



## *Piano Turistico Annuale 2020*

*ai sensi dell'art. 7 della legge regionale n. 11/2013*

**LAND OF VENICE  
LAND OF VALUE**

**Il Turismo per il Veneto**

*In attuazione del Programma regionale del Turismo  
2018-2020*



14342e1a





## INDICE

1. IL PIANO TURISTICO ANNUALE 2020 QUALE STRUMENTO DI CONSOLIDAMENTO DEL PROGRAMMA REGIONALE PER IL TURISMO
2. LE AZIONI DEL PIANO TURISTICO ANNUALE 2020 IN ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA REGIONALE DEL TURISMO 2018-2020: CRITERI DI SELEZIONE DELLE AZIONI
3. LE AZIONI DEL PIANO TURISTICO ANNUALE 2020:
  - A) AZIONI DI LANCIO DA IMPLEMENTARE E AMPLIARE
    1. Rilancio della "Meeting Industry" regionale - Veneto Convention Bureau (Asse 1 Prodotti Turistici)
    2. "Cycling in the Land of Venice" (Asse 1 Prodotti Turistici)
    3. "Le Porte dell'Accoglienza" (Asse 2 Infrastrutture)
    4. "Digital Tourism Veneto" (Asse 3 Turismo Digitale)
    5. Potenziamento e ulteriore diffusione del DMS regionale (Asse 3 Turismo Digitale)
    6. Presentazione e disseminazione contenuti "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)
    7. Editoria e immagine coordinata uffici IAT (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)
    8. Ulteriore diffusione e applicazione del marchio "Veneto The Land of Venice" (Asse 5 Promozione e comunicazione)
    9. Consolidamento "Osservatorio turistico regionale federato" (Asse 6 Governance partecipata)
  - B) AZIONI DI LANCIO/PRIORITARIE CUI VA DATO AVVIO OPERATIVO
    10. Card regionale "The Land of Venice Card" (Asse 2 Infrastrutture)
    11. Iniziative di sperimentazione dell'Ecosistema Digitale Veneto (Asse 3 Turismo Digitale)
    12. Attività per il Miglioramento del servizio turistico (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)
    13. Coordinamento tra le Organizzazioni di Gestione della Destinazione e con la Regione del Veneto (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)
  - C) AZIONI PRIORITARIE DA REALIZZARE IN SINERGIA CON ALTRI PROGETTI E/O SOGGETTI TERZI
    14. Laboratori per la creazione/consolidamento di nuovi prodotti turistici (Asse 1 Prodotti Turistici)
    15. Implementazione del Trasporto Pubblico Locale e valorizzazione mobilità lenta" (Asse 2 Infrastrutture)
    16. FOCUS - Le iniziative 2020 per la promozione del turismo slow
    17. Interoperabilità con sistema nazionale e Metasearch regionale (Asse 3 Turismo Digitale)
    18. Informazione e accoglienza diffusa - Info-point (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)
    19. Rafforzamento progetto "#EnjoyRespectVenezia" (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)
    20. Attività di Comunicazione interna di comunità (Assi 4 Accoglienza e Capitale umano e 5 Promozione e comunicazione)
    21. Attività di Comunicazione esterna con nuovi soggetti e nuovi strumenti (Asse 5 Promozione e comunicazione)
4. AZIONI DI CONSOLIDAMENTO A SOSTEGNO DELLA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA REGIONALE (ADOTTATE CON DGR N. 124 DEL 3 FEBBRAIO 2020)
5. CRITERI E PROCEDURE DI GESTIONE, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE
6. QUADRO DEI FABBISOGNI FINANZIARI PER L'ATTUAZIONE DELLE AZIONI DEL PTA 2020.



14342e1a



## 1. IL PIANO TURISTICO ANNUALE 2020 QUALE STRUMENTO DI CONSOLIDAMENTO DEL PROGRAMMA REGIONALE PER IL TURISMO

La legge regionale 14 giugno 2013, n. 11 individua gli strumenti programmatori regionali per l'industria turistica contestualizzandoli con la più ampia programmazione regionale e con le rinnovate strumentazioni di intervento pubblico.

