro produzioni in Veneto.



A.2.2. ACCESSIBILITÀ

A.2.2.1. Censire e mettere a sistema le esperienze di turismo per tutti

A.2.2.5. Promuovere una formazione/comunicazione trasversale per creare consapevolezza e conoscenza sul tema dell'accessibilità

Con riferimento a queste azioni è opportuno dare continuità a quanto avviato con il progetto [Tourism4All](#). Il progetto era stato presentato nell'ambito del Programma Europeo Interreg Italia - Croazia Progetti Standard, con l'obiettivo di promuovere un'ampia rete transfrontaliera di destinazioni turistiche accessibili, mediante la condivisione di approcci e metodi, nonché mediante il potenziamento e la promozione di servizi turistici per le persone con bisogni "speciali".

Il progetto è stato quindi sviluppato con azioni volte a migliorare la fruibilità, le informazioni e i servizi in dieci aree (siti naturali o culturali) a livello di partenariato, promuovendo altresì le destinazioni turistiche che dispongono di un'offerta di turismo accessibile e diffondendo il concetto di ospitalità turistica per tutti.

La Regione, partner del progetto, ha realizzato diversi interventi nell'area che comprende le Province di Venezia, Padova e Rovigo, focalizzati sul potenziamento dell'accessibilità in otto stabilimenti balneari della Costa Veneta. Sono state realizzate dieci guide in Comunicazione Aumentativa e Alternativa (CAA), e per sei di esse sono state prodotte mappe tattili (didascalie in braille, italiano, inglese) e modelli in 3D; tre video promozionali sull'accessibilità della costa veneta, (declinati in 3 lingue) e quattro tutorial sull'accessibilità, strumento a supporto degli operatori relativo ai temi della disabilità uditiva, visiva, intellettiva e motoria. Inoltre è stata realizzata la Carta: "La Cultura dell'Accessibilità in Veneto", un vademecum per gli operatori turistici con suggerimenti pratici per garantire l'accessibilità nel modo più efficace e semplice ed il catalogo delle destinazioni accessibili inclusivo delle esperienze dei partners. Infine, sono stati potenziati otto stabilimenti balneari in termini di accessibilità, con sedie specifiche da balneazione di varia tipologia, passerelle e pedane modulabili antisdrucchiolo per raggiungere la battigia e un audio faro a supporto dei bagnanti ciechi o ipovedenti.

Le citate attività sono state realizzate nel 2021. Nel corso dell'anno 2022 sono stati effettuati dei seminari focalizzati sui turisti con disabilità (chi sono e cosa cercano in vacanza), che hanno coinvolto le destinazioni venete e i loro operatori, sedimentando un'attenzione verso queste tematiche, oltre a iniziative di condivisione dei risultati.

Nel 2023 - come già avvenuto parzialmente nel 2022 - appare opportuno dare seguito a queste attività compatibilmente con le risorse di bilancio disponibili.

A.2.2.2. Sistematizzare sui territori le infrastrutture ed i servizi per il trasporto lento/sostenibile in una logica di "ultimo miglio"

A.2.2.3. Identificare e valorizzare le interconnessioni tra i sistemi di trasporto di raggiungimento e quelli di fruizione "lenta"

Con la Direzione Infrastrutture da tempo è stato costituito un "Tavolo per la mobilità ciclistica", al quale partecipano: le Direzioni regionali competenti, le Amministrazioni provinciali e la Città Metropolitana di Venezia, e gli stakeholders pubblici e privati del settore, quali F.I.A.B, allo scopo di esaminare e individuare soluzioni su temi della ciclabilità regionale, che intercettano sia aspetti di carattere infrastrutturale (es. progettazione e realizzazione di ciclovie nazionali e regionali) che aspetti legati alla gestione delle ciclovie, inclusi gli aspetti della fruizione turistica.

In tale contesto è stato aggiornato il Piano Regionale della Mobilità Ciclistica, documento di programmazione derivato dal Piano Regionale dei Trasporti, che include anche le



strategie regionali per i percorsi cicloturistici, di cui la REV (Rete Escursionistica Veneta) rappresenta attualmente la principale struttura portante.

A.2.2.4. Sviluppare in particolare, anche mediante la promozione di marchi d'area, un approccio sistematico allo sviluppo turistico delle aree interne

Nell'ambito dell'OP 5 OSii delle Politiche di Coesione 2021-2027 è previsto il sostegno ad attività di affiancamento per lo sviluppo delle strategie turistiche delle Aree Interne che portino alla costituzione di marchi d'area, quali strumenti di governance per destinazioni turistiche emergenti.

Gli interventi mirano a favorire modelli di organizzazione e gestione integrata delle destinazioni, attraverso lo sviluppo di "marchi d'area", quali strumenti di governance turistica e tramite la valorizzazione delle filiere produttive locali da porre in connessione con prodotti turistici slow & green (cicloturismo, cammini, ippoturismo, turismo fluviale, etc.). Ciò potrà essere fatto incentivando e sostenendo attività di affiancamento ai soggetti capofila delle strategie di aree interne, che portino alla costituzione di tavoli di coordinamento degli stakeholders territoriali, da evolvere poi in forme di presidio organizzato dei "marchi d'area". In tal modo si potranno creare i presupposti per intercettare altre misure delle politiche di coesione a sostegno delle imprese, delle loro aggregazioni (reti di imprese, club di prodotto, etc.) o di nuove imprese. Le azioni relative alle aree interne della nuova programmazione dovranno però attendere le indicazioni dell'Agenzia Nazionale di Coesione prima di poter essere attivate.

A.2.2.6 Mantenere costante e aperto il dialogo con altri livelli di programmazione nell'ambito del digitale (Agenda Digitale e politiche di coesione) e di infrastrutture di mobilità sostenibile quali precondizioni per la competitività di destinazioni e imprese

⇒ raccordo con azioni OP1 OSii e con OP5 OSii del PR FESR in particolare per le azioni relative alla transizione digitale (vedasi paragrafo 1 del presente PTA) per le quali sono state stanziare risorse importanti sia a favore delle imprese che delle destinazioni turistiche. Inoltre, in Agenda Digitale 2025 sono state inserite attività che vanno a sostenere quanto già evidenziato nel gruppo di azioni A.4.2. relative agli strumenti digitali applicati al turismo.



A.3. APPROCCIO COMUNICATIVO: MARCA & MARKETING

A.3.1. MARCA

A.3.1.1. Dare alla politica di Marca ed anche alla sua rappresentazione visiva una diffusione capillare sia sui territori (OGD, Marchi d'Area, HUB, IAT, ecc.) che presso le imprese, del turismo e delle filiere connesse anche attraverso azioni pilota e progettando la realizzazione di una "casa" federata della Marca Veneto.

A.3.1.2. Sviluppare una azione di comunicazione interna mirante alla rivendicazione della Marca regionale come fattore sia identitario che come attribuzione di valore aggiunto, a partire dalla ricognizione di prodotti/servizi rappresentativi dei valori sottostanti la marca, e posizionare il portafoglio di prodotti ed esperienze su segmenti specifici.

A.3.1.3. Stimolare mediante una azione regionale coordinata la testimonianza di stakeholders ed influenti intorno alla Marca.

Negli anni precedenti una parte delle risorse dell'Accordo con Unioncamere del Veneto sono state destinate alla valorizzazione del Marchio "Veneto, the Land of Venice". In particolare, si è avviato un approfondimento con uno studio legale specializzato nel settore, per predisporre un nuovo regolamento di utilizzo del marchio finalizzato anche ad una registrazione quale "marchio collettivo", effettuando poi una diversa registrazione a livello internazionale al fine di estenderne la possibile applicazione anche ad altre categorie merceologiche e quindi ad altre filiere. Questa attività dovrebbe consentire nel 2023 di arrivare a gestire in termini più proattivi la diffusione del marchio "Veneto, the Land of Venice", attraverso il coinvolgimento delle Camere di Commercio per un capillare utilizzo da parte anche di imprese diverse da quelle delle filiere turistiche ed agroalimentari che già in parte lo utilizzano.

Una particolare attenzione sarà dedicata alla valorizzazione del marchio ombrello "Veneto, the Land of Venice" in connessione ai 9 siti Unesco presenti nella nostra regione e in vista delle Olimpiadi in abbinamento al brand "Milano Cortina 2026".

A.3.2. COMUNICAZIONE

A.3.2.1. Censire e mettere a sistema le esperienze locali/trasversali di marketing diretto per diffondere le buone pratiche, ottimizzare gli acquisti ed in prospettiva circuitare i database

A.3.2.2. Identificare caso per caso (per prodotti, motivazioni, esperienze, passioni, tribù) i canali più efficaci di comunicazione profilata e diretta

⇒raccordo con le attività dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato descritte in A.4.3 e approfondire con partner e Board dell'Osservatorio la possibilità di attivare altri filoni di ricerca che rispondano ai contenuti delle azioni proposte.

A.3.2.3. Ottimizzare i meccanismi e gli strumenti di rispecchiamento tra territori veneti ed utenti, anche mediante le produzioni televisive, i film, le opere letterarie e musicali, di videogaming, ecc.

⇒ raccordo con attività azione A.2.1.6.



A.3.2.4. Sperimentare e definire modelli di comunicazione “in house” rivolta all’enorme patrimonio di ospiti presenti sul territorio, con obiettivi di fidelizzazione e cross-marketing

⇒ raccordo con attività delle azioni del gruppo A.1.2. Accoglienza e con attività della Direzione Promozione economica e Marketing territoriale.

A.3.3. INTERAZIONE

A.3.3.1. Analizzare e potenziare tutti i meccanismi di relazione diretta e calda con gli ospiti ed i repeaters, sia come ascolto che come engagement e spazio di nuova proposta di marketing

⇒ raccordo con attività delle azioni del gruppo A.1.2. Accoglienza, con attività della Direzione Promozione economica e Marketing territoriale e con attività dell’OTRF (in particolare con la sentiment analysis) e delle OGD.

A.3.3.2. Costruire un programma regionale di “crisis management” sia come strumento di reazione ad eventuali eventi negativi, che come opportunità di correzione in corso d’opera della comunicazione in forma condivisa, coordinata e consapevole

⇒ attività di governance e coordinamento con altre Direzioni, con l’Ufficio stampa della Giunta regionale e con le destinazioni.