Per dare attuazione a quanto previsto in tal senso dall'articolo 6, comma 3, della citata legge regionale n. 11/2013, la Giunta regionale con deliberazione n. 123/CR del 27/11/2018, ha predisposto il Programma regionale per il Turismo 2018-2020, denominato "Piano Strategico del Turismo Veneto", successivamente approvato dal Consiglio Regionale con deliberazione n. 19 del 29 gennaio 2019.

Punto qualificante del "Piano Strategico del Turismo Veneto", di seguito anche PSTV, è stato l'ampio percorso partecipativo che ha coinvolto tutti gli stakeholders pubblici e privati del sistema turistico regionale e che ha portato ad individuare sei assi tematici:

- Asse 1 Prodotti Turistici;
- Asse 2 Infrastrutture;
- Asse 3 Turismo digitale;
- Asse 4 Accoglienza e Capitale umano;
- Asse 5 Promozione e Comunicazione;
- Asse 6 Governance partecipata.

Per dare prima esecuzione al Programma regionale per il Turismo, la Giunta regionale, con deliberazione n. 1014 del 12 luglio 2019 ha individuato, tra le azioni prioritarie, 12 azioni di lancio:

- Rilancio della "Meeting Industry" regionale - Veneto Convention Bureau;
- Cycling in the Land of Venice (coordinamento club di prodotto a partire dal segmento Bike);
- Card regionale "The Land of Venice Card";
- Identificazione hub regionali: "Le Porte dell'accoglienza";
- Potenziamento e diffusione del DMS regionale;
- Avvio dell'Ecosistema Digitale Veneto;
- La Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità;
- Miglioramento standard di Qualità del servizio turistico;
- Diffusione del Marchio ombrello "Veneto The Land of Venice";
- Packaging e co-branding "Veneto The Land of Venice";
- Avvio Governance partecipata del PSTV;
- Istituzione e avvio dell'Osservatorio turistico regionale federato.

Il Piano Turistico Annuale 2019, di seguito PTA 2019, è stato quindi lo strumento attraverso il quale la Giunta regionale ha dato avvio all'attuazione del Programma regionale per il Turismo 2018-2020 e - secondo le previsioni dello stesso Programma in materia di governance partecipata - anche questa fase



14342e1a



maggiormente operativa ha visto il coinvolgimento di gruppi di lavoro coordinati dagli stessi "chairperson" che già avevano coordinato i 5 tavoli tematici in stretto raccordo con la Cabina di regia individuata dalla deliberazione della Giunta regionale n. 1928 del 27 novembre 2017. Questo ampio lavoro di coinvolgimento di tecnici interni all'Amministrazione regionale e di esperti dei diversi temi trattati, nonché espressione degli stakeholders regionali, ha portato all'adozione di tre importanti atti deliberativi con cui si è avviata la concreta attuazione delle seguenti azioni di lancio.

Con deliberazione n. 1504 del 15 ottobre 2019, la Giunta regionale ha approvato un accordo di collaborazione, della durata di 12 mesi, con Unioncamere Veneto per la realizzazione delle seguenti azioni del Piano Turistico Annuale 2019:

<b>Asse 3 "Turismo digitale"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azione 3.3.1. "Digital Tourism Online Veneto"	€ 20.000,00
<b>Asse 5 "Promozione e comunicazione"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azioni 5.5.1. "Sostegno alla diffusione del Marchio-ombrello 'Veneto The Land of Venice' " e 5.5.3. "Packaging e co-branding"	€ 50.000,00
<b>Asse 6 "Governance partecipata"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azione trasversale "Istituzione e avvio dell'Osservatorio turistico regionale federato"	€ 100.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 170.000,00</b>

Con deliberazione n. 1505 del 15 ottobre 2019, la Giunta regionale ha affidato a Veneto Innovazione S.p.A. la gestione operativa delle seguenti azioni, fermo restando il costante coinvolgimento dei gruppi di lavoro interessati che hanno formulato anche le relative linee di indirizzo confermate anche dalla Cabina di regia del Piano.