Iniziative a carattere promo-commerciale in Italia e all'estero

Sulla base di quanto emerso nel 2022, il 2023 potrebbe ragionevolmente rappresentare l'anno della piena e totale ripresa delle manifestazioni fieristiche, ipotizzando in alcuni casi un affiancamento di azioni on-line in parallelo alle azioni in presenza. Dopo gli anni di chiusura e l'ampio utilizzo del web per i contatti, l'impiego di formule miste già nel 2022 è diventato una consuetudine coniugando la possibilità degli incontri in presenza con le grandi potenzialità delle iniziative on-line.

Il principale strumento operativo per la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica veneta rimane pertanto quello di una presenza importante alle manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero, affiancando in modo costante gli operatori veneti impegnati nelle attività di business to business. La partecipazione regionale alle manifestazioni seguirà l'impostazione già tracciata negli anni precedenti, quella cioè di un forte orientamento alla commercializzazione dei prodotti turistici, con spazi espositivi destinati in prevalenza alle imprese venete aggregate che parteciperanno in numero e in proporzione allo spazio assegnato, collaborando alle spese in proporzione ai costi di realizzazione e gestione dello stand regionale. In alcune manifestazioni fieristiche verrà valutata la possibilità di partecipare all'interno della collettiva organizzata dall'ENIT - Agenzia Nazionale per il Turismo. Si rende inoltre necessario prevedere degli strumenti di Customer Relationship Management che permettano di monitorare le attività di marketing sfruttando al massimo le potenzialità della rete web per una corretta e tempestiva informazione sia ai buyer che ai nostri seller.

Nella parte istituzionale degli allestimenti potranno essere presenti, senza compiti di commercializzazione, le Organizzazioni di Gestione della Destinazione (OGD) per la promozione di tutta la destinazione rappresentata.

Per quanto riguarda la scelta degli espositori, poiché gli spazi saranno realizzati nei limiti consentiti dalle risorse regionali stanziati a bilancio di previsione 2023-2025, verrà data precedenza ai Consorzi di imprese turistiche riconosciuti ai sensi della L.R. n. 11/2013. Soddisfatta questa priorità, gli spazi saranno proposti e messi a disposizione di tutti gli operatori turistici interessati dando la precedenza alle strutture aggregate (reti di impresa, club di prodotto, ecc.) e sulla base di criteri predefiniti che consentiranno, nel rispetto delle norme di imparzialità e trasparenza, di costituire apposite graduatorie per l'assegnazione dei posti a pagamento, ai sensi della DGR n. 1360/2018.

Le azioni promozionali saranno rivolte prevalentemente ai sotto evidenziati mercati obiettivo.

MERCATO ITALIANO

Il turismo domestico negli anni di pandemia Covid-19 ha rappresentato il principale mercato di riferimento, con una riscoperta dei territori regionali da parte del turista italiano che prima si muoveva all'estero. Tale tendenza ha determinato il raggiungimento di numeri elevati, paragonabili e in alcuni casi superiori a quelli del 2019. Il 2022 ha visto la ripresa delle principali fiere di nuovo in presenza; manifestazioni quali la BIT di Milano e TTG di Rimini rappresentano per il mercato nazionale un asset importante, ma dovranno essere affiancate da azioni collaterali di grande efficacia quali workshop e conferenze stampa di presentazione dell'offerta sia in salone che fuorisalone e, soprattutto, da azioni di web marketing che sostengano e favoriscano lo sviluppo del turismo digitale.

In questo ambito di interesse rientrano anche le principali manifestazioni fieristiche programmate dagli Enti Fiera del Veneto, come quella dedicata al mondo delle due ruote (MotorBike di Verona), quella dedicata al gelato artigianale veneto (MIG di Longarone) e



quella riguardante gli appassionati degli itinerari turistici (Itinerando di Padova), importanti eventi che vedono una grande partecipazione di pubblico e rappresentano quindi un veicolo ideale di comunicazione e valorizzazione delle opportunità turistiche regionali, anche legandole alle produzioni artigianali, industriali e agroalimentari tipiche del Veneto.

MERCATO EUROPEO

Mercati di lingua tedesca (DACH), Nord Europa e UK

Quest'area rappresenta da sempre per il Veneto la principale area di mercato. Si intende quindi mantenere alta la presenza del Veneto confermando la partecipazione alle più importanti manifestazioni internazionali del turismo che interessano il mercato di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera), con una particolare attenzione verso prodotti specifici. Con riferimento a quest'ultimi ci si riferisce ad esempio a quello rappresentato dal settore MICE che si rivolge a dei top spender aziendali di alto livello, o al cicloturismo, settore che sta avendo un maggiore sviluppo nel post-pandemia e che individua come principale target i turisti che privilegiano una tipologia di vacanza che consenta l'utilizzo ludico della bicicletta quale mezzo per una fruizione slow del tempo libero. Alcune iniziative fieristiche, già approvate con il relativo impegno finanziario, ma annullate a causa della pandemia Covid-19, verranno riproposte nel corso dell'annualità 2023 alle stesse condizioni e senza gravare sul bilancio regionale 2023-2025.

Anche il Nord Europa e il Regno Unito costituiscono un'area di mercato di grande interesse per l'anno 2023. La Giunta regionale valuterà come prioritari tutti quegli interventi volti all'organizzazione e alla partecipazione a manifestazioni fieristiche quali: workshop, business to business, educational tour rivolti a media, opinion leaders e soprattutto a buyers interessati al mercato turistico veneto. Nel complesso verranno programmate corrispondenti iniziative che abbiano come focus quest'area di mercato.

Mercato spagnolo

Il flusso turistico proveniente dalla Spagna ha registrato negli ultimi due anni un trend positivo, confermando così un forte interesse verso le destinazioni del Veneto. Al fine di consolidare la presenza di turisti spagnoli, si conferma la necessità di attuare azioni promozionali nei confronti del mercato iberico, garantendo la partecipazione regionale a manifestazioni fieristiche di settore e a workshop. "Fitur Madrid" rappresenta senza dubbio la più importante manifestazione fieristica della Spagna e per gli operatori veneti un'occasione unica per instaurare contatti B2B con tour operator e agenti di viaggio spagnoli ma anche con operatori di settore dell'America Latina.

MERCATO ASIATICO

Il turismo a lungo raggio è stato quello più penalizzato dalla pandemia e con tempi più lunghi di ripresa, specie per i Paesi asiatici come Cina e Giappone, che nel periodo pre-Covid registravano un trend di arrivi e presenze turistiche significativo per il movimento turistico verso il Veneto e che restano, potenzialmente, anche nel post-pandemia mercati importanti per l'incoming regionale.

Il Giappone ha riaperto i confini ed abolito le restrizioni di viaggio e, pertanto, già a fine 2022 sono ripresi i flussi turistici, facendo sperare in un recupero nel 2023 dei livelli pre-pandemia. Sarà fondamentale realizzare attività promozionali mediante la partecipazione ad eventi e manifestazioni fieristiche proposte nel piano fiere 2023 dell'ENIT/Agenzia Nazionale del Turismo quale TEJ Osaka, per recuperare le quote di mercato del periodo pre-Covid.



In particolare, per la Cina è stato avviato nel 2019 e attuato operativamente nel 2021 e 2022 un progetto di promozione e valorizzazione della destinazione turistica Veneto nel mercato cinese in collaborazione con Venice Promex - Agenzia per l'Internazionalizzazione, a seguito di specifica convenzione stipulata con l'Ente Camerale di Venezia e Rovigo ed approvata con DGR. n. 1844/2019. Dalle statistiche emerge che oltre il 60% dei turisti cinesi che intendono visitare un paese estero sceglie la propria destinazione utilizzando i dispositivi mobili, in particolare lo smartphone. L'emergenza sanitaria e le nuove tecnologie hanno comportato enormi cambiamenti nel turismo, specie in Cina, dove il target dei viaggiatori rappresentato dai Millennials e Gen-Z utilizzano i canali digitali dall'inizio alla fine del viaggio. Pertanto, tra le attività promozionali previste nel progetto sono state realizzate azioni di marketing digitale in collaborazione con l'ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo Uffici di Shanghai e Pechino per la promozione turistica on-line della destinazione Veneto. Grazie alle partnership con interlocutori del turismo cinese come Trip.com Group (OTA dei viaggi online più grande al mondo con la quota del 61,8% del mercato cinese) e della comunicazione mediante l'apertura dell'account VisitVeneto sui social media cinesi Weibo e Wechat (quest'ultima piattaforma multicanale che oltre ad essere un'applicazione di messaggistica è il principale social network cinese e lo strumento più diffuso per gli acquisti online anche di viaggi e servizi turistici) è stato possibile sviluppare le potenzialità turistiche del Veneto, non solo per le destinazioni più note ma anche per la valorizzazione dei singoli territori e prodotti turistici legati agli asset strategici dell'offerta turistica regionale: arte e cultura, siti Unesco, outdoor, terme e benessere, luxury, wedding, golf, shopping ed enogastronomia. Inoltre, nei territori regionali sono state realizzate attività di livestreaming alla presenza di KOL e Influencer, trasmesse sui succitati canali social cinesi e rivolte ai professionisti trade e al pubblico di follower in Cina. Considerata la situazione di incertezza riguardo alla ripresa dei viaggi dalla Cina e la riapertura dei confini cinesi probabilmente nel secondo semestre del 2023, si intende proseguire questa collaborazione volta a supportare le succitate strategie di destination marketing digitale. Le attività saranno svolte in sinergia con gli stakeholder territoriali (Consorzi di Imprese turistiche/OGD e RTI) coinvolti attivamente nella realizzazione e creazione di tour esperienziali nei rispettivi territori regionali.

Nell'ambito dell'attività di marketing offline, si prevede la partecipazione, in collaborazione con l'ENIT/Agenzia Nazionale del Turismo, alle maggiori manifestazioni fieristiche, quali ITB China, GITF Guangzhou e CITM Shanghai, compatibilmente con l'apertura dei confini e con l'evoluzione della situazione pandemica in quel Paese.