<b>Asse 1 "Prodotti Turistici" Finanziamento</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azione di lancio "Rilancio della Meeting Industry regionale - Veneto Convention Bureau"	€ 100.000,00
- Azione di lancio "Cycling in the Land of Venice"	
<b>Asse 2 "Infrastrutture"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azione di lancio "Le Porte dell'Accoglienza"	€ 25.000,00
<b>Asse 3 "Turismo digitale"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azione di lancio "Potenziamento e diffusione del DMS regionale"	€ 130.000,00
- Azione di lancio "Avvio dell'Ecosistema Digitale Veneto"	
<b>Asse 4 "Accoglienza e capitale umano"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Azione di lancio "La Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità"	
- Azione di lancio "Proseguimento del Progetto "Editoria e immagine coordinata I.A.T.""	€ 100.000,00



14342e1a



<b>TOTALE</b>	<b>€ 355.000,00</b>
---------------	---------------------

Con deliberazione n. 1585 del 29 ottobre 2019, la Giunta regionale ha finanziato l'Azione di lancio del PTA 2019 denominata "Le Porte dell'Accoglienza" a favore dei Comuni di Padova, Treviso, Venezia e Verona, previa sottoscrizione di Accordi di collaborazione integrativi di quelli attuativi della DGR n. 2287/2013, per l'allestimento - in linea con l'immagine coordinata regionale - degli Uffici di Informazione Turistica (IAT) del Comune di Venezia presso l'Aeroporto "Marco Polo" e presso la stazione ferroviaria "Venezia - Santa Lucia", del Comune di Treviso presso l'Aeroporto "Antonio Canova", dei Comuni di Padova e Verona presso le rispettive stazioni ferroviarie, sulla base del seguente riparto:

<b>Asse 2 "Infrastrutture" - Azione "Le Porte dell'Accoglienza"</b>	<b>Finanziamento</b>
- Comune di Padova (allestimento 1 ufficio IAT)	€ 25.000,00
- Comune di Treviso (allestimento 1 ufficio IAT)	€ 25.000,00
- Comune di Venezia (allestimento 2 uffici IAT)	€ 50.000,00
- Comune di Verona (allestimento 1 ufficio IAT)	€ 25.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 125.000,00</b>

Vi sono inoltre delle azioni del PTA 2019 che, pur non avendo beneficiato di risorse proprie nell'ambito del Piano stesso, sono state comunque intraprese/avviate o grazie ad attività di governance e coordinamento oppure avvalendosi del sostegno economico di altri progetti o programmi: a titolo meramente esemplificativo si rammentano le azioni di avvio di nuove imprese, di costituzione o rafforzamento di club di prodotto, di interventi di rigenerazione delle strutture ricettive finanziate tramite i fondi POR FESR 2014-2020 e i fondi regionali appositamente istituiti. Vi sono state inoltre anche azioni che hanno beneficiato di interventi normativi e regolamentari, quali l'introduzione del *codice identificativo unico* per le locazioni turistiche, finalizzato a contrastare l'abusivismo, a favorire una maggiore sostenibilità delle destinazioni e ad instaurare un dialogo con i portali di prenotazione delle OLTA (On Line Travel Agency).

Risulta evidente che il percorso di avvio dell'attuazione del Programma regionale per il Turismo 2018-2020 attraverso il primo PTA 2019, è stato piuttosto impegnativo nella sua concreta realizzazione sotto il profilo tecnico ed amministrativo, proprio per il necessario coinvolgimento dei numerosi attori territoriali (Enti locali, Università, associazioni di categoria, OGD, club di prodotto, ecc.) il cui ruolo appare fondamentale per portare a conclusione e rendere efficaci le azioni di lancio. Ciò ha fatto sì che molte delle predette azioni di lancio vedranno la loro piena realizzazione operativa nell'anno in corso.

Il Piano Turistico Annuale 2020, è da considerarsi quindi lo strumento per la piena implementazione delle azioni avviate nel 2019 nonché per l'avvio di quelle azioni che erano state oggetto di attività di governance, studio ed elaborazione, ma non ancora di piena e concreta operatività.