MERCATO MEDIO ORIENTE

Il mercato mediorientale e in particolare della regione panaraba dei Paesi del Golfo è uscito molto bene dalla pandemia, accelerando durante il 2022 la crescita economica e dimostrando, di conseguenza, una solida crescita nei viaggi e nel turismo. Si tratta di un mercato con grande potenzialità di spesa caratterizzato da un turismo particolarmente qualificato, ad alto reddito, rivolto al segmento del lusso, ma sempre più attento ai valori della sostenibilità, dell'originalità ed unicità delle destinazioni turistiche. Nel 2022 si è registrata un'ottima ripresa dei viaggi verso l'Europa e l'Italia risulta la destinazione più richiesta dai professionisti trade e dai turisti degli Emirati Arabi Uniti, in particolare Dubai, ma anche dell'Arabia Saudita e Qatar.

La partecipazione della Regione all'edizione 2022 di ATM-Arabian Travel Market di Dubai ha riscosso, infatti, un grande successo, registrando un'elevata affluenza di tour operator e buyer provenienti dai Paesi del Golfo, ma anche dai Paesi contermini come India, Israele, Egitto, Iran. Si ritiene, pertanto, opportuno continuare a presidiare il mercato mediorientale, organizzando eventi di promozione e valorizzazione della destinazione Veneto e partecipando alle manifestazioni fieristiche più importanti dei Paesi di interesse, quali ATM Dubai e QTM in Qatar, al fine di consolidare la brand awareness del Veneto e il



posizionamento della destinazione in tale mercato. La partecipazione agli eventi citati rappresenta un'importante occasione per la promo-commercializzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici rivolti ad una clientela high level interessata certamente all'offerta delle destinazioni tradizionali di forte appeal, ma anche alla ricerca di nuove proposte legate da un lato all'ampia offerta dei segmenti wedding, shopping, wellness ed enogastronomia, e dall'altro ad idee di viaggio ed esperienze autentiche da vivere in destinazioni regionali meno note che, grazie ad un'offerta di qualità e unicità, risponde alla più esigente domanda turistica di questo bacino di utenza.

La partecipazione regionale alle manifestazioni fieristiche individuate per il mercato asiatico è inserita nel piano fieristico dell'ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, al quale la Regione aderisce all'interno della collettiva ENIT/Italia, mediante la prenotazione dello spazio espositivo istituzionale, insieme alle Strutture aggregate rappresentative delle destinazioni venete e agli operatori veneti interessati.

Con riferimento ai mercati e alle iniziative di settore sopra descritti si prevede la partecipazione alle seguenti manifestazioni in programma nel 2023 e nel primo trimestre del 2024, le cui modalità operative e i relativi budget di spesa saranno definiti con successivi provvedimenti di Giunta regionale. Nell'individuazione delle modalità di partecipazione alle manifestazioni internazionali alle quali si intende partecipare, potrà essere valutata anche l'eventuale adesione alle collettive proposte dall'ENIT in collaborazione con le altre Regioni italiane.

Fiere/Eventi	Città	Periodo
1^ Borsa Internazionale del Turismo UNESCO	Treviso	giugno 2023
Bavarian Historic ADAC	Bad Aibling	8-10 giugno 2023
Ulisse Fest	Pesaro	luglio 2023
Italian Bike Festival	Misano Adriatico (RN)	15-17 settembre 2023
WTE - World Tourism Event	Torino	21-23 settembre 2023
Ryder Cup	Roma	25 sett. -1 ott. 2023
TTG - Travel Experience	Rimini	11-13 ottobre 2023
IGTM- International Golf Travel Market	Lisbona	18-19 ottobre 2023
Dolomiti Show	Longarone (BL)	ottobre 2023
TEJ - Tourism Expo Japan	Osaka	26-29 ottobre 2023
Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze	Lugano	29 ott. - 1 nov. 2023
WTM - World Travel Market	Londra	6-8 novembre 2023
QTM - Qatar Travel Mart	Doha	20-22 novembre 2023
MIG - Mostra internazionale del Gelato	Longarone (BL)	26-29 novembre 2023
ILTM - International Luxury Travel Market	Cannes	4-7 dicembre 2023
Motor Bike	Verona	Gennaio 2024
FITUR	Madrid	Gennaio 2024
BIT - Borsa internazionale del turismo	Milano	Febbraio 2024
Ferien Messe	Vienna	Marzo 2024
ITB - Internationale Tourismus-Börse Berlin	Berlino	Marzo 2024
Itinerando	Padova	Marzo/Aprile 2024

Oltre alle manifestazioni fieristiche si prevede la partecipazione a Workshop organizzati da società specializzate. Verranno individuati anche workshop specifici dedicati al turismo esperienziale e al turismo di lusso, quest'ultimo segmento strategico dell'economia veneta



con una costante crescita di offerte di operatori. L'organizzazione delle iniziative individuate è svolta da soggetti del settore privato la cui esperienza nel settore B2B risulta strategica per il conseguimento di un risultato ottimale dal punto di vista della commercializzazione del prodotto turistico e la peculiarità, rappresentata dall'esclusività della proposta, fa sì che risulti efficiente ed efficace l'adesione ai workshop proposti. Di seguito l'elenco dei principali eventi B2B previsti per il 2023.

Evento	settore	città	periodo
ITW Italian Travel workshop	Intersectoriale	Berlino	6 marzo 2023
ITW Italian Travel Workshop	Intersectoriale	Londra	20 aprile 2023
ITW Italian Travel Workshop	Intersectoriale	Parigi	2 ottobre 2023
ACE Art Cities Exchange	Città d'arte	Roma	novembre 2023
ITW Italian Travel Workshop	Intersectoriale	Vienna	5 dicembre 2023

Nelle tabelle sopra evidenziate non sono indicate le manifestazioni fieristiche e workshop in calendario nel 2023, la cui partecipazione è già stata approvata con provvedimento di Giunta regionale. Tra gli eventi già finanziati si evidenziano FITUR - Madrid 18/23 gennaio 2023, Motor Bike - Verona 26/29 gennaio 2023, BIT - Borsa Internazionale del Turismo - Milano 12/14 febbraio 2023, Discover Italy - Sestri Levante (GE) 30/31 marzo 2023 e ATM Arabian Travel Market - Dubai 1/4 maggio 2023.

La Giunta regionale con propri provvedimenti potrà individuare ulteriori manifestazioni ed eventi che dovessero essere ritenuti importanti per i mercati di riferimento.

Sostegno alle iniziative di promozione turistica locale

Gli eventi culturali, le mostre, le fiere tradizionali, le manifestazioni sportive e gli spettacoli che erano stati totalmente o parzialmente sospesi nel biennio 2020-2021, sono stati di nuovo organizzati nel 2022 con una sempre maggiore partecipazione di pubblico. In questa azione si collocano le iniziative in cui il turismo supporta attività anche di Enti locali, associazioni, consorzi ed altri organismi associativi impegnati a diffondere la conoscenza di avvenimenti di rilievo per il territorio. In questo periodo di ripresa possono nascere importanti sinergie fra organizzatori, associazioni culturali e consorzi turistici che è fondamentale sostenere e favorire al fine di inserire nelle proposte turistiche importanti eventi, anche di livello internazionale.

Iniziative alle quali il turismo guarda quale presupposto per un rilancio dell'offerta sono anche le manifestazioni realizzate da enti lirici (l'Arena di Verona, il Gran Teatro La Fenice di Venezia), o altri eventi culturali, sportivi di alto valore. Per realizzare gli obiettivi di valorizzazione di tali eventi, al fine di integrarli con l'offerta turistica, si opererà, previa adozione di apposito provvedimento, su presentazione di istanze e sulla base di procedure selettive e di criteri approvati dalla Giunta regionale, che dovranno anche tener conto dell'interesse turistico della manifestazione/evento.

Per manifestazioni la cui importanza strategica risulta fondamentale per la promozione internazionale della Regione, la Giunta regionale, prescindendo dai predetti criteri, è autorizzata ad assumere provvedimenti ad hoc opportunamente motivati.

Iniziativa regionale per il business: Buy Veneto

Il progetto Buy Veneto, il workshop internazionale del turismo nel Veneto che quest'anno festeggerà il suo 22° anniversario, merita una descrizione a parte in quanto la Regione, attraverso questo evento, è fortemente impegnata a consolidare e migliorare la propria



leadership in ambito turistico per poter mantenere e incrementare la competitività del settore in termini di fatturato, di indotto, di occupazione e saldo commerciale. Tale prioritario evento di promozione commerciale ha raggiunto un livello qualitativo e di partecipazione molto elevato, ponendosi quale rilevante e consolidata iniziativa di marketing territoriale. Nel 2022 si è potuto finalmente svolgere in presenza ed ha visto la partecipazione di 140 buyers internazionali provenienti da 45 mercati internazionali e 200 sellers veneti, con lo sviluppo di 2700 contatti. Relativamente al settore montagna per un numero di circa 20 operatori è stato realizzato il Buy Veneto Montagna a Longarone durante "Dolomiti Show", dove è stato anche possibile organizzare educational tour nel territorio montano.

Per il 2023, il Buy Veneto, in programma ad ottobre, si prevede di raggiungere i numeri pre-pandemia grazie anche alla riapertura dei mercati esteri, specialmente con riferimento ai buyer provenienti dal continente asiatico. Verrà inoltre mantenuta la sessione interamente dedicata al turismo montano che si svolgerà contestualmente alla manifestazione "Dolomiti Show", la rassegna internazionale dedicata al tematismo "montagna" in programma presso la Fiera di Longarone. Il progetto prevede poi l'organizzazione di appositi "educational" dedicati ad operatori e giornalisti del settore i quali potranno prendere visione dell'attuale offerta turistica regionale e delle strutture dedicate all'ospitalità.

La realizzazione di detto evento potrà avvenire attraverso appositi accordi di collaborazione con soggetti esterni all'amministrazione regionale, o, come avvenuto nelle ultime edizioni, con società in house providing partecipate della Regione del Veneto.

Valorizzazione turistica in collaborazione con le Pro Loco

Il legislatore regionale, attraverso la L.R. n. 34/2014 ha voluto attribuire alle Associazioni Pro Loco un importante rilievo locale in quanto soggetti che svolgono attività di promozione del territorio in cui operano, mediante iniziative per lo sviluppo del turismo, dello sport, delle attività culturali, sociali, ambientali, di sviluppo delle tradizioni popolari e per la salvaguardia del patrimonio storico.

In particolare, l'articolo 2 della L.R. n. 34/2014 prevede che le Pro Loco, e le loro forme associative, svolgano iniziative volte a favorire la valorizzazione turistica, fra le quali l'informazione e l'accoglienza turistica, nei limiti e secondo le modalità previste dall'articolo 15 della legge regionale 14 giugno 2013, n. 11, nonché attraverso iniziative per la valorizzazione e la salvaguardia del patrimonio storico, culturale, folcloristico, sociale, enogastronomico, ambientale e del patrimonio immateriale della località nella quale operano.

La Giunta regionale può concedere contributi ai Comitati provinciali dell'UNPLI, alle Pro Loco e ai Consorzi di Pro Loco iscritti nell'albo regionale, che presentino, con riferimento ai diversi ambiti territoriali, qualificati programmi a sostegno delle iniziative proprie, con particolare riferimento alle attività relative al turismo, alla cultura, all'identità veneta e allo sviluppo rurale.

Nel corso del 2023 verranno messe a disposizione, analogamente a quanto avvenuto nel 2022, risorse per il sostegno finanziario alle iniziative di promozione e valorizzazione realizzate ai sensi dell'articolo 2 della legge regionale n. 34/2014, nonché per le attività dell'UNPLI stabilite attraverso l'accordo di collaborazione di cui all'articolo 7 della medesima legge regionale.



A.4. APPROCCIO STRUMENTALE

A.4.1. DIALOGO

A.4.1.1. Creare e sviluppare una Academy rivolta a Piccole Medie imprese e professionisti per incrementare il tasso di innovazione ed interazione. Ciò potrà realizzarsi anche attraverso percorsi di trasferimento di competenze e capacity building per migliorare le competenze imprenditoriali in ambiti e temi rilevanti per le stesse imprese e sostenendo iniziative di “acceleratori di impresa” che favoriscano l’integrazione tra il turismo ed altre filiere produttive

⇒ attività di governance e coordinamento con altre Direzioni (Direzione Formazione) anche nell’ambito di attuazione delle Politiche di Coesione 2021-2027 (FSE) e con ITS e mondo universitario. Una riflessione in tal senso è stata avviata in modo specifico con Ciset.

A.4.2. DIGITALE

A.4.2.1. Focalizzare gli interventi di sensibilizzazione ed aggiornamento delle PMI anche mediante sportelli e promoters, comunicazione semplificata e diretta alle PMI e favorendo la partecipazione ad eventi quali Digitalmeet, Digital Tourism, BTO, ecc.

A.4.2.2. Istituire meccanismi di sostegno anche finanziario per la diffusione e l’adozione di tecnologie presso le PMI anche con riferimento all’utilizzo del DMS regionale per organizzarne l’offerta a livello di destinazione. Integrare nell’implementazione del DMS anche la Meeting Industry per migliorare l’offerta turistica complessiva e valorizzare il segmento MICE.

A.4.2.5. Identificare e rendere operativi i touchpoint con gli ospiti a partire da HUB e IAT

A.4.2.6. Partendo dagli esiti della ricerca sulla performance del sistema turistico veneto sul digitale che ne ha evidenziato i punti di forza e di debolezza, si punterà alla creazione e messa in opera di una cooperation room per favorire e sostenere l’evoluzione delle destinazioni turistiche venete in Smart Tourism Destination anche attraverso le azioni delle politiche di coesione 2021-2027

Questo gruppo di azioni trova riscontro in alcune attività già avviate negli anni precedenti e che saranno ulteriormente sviluppate anche con riferimento a quanto previsto dal PNRR (*Tourism Digital Hub* nazionale) e con l’avvio delle Politiche di Coesione 2021-2027 (riferimento a quanto previsto per il turismo in OP1 OSii).

a) Destination Management System regionale e il Tourism Digital Hub nazionale

Come evidenziato nel paragrafo dedicato al collegamento tra i contenuti di questo Piano Attuativo Annuale e le azioni del PNRR a sostegno del turismo, con la Misura M1C3 del PNRR: “Turismo 4.0 - Innovare e connettere digitalmente l’offerta e la promozione turistica del Paese” è stata prevista la realizzazione di una piattaforma digitale, unica e integrata (*Tourism Digital Hub*), che consenta di bilanciare i flussi turistici investendo nel turismo sostenibile, nel patrimonio culturale e nel paesaggio.

La Regione del Veneto, che dal 2016 dispone del DMS Deskline 3.0 pienamente rispondente ai requisiti richiesti per l’interoperabilità con l’ecosistema digitale TDH 022 proposto dal Ministero del Turismo in collaborazione con l’Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT), ha già formalizzato la propria adesione al *Tourism Digital Hub* nazionale.



L'adesione all'ecosistema TDH 022 consentirà al sistema turistico veneto, attraverso il DMS regionale, di implementare anche il portale "Italia.it" con contenuti (eventi, POI, itinerari, redazionali) ed offerte (esperienze, proposte di soggiorno, etc.).

Risulta evidente come questa sia anche l'occasione per ulteriormente incentivare l'utilizzo del DMS regionale da parte delle destinazioni e delle reti d'impresa del Veneto. Infatti, le peculiari ed esclusive funzionalità del DMS regionale consentono la gestione di tutti i servizi turistici in un unico database e la connessione di quest'ultimo con i principali canali di distribuzione delle informazioni e di commercializzazione dei prodotti turistici. La piattaforma è in grado, altresì, di organizzare l'offerta turistica e di renderla fruibile sui siti delle singole destinazioni, club di prodotto e della Regione del Veneto al fine di utilizzare tutti i canali di distribuzione attraverso gli oltre 140 channel manager con essa dialoganti.

Grazie al lavoro svolto in questi anni, il DMS Veneto permette la diffusione dei contenuti a uffici informazioni, portali territoriali e tematici, applicazioni web e canali commerciali di tutti gli attori del sistema turistico in diversi livelli di governance territoriale con oltre 200 integrazioni attualmente attive mediante interfaccia tosc e/o web services.

Tra le interfacce in uso sono comprese anche quelle per le integrazioni realizzate con web service dai sistemi regionali, in particolare dalla piattaforma di gestione informatizzata del sistema turistico veneto, che poggia sul Sistema Informativo Regionale Turistico (SIRT), in particolare con ROSS1000 per le funzioni di gestione dell'anagrafica ufficiale delle strutture ricettive, e verso il portale turistico veneto.eu. Inoltre, si inserisce nel contesto culturale alimentando il portale Cultura Veneto con gli eventi di pertinenza del settore.

Sono inoltre alimentati dal DMS regionale siti di destinazione/marchi d'area anche per le funzioni di booking e dynamic packaging, oltre che territori di sub-ambito, siti web istituzionali e/o degli uffici IAT, i siti tematici dei club di prodotto riconosciuti e finanziati con i bandi POR FESR, le pagine web di riferimento degli Uffici Cultura delle Province del Veneto, oltre ad alimentare applicazioni per mobile e garantire la realizzazione di reportistica personalizzata su eventi, punti di interesse ed alloggi da parte degli 81 uffici IAT di Informazione e Accoglienza turistica.

Nel 2023 prosegue l'ulteriore diffusione e formazione per l'utilizzo del DMS oggi adottato dai già citati uffici turistici del Veneto, da 9 reti di impresa e da 11 OGD (al loro interno 22 marchi d'area e sotto ambiti territoriali), cercando di favorire l'utilizzo non solo delle funzionalità collegate agli eventi, ai punti di interesse e alle brochure on line, ma sempre più anche le funzionalità di booking e dynamic packaging.

Saranno inoltre ultimate le attività di controllo delle diverse sezioni dell'app "Veneto Around me" per renderla disponibile al pubblico. La progressive web app sarà pertanto in grado di integrare contenuti, servizi e funzionalità del DMS regionale per dare immediata evidenza ai dati inseriti nel sistema, amplificarne l'utilità, fungere da incentivo all'aggiornamento e creare efficienti reti tra gli operatori, in relazione anche alla componente di promo commercializzazione. Uno strumento per migliorare l'esperienza del turista on location, attraverso una visione innovativa e diffusa di accoglienza turistica, messo a disposizione da Regione del Veneto a vantaggio delle destinazioni.

Nel 2023 il DMS regionale dovrà vedere un'ulteriore accelerazione nella diffusione tra le destinazioni e le reti di impresa anche per rispondere alle esigenze di interoperabilità con il costruendo Tourism Digital Hub nazionale previsto dal PNRR, sviluppando in particolare nella prima fase i contenuti relativi a Destination, Interest, Event e, Itinerary, coerenti con il posizionamento e la struttura del nuovo portale italia.it. Infatti, la conferenza "Politiche per il Turismo degli assessori al turismo" delle Regioni e delle Province autonome di



Trento e Bolzano ha votato all'unanimità un ordine del Giorno con cui si invita il Ministero per il Turismo ad avvalersi, in via prioritaria, delle piattaforme regionali (DMS nel caso del Veneto) per organizzare e implementare l'offerta turistica a tutti i livelli di destinazione e quindi oltre che sui siti di destinazione e regionali anche sul Tourism Digital Hub nazionale con riferimento al sito www.italia.it.

L'adesione al Tourism Digital Hub nazionale e il rafforzamento della rete di implementazione del DMS regionale potranno rappresentare anche un'ottima base per l'avvio dell'Ecosistema Digitale Veneto.

Con la RIR "SMARTLAND – Smart Destination in the Land of Venice, Mission 2026" sono stati individuati alcuni ambiti (Jesolo, Caorle, Verona, Cortina) per sperimentare le possibilità di integrazione del DMS regionale - che già aggrega e organizza l'offerta turistica delle destinazioni venete - nel costituendo Ecosistema Digitale Veneto.

b) Digital Tourism Veneto 2023

Con il 2023 "[Digital Tourism](#)" - appuntamento annuale realizzato in collaborazione con Unioncamere del Veneto, Veneto Innovazione e Fondazione Comunica - giunge alla sua settima edizione. Si tratta di una delle azioni più qualificanti tra le attività di sensibilizzazione, formazione e orientamento al digitale a favore delle imprese e delle destinazioni turistiche del Veneto previste dal Piano Strategico. Nel 2022 l'iniziativa si è svolta completamente on line, il 14 e 15 novembre, con la partecipazione di esperti e testimonial scelti in rappresentanza del mondo del turismo digitale, di destinazioni e imprese turistiche. Nelle due giornate si sono trattati i temi delle *Smart Tourism Destination*, della gestione *Data Driven* delle destinazioni, dell'utilizzo dei sistemi DMS e dei vantaggi per le destinazioni, delle opportunità del turismo digitale per le imprese, di neuromarketing e turismo on line e si è rafforzata la collaborazione con BTO Firenze ospitando una sessione che ha anticipato i temi dell'edizione 2022 dedicata al *Metaverso*.