14342e1a



## 2. LE AZIONI DEL PIANO TURISTICO ANNUALE 2020 IN ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA REGIONALE DEL TURISMO 2018-2020: CRITERI DI SELEZIONE DELLE AZIONI

La selezione delle azioni del PIANO TURISTICO ANNUALE 2020, di seguito PTA 2020, in attuazione del Programma Regionale del Turismo 2018-2020 è diretta conseguenza di quanto sopra evidenziato nonché del confronto nei gruppi di lavoro, con i rispettivi "chairperson" e con la Cabina di Regia. Nell'individuazione delle azioni che caratterizzano la proposta del PTA 2020 ci si è quindi attenuti a tre criteri di selezione, che sono complessivamente orientati a completare e sviluppare ulteriormente le scelte di carattere strategico che sono state approvate ed avviate con il PTA 2019:

### a) Continuità delle azioni di lancio di alto valore strategico avviate nel 2019.

Saranno implementate e ampliate quelle azioni di lancio che per loro natura necessitano di continuità per risultare efficaci nel tempo. Va ricordato infatti che nella definizione del PTA 2019 si era partiti dall'esigenza di individuare **azioni fortemente orientate a perseguire gli obiettivi strategici** del Programma Regionale del Turismo, nel rispetto delle **indicazioni pervenute dal Consiglio regionale con gli ordini del giorno approvati** in occasione della sua adozione. Tra le azioni alle quali si prevede di dare continuità per garantirne l'efficacia nel tempo vi sono quelle relative al rilancio della "Meeting Industry", al progetto "Cycling in the Land of Venice", all'implementazione dell'iniziativa "Le Porte dell'Accoglienza", all'appuntamento annuale "Digital Tourism Veneto", al potenziamento ed ulteriore diffusione del "DMS regionale", alla presentazione e disseminazione dei contenuti della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" nelle sue varie declinazioni, al prosieguo del progetto "Editoria ed immagine coordinata uffici IAT", all'applicazione del marchio "Veneto The Land of Venice" ad ulteriori filiere oltre a quelle del turismo e dell'agroalimentare e soprattutto alle attività necessarie per il consolidamento dell'"Osservatorio turistico regionale federato".

### b) Sviluppo delle azioni di lancio/prioritarie oggetto di attività di governance ed elaborazione nel 2019.

Tra le azioni di lancio/prioritarie avviate nel corso del 2019, ve ne sono alcune che sono state oggetto prevalentemente di attività di governance e di analisi, propedeutiche ad una vera e propria operatività che si porrà in essere nell'ambito dell'attuazione del PTA 2020. Tra queste sono da ricomprendere la progettazione esecutiva della Card regionale "The Land of Venice Card", l'avvio dell'"Ecosistema Digitale Veneto", le diverse attività previste dall'azione sul "Miglioramento standard di qualità del servizio turistico" e infine la costituzione e l'attivazione del coordinamento fra le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (ODG) e tra queste e la Regione del Veneto, al fine di favorire una maggiore collaborazione tra le stesse destinazioni e un loro raccordo con le politiche regionali in ambito turistico.

Vi sono azioni diverse da quelle di lancio, ma già individuate nel 2019 come prioritarie, rispetto alle quali è stata svolta nello scorso anno un'attività propedeutica di preparazione e confronto - all'interno e all'esterno dei Tavoli di lavoro - che ne rendono ora possibile una concreta realizzazione o avvio. Tra queste vi sono:

- le azioni relative alla valorizzazione di prodotti turistici emergenti (es. turismo equestre, turismo dei cammini, turismo musicale, turismo dei luoghi letterari, film-induced tourism, etc.) previste dall'Asse 1 "Prodotti Turistici" del PSTV, che possono trovare forme di sinergia e sostegno grazie a progetti di cooperazione internazionale o transfrontaliera o grazie a provvedimenti normativi specifici già adottati o in corso di adozione da parte del Consiglio regionale (fra questi, in particolare, la L.R. n. 35/2019 relativa alla promozione del cicloturismo e la L.R. n. 4/2020 in materia di promozione dei cammini veneti);
- le linee strategiche e di azione collegate all'Asse 2 "Infrastrutture" per quanto attiene ai temi dell'implementazione del Trasporto Pubblico Locale e di valorizzazione della mobilità lenta, che potranno trovare valide forme di sinergia con il Piano Regionale dei Trasporti in corso di approvazione da parte del Consiglio regionale;