Per il 2023 l'appuntamento di novembre sarà organizzato in presenza e strutturato in una serie di panel specifici profilati per target. Il percorso di avvicinamento all'evento di novembre prevede la progettazione di un piano di comunicazione rivolto ai diversi stakeholder della filiera del turismo. Gli strumenti impiegati saranno principalmente il sito web, le pagine social di Digital Tourism e l'invio di dem informative, che saranno animate da aggiornamenti, interviste/interventi online in pillole dedicate a temi specifici e report periodico dei dati sull'andamento turistico in Veneto e più in generale in Italia elaborati dalla Regione e da Enit.

A.4.2.3. Incentivare gli strumenti digitali per sostenere la mobilità sostenibile e l'interconnessione modale a vantaggio di residenti e turisti.

A.4.2.4. Favorire la diffusione tecnologica per la promozione, la valorizzazione e la fruizione del patrimonio culturale, in particolare quello "minore"

Questo gruppo di azioni può trovare un importante riscontro nell'ulteriore sviluppo ed evoluzione dell'app **Veneto Outdoor** e nella sua integrazione con il DMS regionale.

La Regione Veneto ha sviluppato l'App Veneto Outdoor con l'obiettivo di valorizzare gli itinerari all'aria aperta, non solo a piedi ma anche in bicicletta e a cavallo.

All'interno dell'App sono già disponibili le otto Alte Vie, i cinque itinerari, le sette escursioni "slow bike", i dodici itinerari ad anello e loro modulazioni lungo La Via delle



Prealpi e centinaia di itinerari a piedi e in bicicletta caricati da associazioni, stakeholder turistici e volontari che partecipano al progetto, con il sistema della redazione diffusa.

L'App utilizza la tecnologia e il database di Outdooractive, la piattaforma n°1 in Europa nel settore dell'outdoor.

La Regione Veneto attualmente seleziona associazioni locali "di fiducia", come ad esempio CAI Veneto e sezioni territoriali o Unpli Veneto e associazioni locali, che offrono volontari qualificati per la tracciatura dei percorsi;

I volontari vengono opportunamente formati per definire le modalità di rilievo degli itinerari;

Viene attivato un account Outdooractive per ogni associazione che partecipa al progetto, ed esiste un account "padre" gestito dai tecnici delegati dalla Regione Veneto;

Sono state definite delle regole per la valutazione automatica della qualità dei percorsi, utilizzando la funzione "ranking" di Outdooractive, che assegna un punteggio a ognuno degli elementi che vengono inseriti in un itinerario. Ad esempio, un itinerario con una descrizione corposa, con almeno 5-6 immagini e una scheda tecnica completa in genere raggiunge un ranking di almeno 60/100.

Quando un volontario locale traccia un percorso, può caricarlo direttamente sul suo profilo. Se l'itinerario raggiunge un ranking sufficiente, può essere inserito su Veneto Outdoor.

Grazie alla redazione diffusa sono disponibili sull'App centinaia di itinerari.

Nel corso del 2023, nell'ambito del Progetto di attuazione della Strategia dei Cammini Veneti, si cercherà di migliorare alcuni aspetti nella gestione e implementazione della app. In particolare, si intende evolvere la qualità delle tracce, definendo standard per i testi descrittivi degli itinerari, eliminando eventuali errori e migliorando la qualità delle immagini, anche valorizzando le attività che saranno svolte sul versante bike e cammini. Si intende inoltre rendere disponibili gli itinerari - presenti attualmente solo su App - anche sul sito www.veneto.eu attivando le funzioni di "embedding" già previste dalla piattaforma Outdoor Interactive per rendere molto più completa e interattiva la sezione outdoor del portale turistico regionale.

L'integrazione di Veneto Outdoor con i contenuti del DMS (POI, strutture ricettive, etc.) consentirà - insieme all'App Veneto Around me - anche la valorizzazione di luoghi meno noti e del patrimonio culturale diffuso della nostra Regione.

Iniziative di comunicazione sui media e social network

Si tratta di azioni a carattere trasversale non destinate a specifiche aree di mercato, dirette prevalentemente verso il turista, sia a livello locale che nazionale/internazionale, interessando in modo generale tutta l'offerta turistica del Veneto.

La promozione è l'insieme delle attività volte a comunicare al mercato, nazionale ed estero, le caratteristiche del prodotto, orientando il consumatore all'acquisto; in tal senso la comunicazione è uno degli elementi fondamentali del marketing mix, che trova applicazione anche per il turismo in quanto prodotto industriale al pari di tutti gli altri.

In continuità con le attività promo-pubblicitarie del 2022 che hanno adottato una comunicazione contenente messaggi finalizzati a trasmettere un senso di accoglienza e sicurezza, la comunicazione digitale nel 2023 metterà in evidenza una visione trasversale del turismo, favorendo la promozione di un territorio connesso e resiliente come



moltiplicatore di opportunità in cui la crescita è data dalla connessione, fisica e digitale, tra i territori e le loro specificità, oltre che territorio sede delle prossime Olimpiadi invernali 2026.

È fondamentale che i potenziali turisti percepiscano il calore e la personalizzazione della destinazione. In questo senso si conferma anche per il 2023 l'utilizzo dei più attuali sistemi di comunicazione via web messi a disposizione da Internet, in particolare i social network, che sono in grado di arrivare direttamente ad un pubblico giovane e molto spesso non a conoscenza dell'offerta turistica regionale e dei prodotti turistici ad essa correlati, dal territorio alle opportunità che questo offre. La comunicazione sarà impostata nel modo più adeguato, mediante l'attuazione di una strategia di comunicazione sui social media e del piano editoriale per i canali digitali del Turismo Veneto: Facebook e Instagram. La strategia di comunicazione verrà attuata attraverso la redazione di contenuti testuali e la pubblicazione di immagini, video, storie e la creazione e sponsorizzazione di campagne per Facebook/Instagram Ads e Google Ads. I contenuti pubblicati nel portale www.veneto.eu seguono le regole di ottimizzazione dei testi per migliorare il posizionamento del Veneto nei motori di ricerca. Le azioni di comunicazione, nel rispetto delle indicazioni dell'AGCOM, dovranno comprendere anche l'utilizzo editoriale della carta stampata e dell'emittenza radio-televisiva. Il costo complessivo delle proposte, il loro contenuto, il periodo di diffusione e l'ampiezza della medesima saranno elementi prioritari per la scelta dei contraenti.

Mediante tali attività si intende incrementare la conoscenza e la notorietà delle destinazioni, degli ambiti tematici e dei prodotti turistici, al fine di fornire elementi utili al consumatore/cliente/acquirente/turista per potersi orientare nella scelta con informazioni sulle innumerevoli opportunità a disposizione.

Tali azioni potranno interagire con le attività di informazione, promozione e comunicazione previste dalla normativa di settore e dai programmi di attività del turismo attuati dagli altri soggetti, sia pubblici ma anche in affiancamento a quelli privati laddove vi sia un effettivo interesse pubblico per come questi, così come per i primi, agiscono nell'interesse del sistema turistico veneto.

Le iniziative sopra indicate, compatibilmente con le risorse finanziarie disponibili, e con il miglioramento della situazione sanitaria, potranno essere implementate mediante l'utilizzo di altri strumenti tradizionali di comunicazione e pubbliche relazioni quali ad esempio gli educational tour riservati a giornalisti e operatori, i fam trip per agenti di viaggio, i photowalk, i blog tour e gli workshop tematici.

Tali attività, ispirate esclusivamente a scelte di qualità dei soggetti coinvolti, potranno essere svolte in affiancamento con i soggetti istituzionali e/o economici operanti in Veneto.

Altro capitolo è infine quello che riguarda il finanziamento dell'attività conseguente alla realizzazione di materiale promozionale in più lingue (brochure, oggettistica, gadget, ecc.), anche con riferimento alle iniziative inserite nel Programma strategico Veneto in Action approvato con DGR 174/2020. È opportuno precisare che detto materiale è riconducibile a mera attività pubblicitaria e non costituisce a nessun titolo oggettistica di rappresentanza, il cui scopo ultimo è essenzialmente diverso da quello realizzato per gli scopi promozionali descritti.



A.4.3. OSSERVATORIO

A.4.3.1. A partire da OTRF e con l'apporto di tutti i soggetti aderenti, articolare anche per tipologie di offerta, segmenti turistici della domanda e filiere trasversali la raccolta informativa e la sua sistematizzazione

A.4.3.2. Organizzare ed ampliare anche mediante la creazione di un programma e di appositi strumenti la diffusione e l'utilizzo delle informazioni di OTRF presso PMI, professionisti, ecc. anche nell'ambito o in connessione con l'azione A.4.1.1.

Nel 2019, la Regione del Veneto ha istituito - insieme ad Unioncamere del Veneto - l'Osservatorio del Turismo Regionale Federato (OTRF) a seguito di un importante processo partecipativo che ha portato alla definizione del "Piano Strategico del Turismo Veneto 2018 - 2020". L'Osservatorio del Turismo Regionale Federato vede attualmente coinvolti 45 partner che hanno sottoscritto un Protocollo d'Intesa che ne traccia il perimetro operativo, gli obiettivi e le linee guida di funzionamento.

Nonostante sia divenuto operativo in tempi relativamente recenti, quello veneto risulta essere uno dei pochi osservatori regionali dotati di una dashboard dinamica, interattiva e regolata da un ampio sistema di governance grazie all'adesione degli attuali 45 soggetti territoriali, ad un tempo fornitori e fruitori di dati utili a comprendere la complessità del fenomeno turistico. La piattaforma dell'Osservatorio è stata progettata al fine di condividere un ampio ventaglio di informazioni, tra cui dati, indicatori, analisi e report, utili alla diffusione di conoscenza ed al monitoraggio di fenomeni turistici territoriali, nazionali ed internazionali e relativi trend.