14342e1a



- le azioni previste nell'Asse 3 "Turismo Digitale" e relative al DMS e all'Ecosistema Digitale Veneto che potrebbero trovare ulteriore sviluppo nell'interoperabilità con il portale nazionale [www.italia.it](http://www.italia.it) per quanto concerne gli eventi e nella realizzazione di un Metaserach regionale secondo le linee guida sviluppate con un progetto Stato-Regioni di cui proprio il Veneto è stato capofila assieme all'Abruzzo. Questa seconda iniziativa consentirebbe di affrontare in termini propositivi anche il complesso rapporto con le OLTA (Online Travel Agencies);
- le esperienze di informazione e accoglienza diffusa tramite info-point, di cui all'Asse 4 "Accoglienza e Capitale umano", già avviate in alcuni territori (es. Valle Agredo, Valpolicella, Lessinia, Laguna di Venezia, etc.) e che potrebbero acquisire un particolare significato in un territorio come quello delle "Colline del Prosecco" dopo il riconoscimento dell'area da parte dell'UNESCO quale Patrimonio Mondiale dell'Umanità per il paesaggio. Analogamente vanno ulteriormente supportate le iniziative previste dal Comitato di pilotaggio "Venezia e la sua laguna sito Unesco", anche rafforzando il progetto #EnjoyRespectVenezia;
- le attività di comunicazione, previste dall'Asse 5, anche in relazione alla realizzazione di alcuni strumenti previsti da altri Assi (Carta Accoglienza, Porte Accoglienza, Marchio ombrello, etc.). Appaiono infatti mature le condizioni per le attività di comunicazione interna "di comunità" (consapevolezza, condivisione, aggiornamento, informazione, formazione, ecc.) e di comunicazione esterna in grado di allargare i soggetti (Prodotti non turistici, Ambasciatori, Eventi, ecc.) e gli strumenti (Fiere di altri settori, Film Commission, materiali comuni personalizzabili, ecc.) rispetto a quelli già utilizzati. Nel primo caso vi potranno essere sinergie con le attività di governance sviluppate da e con le OGD, nel secondo caso con le attività poste in essere dalle diverse strutture regionali, in particolare dalla Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione e dalla Direzione Beni Attività Culturali e Sport.



14342e1a



### 3. LE AZIONI DEL PIANO TURISTICO ANNUALE 2020

Seguendo i criteri di selezione sopra descritti, si indicano di seguito le azioni da avviare e/o sviluppare con il PTA 2020 avvalendosi, oltre che di risorse dedicate, di risorse derivanti da altri capitoli del Bilancio regionale, di sinergie tecnico-finanziarie con progetti di cooperazione internazionale e transfrontaliera e infine di risorse stanziare in attuazione di nuovi/recenti provvedimenti normativi.

#### A) AZIONI DI LANCIO DA IMPLEMENTARE E AMPLIARE

##### 1. Rilancio della "Meeting Industry" regionale - Veneto Convention Bureau (Asse 1 Prodotti Turistici)

Nel 2019, grazie al coinvolgimento del gruppo di lavoro del segmento MICE costituito dai componenti del network dei Convention Bureau del Veneto, 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 Internazionalizzazione, si è condiviso lo sviluppo delle seguenti attività a sostegno della meeting-industry:

##### 1. Formazione

Corsi formativi qualificanti dedicati al settore MICE, con la formula del *webinar* e contenuti d'interesse per gli operatori del segmento congressuale (es. tendenze della meeting-industry, format di candidature per ospitare congressi nelle destinazioni, nuovi modelli di promo-commercializzazione dell'offerta congressuale on line/off line, ecc.).