Sin dalla sua istituzione, l'[Osservatorio del Turismo Regionale del Veneto](#) mira ad essere uno strumento di condivisione, accessibile e di facile fruibilità per tutti gli stakeholder.

La *dashboard* è consultabile attraverso le seguenti tre sezioni:

l'**area notizie** permette di accedere ad informazioni relative ai temi della ricerca e delle statistiche turistiche che provengono da diverse fonti;

l'**area documentale** che raccoglie le pubblicazioni delle statistiche ufficiali, i report mensili e trimestrali sui servizi turistici, su sentiment e contenuti online, ma presenta anche indagini a cura di università e centri studi sulle destinazioni venete, report d'analisi sui comparti nazionale ed internazionali e trend futuri;

l'**area di visualizzazione dinamica ed interattiva** di dati ed indicatori con riferimento ad arrivi e presenze per destinazione, provenienza, tipologia ricettiva, osservabili e confrontabili su base mensile, annuale, pluriennale e tendenziale.

Quest'ultima sezione è stata di recente implementata con metodologie avanzate ed integrata con indici predittivi grazie alle partnership con *The Data Appeal Company*, con associazioni di categoria e *H-Benchmark* che conferiscono ulteriore valore aggiunto alla dashboard con l'obiettivo di "comprendere per programmare".

La collaborazione con *The Data Appeal Company* consente infatti all'Osservatorio del Turismo Regionale Federato del Veneto l'analisi della reputazione on line di attrattori, imprese e destinazioni attraverso un set di indicatori utili alla rilevazione del sentiment, ovvero un indice di sintesi del grado di soddisfazione in base 100 (quota di giudizi positivi all'interno dell'insieme della totalità dei contenuti analizzati).

Grazie all'ampia capillarità della copertura delle fonti, i contenuti rilevati sono rappresentativi del trend e del profilo turistico in Veneto per mezzo del giudizio positivo/negativo dei visitatori.



Il *sentiment* può essere visualizzato complessivamente o per tipologia d'offerta per ciascuna Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD) o Marchio d'Area (Mda). È possibile, inoltre, osservare e monitorare i dati relativi all'andamento dei flussi in base alla provenienza, alla tipologia dei visitatori e all'argomento dei contenuti analizzati nel corso degli ultimi tre o dodici mesi. La rappresentazione grafica della sovrapposizione, con scale diverse, della distribuzione mensile degli arrivi turistici, registrati con le tracce digitali relative al comparto ricettivo, ha infatti confermato quanto la correlazione lineare sia fortissima. Ne deriva una concreta possibilità di utilizzo delle tracce digitali anche come anticipazione dei dati ufficiali per qualunque tipologia di destinazione.

La collaborazione con Federalberghi Veneto, Faita Veneto, CCIAA di Padova, Padova Convention and Visitors Bureau e Hospitality Benchmark ha invece permesso che la piattaforma dell'Osservatorio turistico veneto fosse implementata con una sezione dedicata all'*Hospitality Data Intelligence*, in cui è possibile riscontrare i dati relativi al tasso di occupazione delle camere, al prezzo medio di vendita di una camera (ADR), al ricavo medio per camera disponibile (REVPAR) delle strutture ricettive, organizzati per cluster tematici (Città d'arte, Mare, Lago, Terme, Montagna), confrontabili con lo stesso periodo fino a due anni precedenti e con il 2019, ma soprattutto con una proiezione sui tre mesi successivi. Ciò permette a tutti gli stakeholder di disporre sia di dati relativi alla ricaduta economica che di dati previsionali che saranno affinati man mano che ci si avvicina al periodo di interesse.

Da un'analisi comparativa con le piattaforme degli Osservatori regionali italiani, quella dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato del Veneto risulta essere una tra le *dashboard* più avanzate nel panorama italiano, assieme a quelle di Piemonte, Alto Adige Südtirol, Valle d'Aosta e Lombardia.

Ciò non di meno, appaiono comunque necessari sia un'ulteriore evoluzione della piattaforma del Veneto affinché possa essere maggiormente accessibile e fruibile per le diverse tipologie di utenti, quanto l'inserimento di nuovi indicatori e una lettura integrata degli stessi per restituire ad imprese, destinazioni e attori territoriali un quadro davvero intelligibile ed utilizzabile per le rispettive programmazioni e attività. In particolare, la validazione di un set di indicatori che contemperino tutti gli ambiti della sostenibilità (economica, sociale, ambientale) potrebbe risultare estremamente utile per una governance sostenibile ed efficace delle destinazioni turistiche.

È altresì di primaria importanza che i partner firmatari del Protocollo d'Intesa dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato del Veneto e tutti gli stakeholder vengano sensibilizzati sull'importanza della cultura ed interpretazione dei dati e sulla necessità di un effettivo approccio collaborativo in materia turistica e di data analysis.



A.4.4. ECOSISTEMA E GOVERNANCE

A.4.4.1. Sviluppo anche sperimentale dell'uso di sistemi di Big data mettendo a sistema le esperienze locali/di comparto e valorizzando il ruolo della RIR "Smart Tourism Destination in the Land of Venice" nella creazione di un Ecosistema Digitale Veneto.

A.4.4.2. Favorire ed istituzionalizzare l'utilizzo del sistema ROSS 1000 per la raccolta dei dati di base, valorizzando le potenzialità di allargamento informativo

A.4.4.4. Potenziare e valorizzare le offerte/prodotti (esperienze) inseriti in DMS dalle diverse destinazioni/reti di imprese con output sul portale regionale www.veneto.eu ed integrazione sul costruendo Hub Digitale nazionale per il Turismo per una promozione e diffusione più efficace

A.4.4.5. Sistematizzare ed istituire sistemi di Monitoraggio delle varie azioni di Piano

⇒ raccordo con le azioni del Digitale descritte in A.4.2. (con particolare riferimento all'Ecosistema Digitale Veneto e al DMS regionale) e con quelle dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato descritte in A.4.3. (ad esempio, lettura integrata di dati provenienti da ROSS 1000 e H-Benchmark).

A.4.4.3. Ribadire e potenziare il ruolo e l'azione delle OGD quali unità organizzative di base per l'innovazione e l'integrazione del sistema, anche attraverso un rafforzamento e snellimento della governance (organizzazione e/o soggettività giuridica coerenti con le specificità delle singole destinazioni) e l'utilizzo del DMS regionale anche per le funzionalità di booking e dynamic packaging

A.4.4.6. Stabilire formule di premialità anche comunicativa delle varie forme di innovazione

A.4.4.7. Valutare l'opportunità/utilità/fattibilità dell'istituzione di una agenzia regionale federata di promozione turistica integrata (la "casa" della Marca Veneto) che valorizzi la trasversalità del fenomeno turistico

Il sistema di governance del turismo veneto, ideato dal legislatore regionale nell'ambito della Legge 11/2013, acquisisce oggi ancora più rilevanza alla luce di scenari turistici che negli ultimi anni sono fortemente mutati. L'esigenza di una gestione integrata e sostenibile delle destinazioni è, sempre più, una preconditione per tornare a competere sui mercati nazionali ed internazionali. In tal senso appare sempre più necessario potenziare il ruolo delle Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (OGD) e accompagnare la loro evoluzione da meri tavoli di confronto a forme di presidio organizzato delle stesse.

La DGR. n. 190 del 21 febbraio 2017, relativa all'aggiornamento dei criteri e dei parametri per la costituzione e il riconoscimento delle Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni, prevedeva la definizione condivisa di un piano strategico di destinazione, l'integrazione delle funzioni di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica, anche mediante l'utilizzo del DMS regionale, e il raccordo delle attività delle OGD con quelle della Regione del Veneto.

Queste attività sono state senz'altro avviate da parte di tutte le 17 Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni riconosciute dalla Giunta regionale ai sensi delle deliberazioni n. 2286/2013, n. 588/2015 e della citata DGR. n. 190/2017 e, in alcuni casi, hanno contribuito al consolidamento di tali organismi.

Appare però ora necessario che tale evoluzione si sostanzi anche in aspetti organizzativi e gestionali più strutturati come è già avvenuto nella gran parte delle destinazioni europee e in alcune destinazioni italiane. In tal senso, nel corso di questi anni, è stato possibile



registrare un importante progresso anche in molti ambiti territoriali del Veneto, anche grazie al ruolo trainante delle Camere di Commercio e del sistema camerale nel suo complesso: a Verona la Camera di Commercio ha favorito l'istituzione di una Fondazione di partecipazione pubblica che gestirà le due OGD di Verona e Garda e i 4 marchi d'area (Lessinia, Valpolicella, Terre del Soave, Pianura dei Dogi); la DMO Dolomiti sta evolvendo da società consortile in Fondazione di partecipazione; la Marca Treviso, braccio operativo dell'OGD del trevigiano, si è da tempo trasformata in Fondazione mista pubblico-privato; a Vicenza la Camera di Commercio, le associazioni di categoria e il Consorzio di imprese "Vicenza è" hanno palesato l'intenzione di istituire una Fondazione di partecipazione pubblico-privato, che gestirà le OGD del territorio vicentino; a Padova si sta facendo strada l'ipotesi di una gestione unitaria o almeno coordinata delle due distinte destinazioni, Padova e "Terme e Colli Euganei", entrambe supportate dalla Camera di Commercio attraverso un sostegno economico ai comuni capofila per l'attuazione di alcune linee strategiche e di azione.

Unioncamere del Veneto ha di recente manifestato la disponibilità del sistema camerale ad approfondire, assieme agli attori territoriali e alla Regione del Veneto, il tema dell'evoluzione delle OGD, da tavoli di concertazione regolati da protocolli d'intesa in forme di presidio organizzato con propria soggettività giuridica attraverso un ruolo trainante delle stesse Camere di Commercio, le quali interverrebbero anche in forza della riforma nazionale che attribuisce loro nuove funzioni in ambito turistico e culturale. Appare infatti evidente la necessità di evolvere ulteriormente il sistema di governance turistico delle destinazioni del Veneto per renderlo coerente con le esigenze delle imprese e dei territori e per poter disporre di strutture permanenti e professionali con sufficienti risorse organizzative, umane e finanziarie, idonee a gestire la complessità del fenomeno turistico nella quotidianità, senza dover ricorrere costantemente a servizi in outsourcing.