##### 2. Evento annuale

Sezione specifica dedicata alla meeting-industry all'interno di Buy Veneto, con una selezione di buyer del segmento, con l'organizzazione di fam trip post o pre Buy Veneto dedicati al segmento MICE, verso le varie destinazioni del territorio. La segmentazione dell'ormai consolidato Buy Veneto permetterebbe l'evoluzione da turismo di destinazione a turismo di prodotto, estendendolo ad altri settori specifici, modificandone la formula ed amplificandone l'efficacia.

##### 3. Ospitalità di eventi di associazioni nazionali ed internazionali del settore congressuale

Ospitalità di eventi di associazioni internazionali (nel 2019 Convention Federcongressi & Eventi a Vicenza, nel 2020 Destination Experience di UNICEO - United Networks of International Event Organizers a Venezia), con organizzazione di fam-trip sul territorio, prima e/o dopo l'evento.

Lo sfasamento temporale nell'elaborazione e attuazione dei piani annuali impatta in particolar modo su questa linea di azione e quindi, a maggior ragione, la previsione di attività del PTA 2020 non può che essere in continuità con quanto già previsto per il 2019 con, in più, l'auspicato rafforzamento del coordinamento di tutti gli attori della filiera della meeting-industry del Veneto, volto a configurare un concetto di valorizzazione "a matrioska" delle destinazioni territoriali e di quella regionale.

##### 2. "Cycling in the Land of Venice" (Asse 1 Prodotti Turistici)

L'attività di coordinamento dei club di prodotto collegati al cicloturismo e al turismo slow e green, ha consentito nel corso del 2019 di puntare su due principali tipologie di attività:

1. la condivisione di una **Carta dei Servizi** unitaria che funga da minimo comune denominatore per tutti i club e le aziende che ne compongono le rispettive reti per poter proporre, anche sui mercati internazionali, un'offerta turistica con standard di qualità omogenei ed effettivamente rispondenti alle richieste di questa specifica famiglia motivazionale della domanda;
2. l'avvio di **azioni di comunicazione e promozione**, rafforzate da comuni standard di qualità, che consentano di presentare in modo unitario e integrato l'offerta turistica veneta collegata a questo specifico segmento.



14342e1a





Le azioni del PTA 2020 saranno pertanto finalizzate al consolidamento di tali iniziative anche attraverso la realizzazione di appositi materiali informativi e promozionali, una adeguata presenza nella specifica sezione dedicata al cicloturismo nel sito [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu) con offerte dedicate e l'utilizzo del DMS regionale - Deskline 4.0 per la successiva commercializzazione dell'offerta turistica nei siti delle rispettive reti di impresa.

### 3. "Le Porte dell'Accoglienza" (Asse 2 Infrastrutture)

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" sollecitata dal Piano Strategico del Turismo Veneto (aeroporti di Treviso e Venezia, stazioni ferroviarie di Padova, Venezia e Verona). Con la già citata deliberazione n. 1505 del 15 ottobre 2019, la Giunta regionale ha affidato a Veneto Innovazione Spa l'incarico di definire il layout grafico unitario e le linee guida per l'allestimento dei sopra indicati uffici turistici. Successivamente sono stati sottoscritti con i Comuni titolari della funzione di informazione e accoglienza gli accordi di collaborazione integrativi a fronte dei quali sono state loro attribuite le risorse necessarie per un primo allestimento unitario degli uffici stessi. Infatti, sebbene sufficientemente segnalati e forniti, oggi questi uffici richiedono una chiara identità che li leghi attraverso un'immagine grafica di forte appeal o una comunicazione frutto di una progettazione unitaria.

In tutti i casi considerati, la proprietà/gestione degli spazi dove sono allestiti adesso gli IAT-HUB, non appartiene ai Comuni di riferimento e quindi si è reso necessario avviare un'interlocuzione con le organizzazioni/società di gestione per fare comprendere che si tratta di un'iniziativa di marketing territoriale e di accoglienza turistica che va oltre logiche esclusivamente commerciali.

Gli spazi a disposizione degli IAT-HUB sono peraltro, in molti dei casi, già definiti e quindi la progettazione deve tenere conto dei diversi ambienti ed ubicazioni.