Con DGR. n. 1467 del 18 novembre 2022, si è ritenuto di accelerare l'evoluzione delle Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (OGD) da tavoli di concertazione a forme di presidio organizzato della destinazione, attraverso un accordo di collaborazione tra Unioncamere del Veneto e Regione del Veneto che prevede alcune iniziative da implementare in modo coordinato e che di seguito si sintetizzano:

- attività di coinvolgimento, ascolto ed affiancamento, anche attraverso figure professionali specializzate in destination management e destination governance, delle 17 Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (OGD), riconosciute ai sensi delle DGR. n. 2286/2013, n. 588/2015 e n. 190/2017 e dei soggetti ad esse aderenti a partire dalle Camere di Commercio di riferimento di ciascuna destinazione;
- attività di analisi e confronto di modelli organizzativi, gestionali e giuridici adottati da diverse destinazioni italiane ed europee ed individuazione delle soluzioni più coerenti con la natura e gli obiettivi strategici di ciascuna destinazione turistica;
- attività di start up delle OGD evolute sulla base di nuovi modelli organizzativi per favorire la gestione integrata di tutte le funzioni tipiche di una destinazione turistica: informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione, anche attraverso l'utilizzo del Destination Management System (DMS) regionale.

Per la realizzazione delle attività sopra evidenziate, con la citata delibera è stato stanziato un finanziamento regionale a favore di Unioncamere del Veneto di € 350.000,00, mentre l'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Veneto comparteciperà con un importo di € 50.000,00.

Il 2023 vedrà quindi l'attivazione di queste iniziative che dovrebbero favorire anche un maggiore coordinamento tra Regione del Veneto, il Sistema camerale e le destinazioni nelle attività promozionali.



A.4.4.8. Prevedere nuovi strumenti di finanza agevolata per le PMI

L'attuazione di questa linea di azione presuppone un raccordo con le attività di Veneto Sviluppo, con iniziative del sistema bancario anche complementari ad azioni del PNRR e delle Politiche di Coesione 2021-2027 e necessita della determinante collaborazione con le associazioni di categoria per diffondere tali opportunità tra gli operatori. Rispetto alle azioni di seguito proposte, la Regione del Veneto si pone quindi come soggetto di sensibilizzazione e coordinamento più che di diretto intervento.

a) opportunità di monetizzare i crediti di imposta attraverso la finanziaria regionale Veneto Sviluppo spa

L'art. 1 della L.R. 14 giugno 2013, n. 11 "Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto", nel riconoscere il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico e occupazionale del Veneto, prevede espressamente, tra le finalità dell'azione regionale in materia di turismo, la crescita della competitività delle singole imprese (co. 2, lett. c) e il sostegno alle imprese turistiche, con particolare riguardo alle piccole e medie imprese (co. 2, lett. g).

Nell'ambito di tale previsione normativa, una delle modalità con cui la Regione può perseguire tali finalità, è la diffusione informativa di iniziative che possono risultare di interesse per le imprese turistiche ricettive del Veneto, perché intercettano significative esigenze delle imprese stesse in relazione al miglioramento della propria operatività, come le iniziative rivolte ad aumentare la liquidità delle imprese e quindi la possibilità di svolgere l'attività di impresa in condizioni più favorevoli. Una rilevante iniziativa corrispondente ai requisiti sopra indicati è quella di recente autonomamente attivata dalla finanziaria regionale Veneto Sviluppo Spa (costituita ai sensi della L.R. n. 47/1975), ed avente appunto lo scopo di migliorare la liquidità delle imprese ricettive del Veneto tramite la possibilità di monetizzare i propri crediti fiscali, oltre che con il sistema bancario, anche per il tramite della finanziaria regionale stessa. Al riguardo, va segnalato che le imprese turistiche ricettive generano usualmente importanti volumi di crediti di imposta a titolo di credito IVA, normalmente utilizzati in compensazione essendo difficilmente cedibili. La cessione (o anche monetizzazione) è quindi un'opzione gradita dagli operatori con riferimento agli altri crediti d'imposta. In condizioni normali tale monetizzazione viene assicurata dalle banche, ma attualmente la capacità fiscale delle stesse è assorbita in modo prevalente da altri crediti d'imposta. Questa situazione rende difficile per le aziende del settore cedere i propri crediti a condizioni economicamente convenienti.

Bisogna infatti ricordare che una parte consistente degli aiuti forniti dallo Stato al settore turistico alberghiero è erogata nella forma del credito d'imposta. In particolar modo, l'articolo 1 del Decreto Legge 6 novembre 2021 n.152, convertito con modificazioni dalla legge 29 dicembre 2021 n. 233, ha previsto, al fine di garantire un supporto al miglioramento della qualità delle offerte turistico-ricettive in accordo con le finalità del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, il riconoscimento di contributi sotto forma di credito d'imposta fino all'80% delle spese sostenute (c.d. Crediti Turismo). Altri crediti d'imposta cedibili riconosciuti al settore sono dati, a titolo d'esempio, dal bonus locazioni riconosciuto originariamente dall'art 28 del D.L. 19 maggio 2020, n. 34 (e poi prorogato varie volte) e dai più recenti crediti d'imposta per migliorare la qualità dell'offerta ricettiva previsti dall'art. 1 del D.L. 6 novembre 2021 n. 152.

Le modalità tipiche di utilizzo sono:

- la compensazione, per far fronte agli adempimenti fiscali e contributivi;
- la cessione dietro ottenimento di un corrispettivo.



L'attuale situazione di congiuntura economica nella quale si trovano ad operare le imprese del settore turistico a causa dell'innalzamento dei costi energetici e delle tensioni del contesto geopolitico, induce la Regione del Veneto a promuovere ogni iniziativa che sia utile a supportare gli operatori del settore. In tale senso si è ritenuto opportuno promuovere un'azione di informazione delle misure messe in atto da Veneto Sviluppo Spa a favore del settore turistico-ricettivo. Tale azione vede il coinvolgimento delle principali associazioni di categoria del settore e di quanti promuovono misure di sostegno del credito agevolato. In tal senso, sono state sentite Federalberghi Veneto, Federturismo Veneto, Assoturismo Veneto, Faita-Federamping Nord-Est, quali organizzazioni imprenditoriali regionali maggiormente rappresentative del turismo, che hanno manifestato apprezzamento in merito alle iniziative promosse da Veneto Sviluppo Spa e dichiarato altresì la disponibilità ad avviare azioni di diffusione informativa.

In tale contesto la finanziaria regionale Veneto Sviluppo Spa, ha comunicato di avere avviato un'iniziativa volta a consentire alle imprese turistiche ricettive del Veneto di monetizzare i vari crediti di imposta oltre che con il sistema bancario, anche per il tramite della finanziaria regionale stessa, con le seguenti caratteristiche:

- 1) Veneto Sviluppo acquista in proprio i crediti d'imposta nei limiti della sua capacità fiscale disponibile;
- 2) al venir meno della stessa, o a seguito di diverse valutazioni di opportunità, può indirizzare gli acquisti verso altri soggetti identificati di concerto con la Regione;
- 3) l'attività:
 - è rivolta alle imprese turistiche ricettive operanti sul territorio regionale e volta a consentire alle stesse la rapida e conveniente monetizzazione dei crediti d'imposta, una volta presenti nel loro cassetto fiscale, nei limiti di plafond predefiniti che verranno tempo per tempo comunicati;
 - riguarda inizialmente i Crediti Turismo ma potrà eventualmente essere estesa ad altri crediti di cui beneficia il settore qualora se ne ravvisasse l'opportunità;
 - le condizioni economiche sono definite nel corso dell'implementazione dell'attività, anche sulla base dei costi incorsi, e riviste periodicamente, ma sempre nell'ottica di minimizzare lo sconto per i cedenti.

Con DGR n. 1283 del 18 ottobre 2022 è stato approvato un Protocollo di intesa tra la Regione del Veneto, la finanziaria regionale Veneto Sviluppo Spa e le organizzazioni imprenditoriali regionali maggiormente rappresentative del settore turismo con l'obiettivo di diffondere e promuovere presso le imprese turistiche ricettive del territorio la conoscenza della possibilità di monetizzare i propri crediti fiscali, oltre che con il sistema bancario, anche per il tramite della finanziaria regionale Veneto Sviluppo Spa. La Regione del Veneto si è riservata di promuovere la possibile estensione dell'iniziativa di Veneto Sviluppo Spa ad altre società/enti regionali potenzialmente interessati, ove compatibile con la normativa vigente.

b) possibile adesione ad acceleratore di start up in ambito turistico e di Open Innovation

La Regione del Veneto sta valutando l'adesione ad un percorso di accelerazione per startup con focus verticale sui settori TravelTech & Tourism, che, grazie ad attori di primario livello, dovrebbe insediarsi a Venezia e posizionarsi come uno fra i principali acceleratori in Italia e come punto di riferimento in grado di attrarre nel nostro paese anche startup internazionali intenzionate a stabilirsi nel nostro Paese, Il programma vedrà coinvolti operatori e sponsor di primaria importanza nell'intera filiera di riferimento del



programma, i quali: (i) renderanno possibile il lancio e l'accelerazione di circa 30 startup su un orizzonte temporale di 3 anni; (ii) favoriranno la collaborazione tra i principali attori dell'ecosistema (corporate, centri di ricerca, università, ecc.); e (iii) metteranno a disposizione competenze di settore, mentorship e supporto industriale per facilitare l'ingresso sul mercato delle startup accelerate, oltre a fornire loro le risorse finanziarie necessarie per lo sviluppo.

Il programma di accelerazione verrà strutturato in 3 macro-fasi:

- una prima fase di "call for startup" della durata di circa 3 mesi. Sulla base dei criteri di selezione, verranno identificate le (fino a) 16 startup che saranno presentate al "selection day", evento durante il quale rappresentanti di corporate partner, operatori e il Fondo selezioneranno le 10 startup che entreranno ufficialmente nel programma di accelerazione;

- una seconda fase di "accelerazione" della durata di circa 5 mesi. Durante la fase di accelerazione, le startup riceveranno i seguenti servizi:

- o Seminari di approfondimento su diverse tematiche, raggruppabili in 4 aree fondamentali: prodotto (sviluppo e miglioramento di prodotto e tecnologia), market (product-market fit, funnel building, customer targeting e implementazione di una strategia di acquisizione scalabile), growth (crescita del business e miglioramento delle metriche di ricavo), investor (financial planning, business partnership e fundraising), per un numero complessivo previsto di circa 16 sessioni;

- o A cadenza bimensile, sessioni con esperti ed advisor per aggiornamenti sull'andamento dei risultati raggiunti durante il programma, per un totale previsto di circa 10 checkpoint;

- o Partecipazione a due importanti eventi: l'"investor day" e il "demo day". Le due sessioni previste a conclusione della fase di accelerazione daranno la possibilità alle startup di, rispettivamente, presentare l'idea imprenditoriale di fronte a potenziali investitori del network, rappresentanti delle corporate partner e avere l'opportunità di presentare al grande pubblico la propria società, affermando il brand nel mercato. Il demo day rappresenta per le startup l'evento conclusivo del programma di accelerazione, e l'opportunità di chiudere round di investimento a sostegno della crescita del proprio business.

- una terza fase di "fundraising", della durata di 2 mesi con la possibilità di estensione per ulteriori 30 giorni. Questa fase, successiva al demo day, offrirà alle startup la possibilità di usufruire degli spazi di co-working, messi a disposizione anche durante la fase di accelerazione, e di ricevere attività di mentoring in merito alle attività necessarie alla costruzione di round di investimento e alla strutturazione di una pipeline efficace di potenziali investitori. La fase in questione prevede anche la presenza di incontri mensili con esperti tecnici del verticale di riferimento delle corporate in qualità di attività continuativa di supporto verso le società.

L'obiettivo del programma è rendere ripetibili e scalabili le revenue streams, perfezionando il modello di business, costruendo un funnel di vendita digitale e controllabile e impostando un modello decisionale data driven per indirizzare le scelte strategiche. Per far questo, la metodologia che viene utilizzata all'interno del programma di accelerazione è quella SCRUM. Le startup sono tenute a seguire un flusso organizzativo di project management molto intenso, sia lato prodotto, sia lato sviluppo del business per accelerare la crescita.



L'eventuale adesione a questa iniziativa di accelerazione di start up e Open Innovation potrebbe concretizzarsi in due principali attività:

- Sostegno alle startup selezionate dal programma di accelerazione che sviluppino il business in Veneto da erogare in parte all'inizio del programma di accelerazione e in parte al termine se ritenute meritevoli di avanzare.
- Finanziamento di un programma *Open Innovation* dedicato alle imprese turistiche venete e svolto in collaborazione con le Associazioni di Categoria. Le eventuali risorse stanziare potrebbero essere destinate all'acquisto ed erogazione di servizi di formazione, consulenza e assistenza all'innovazione inclusi laboratori di sviluppo di nuovi prodotti/servizi e di implementazione di nuove tecnologie nei processi produttivi e nella relazione con il mercato e con i clienti.

La prima linea di intervento potrebbe seguire quanto già intrapreso dal Ministero del Turismo con adesione all'esito della procedura di gara per lo sviluppo di programmi di accelerazione rivolti a startup nell'ambito del turismo. La seconda linea di intervento potrebbe essere svolta da un accordo, e per mezzo di un contratto, tra Veneto Sviluppo e il network individuato dallo stesso Ministero del Turismo.

c) altri possibili strumenti di finanza agevolata per le PMI

Altri strumenti di finanza agevolata per le PMI turistiche potrebbero essere rappresentati da:

Mini bond turistici - L'emissione di mini-bond (Veneto Sviluppo o società partecipate) collegati all'acquisto di pacchetti turistici poi emessi sul mercato da tour operator potrebbe essere una modalità, da approfondire e verificare nella sua fattibilità, per sostenere la liquidità degli operatori della filiera.

Fintech attraverso la Blockchain - Attraverso la collaborazione con il sistema bancario e con Reti Innovative Regionali incentivare la diffusione e applicazione di tali tecnologie connesse al panorama finanziario: la tecnologia NFT consente di implementare il modello (Buy Now, Pay Later) per i turisti; la gestione dei pagamenti, con progetti per la riconciliazione di pagamenti interbancari o la creazione di servizi per semplificare i trasferimenti di denaro tra diverse valute; la gestione di dati e documenti finanziari, con iniziative per sfruttare le caratteristiche della tecnologia di immutabilità e trasparenza per adempiere a obblighi di compliance; il supporto al Supply Chain Finance, con iniziative di sistema internazionali; la gestione dell'identità, con progetti per semplificare e ridurre i costi del processo di identificazione dei propri clienti.

Token e fidelizzazione della clientela - La Blockchain applicata al turismo potrebbe svolgere un ruolo fondamentale nella semplificazione e nella certificazione dei pagamenti e transazioni. Con l'utilizzo della Blockchain, l'intero processo può essere snellito, velocizzato e reso più trasparente, aumentando la fiducia tra i viaggiatori e gli operatori turistici. L'utilizzo di Token potrebbe essere incentivato e diffuso per superare la vecchia e logora logica dei Punti Fedeltà.



3. CRITERI E PROCEDURE DI GESTIONE, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Procedure di gestione/variazione del P.T.A.

La Giunta regionale, nell'ambito del budget complessivo di spesa individuato, e nel rispetto delle azioni definite dal presente Piano, provvede con proprie deliberazioni a definire le condizioni di operatività e le procedure tecnico-amministrative per l'attuazione delle azioni prioritarie individuate, tenuto anche conto delle risorse finanziarie dedicate, ove previste. Provvede inoltre a definire, ove necessario, rimodulazioni della spesa prevista per l'attuazione delle azioni prioritarie. L'attuazione operativa delle azioni, la gestione tecnica, amministrativa e finanziaria delle attività di cui al presente P.T.A, incluso il monitoraggio e la valutazione dei risultati, spettano alla Direzione Turismo e alla Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale rispettivamente per le azioni che riguardano ambiti di competenza delle stesse. Qualora si rendessero disponibili nel corso del 2023 ulteriori risorse rispetto a quelle stanziare con legge regionale n. 32 del 23 dicembre 2022 di approvazione del "Bilancio di previsione 2023-2025", la Giunta regionale potrà autorizzare il finanziamento di nuove iniziative purché rientranti nelle Azioni specificatamente individuate nel presente documento. Nel caso di proposte di finanziamento relative a nuove iniziative non ricomprese nelle Azioni specificatamente individuate nel presente P.T.A., verrà richiesto il parere della competente Commissione Consiliare. Le predette Strutture regionali, nell'attuazione del Piano potranno avvalersi della collaborazione di soggetti pubblici, prioritariamente enti ed istituzioni che a vario titolo hanno competenze sul tessuto economico regionale in relazione alle attività da realizzarsi e di soggetti privati.

Monitoraggio e valutazione del Piano

Gli indicatori di performance delle azioni e la loro valutazione vengono definiti nell'ambito delle attività di monitoraggio e valutazione previste dal DEFR del corrispondente periodo e anche con l'ausilio degli indicatori dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato. Per quanto riguarda la valutazione dell'impatto delle azioni previste, si ricorrerà - nel rispetto delle direttive e degli orientamenti emanati dalla Giunta regionale e dalla Segreteria Generale della Programmazione in materia di conseguimento degli obiettivi di performance dell'amministrazione regionale - anche a metodologie di analisi di customer satisfaction, attraverso la somministrazione di questionari a target specifici delle azioni poste in essere (OGD, Comuni, uffici IAT, associazioni di categoria, OO SS, imprese).



4. QUADRO DEI FABBISOGNI FINANZIARI PER L'ATTUAZIONE DELLE AZIONI PTA PER L'ANNO 2023

La copertura finanziaria delle azioni individuate nel presente Piano, e rappresentate nella seguente tabella, è garantita con le risorse stanziati nei sotto evidenziati capitoli di spesa, per un importo complessivo di € 3.721.000,00, a seguito approvazione con Legge regionale n. 32 del 23.12.2022 del "Bilancio di previsione 2023-2025".

AZIONI	STANZIAMENTO
A 1 APPROCCIO UMANO Territori, Comunità, Persone	€ 200.000,00
A 2 APPROCCIO BUSINESS TRASVERSALE Imprese, Prodotti, R&S	€ 160.000,00
A 3 APPROCCIO COMUNICATIVO Marca & Marketing	€ 3.111.000,00
A 4 APPROCCIO STRUMENTALE Osservatorio – Digitale – Editoria	€ 250.000,00
TOTALE	€ 3.721.000,00

Capitoli di spesa:

101891/U "Iniziative per la promozione e valorizzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici (Art. 19, c. 2, lett. e, L.R. 11/2013)" - **Acquisto di beni e servizi - Euro 1.921.000,00;**

101892/U "Trasferimenti per la promozione e valorizzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici (Art. 19, c. 2, lett. e, L.R. 11/2013)" - **Trasferimenti correnti - Euro 700.000,00;**

103348/U "Iniziative regionali di promozione e sviluppo della gamma di prodotti turistici (Art. 19, c. 2, L.R. 11/2013)" **Acquisto di beni e servizi - Euro 500.000,00;**

102078/U "Attività regionali di informazione e accoglienza turistica (Art. 15, L.R. 11/2013)" - **Acquisto di beni e servizi - Euro 150.000,00;**

102295/U "Valorizzazione del territorio veneto attraverso le Pro-Loce (Artt. 7, 8, L.R. 34/2014)" - **Trasferimenti correnti - Euro 400.000,00;**

104119/U "Azioni regionali per la promozione e la valorizzazione dei cammini veneti (Art. 7, c. 1, lett. b, L.R. 4/2020)" **Acquisto di beni e servizi - Euro 50.000,00;**

In aggiunta agli stanziamenti regionali sopra evidenziati, potranno essere utilizzate nel corso dell'annualità 2023 le risorse statali derivanti dal Fondo Unico Nazionale per il Turismo parte corrente, istituito ai sensi dell'articolo 1, comma 366 della legge 30 dicembre 2021, n. 234 "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2022 e bilancio pluriennale per il triennio 2022-2024", destinato al finanziamento di interventi volti al miglioramento dell'attrattività turistica e al rilancio produttivo del settore turistico nazionale.