In considerazione di questa idea di progettazione comune, i gestori degli spazi (es. Save, Grandi Stazioni e Cento Stazioni) potrebbero trovare motivazione per mettere a disposizione ambienti ancora più idonei.

Gli uffici turistici risultanti, in quanto concepiti come "Porte dell'Accoglienza", dovranno avere degli evidenti elementi identitari che connotino l'appartenenza ad un network regionale qualificato, ma allo stesso tempo sarà fisiologica la presenza di elementi distintivi propri della destinazione.

Un concept comune relativo agli uffici IAT è quindi l'elemento a cui si sta lavorando per la successiva individuazione dei caratteri identitari che si potranno concretizzare nella definizione di un'esperienza immersiva da far vivere all'utente dello IAT, nel layout, negli elementi di arredo, nelle postazioni, nell'immagine coordinata comprensiva di elementi grafici e cromatici e in eventuali elementi distintivi relativi alle specificità della destinazione turistica.

L'accordo di collaborazione con i Comuni interessati scadrà verso la fine del 2020, pertanto il PTA 2020 prevede di sostenere il completamento degli allestimenti (le risorse stanziare in alcuni casi potrebbero infatti non risultare sufficienti) e l'eventuale estensione dell'iniziativa ad altri hub che nel frattempo fossero identificati e si rendessero disponibili (es. Aeroporto Catullo a Verona e ufficio IAT di Cortina in vista dei Campionati mondiali di sci alpino 2021 e delle Olimpiadi invernali 2026).

### 4. "Digital Tourism Veneto" (Asse 3 Turismo Digitale)

Tra le azioni previste dal Piano Strategico del Turismo Veneto, nell'asse 3 Turismo Digitale, vi sono le attività di sensibilizzazione, formazione e orientamento al digitale a favore delle imprese e delle destinazioni turistiche del Veneto. Tra queste attività rientra "Digital Tourism Veneto", appuntamento annuale che nel 2019 è stato realizzato in collaborazione con Unioncamere Veneto e Fondazione Comunica. L'anno scorso l'iniziativa è stata articolata in due mezze giornate: la prima con la presentazione di strumenti di innovazione digitale rivolti principalmente alle imprese, la seconda dedicata alla governance del turismo attraverso l'utilizzo di sistemi digitali e la presentazione di buone



14342e1a



pratiche. Nel 2020 l'iniziativa viene confermata, prevedendo una evoluzione del format, al fine di dare indicazioni pratiche e presentare strumenti sempre più operativi in ambito digitale per imprese e destinazioni, anche con l'illustrazione di casi studio nazionali ed internazionali. In sinergia con l'azione di lancio "Meeting Industry" si prevede di organizzare una sessione dedicata all'esposizione agli operatori di buone pratiche, con l'obiettivo di consolidare il percorso formativo previsto in collaborazione con i Convention Bureau del Veneto.

#### 5. Potenziamento e ulteriore diffusione del "DMS regionale" (Asse 3 Turismo Digitale)

A partire dal 2016, la Regione del Veneto si è dotata - in esito a una gara europea - di un Destination Management System, Deskline 4.0, ovvero di un software per la gestione integrata delle funzioni tipiche delle destinazioni turistiche, dall'informazione all'accoglienza, dalla promozione alla commercializzazione dell'offerta. Nel corso del 2019 sono proseguite le iniziative per favorire il più ampio utilizzo del DMS regionale da parte dei soggetti del sistema turistico veneto anche attraverso attività di promozione della piattaforma e la valorizzazione delle buone pratiche poste in essere da quelle destinazioni che utilizzano tutti i moduli di Deskline 4.0. E' stata prevista altresì la progettazione di una Welcome APP per integrare contenuti, servizi e funzionalità del DMS e dare così immediata evidenza ai dati inseriti nel sistema, amplificandone l'utilità e creando rete tra gli operatori.

Nel 2020 si proseguirà con l'implementazione della diffusione dell'utilizzo del DMS, oggi adottato da tutti gli 82 uffici turistici del Veneto, da diversi club di prodotto e da alcune destinazioni turistiche, cercando di favorire l'impiego non solo delle funzionalità collegate agli eventi, ai punti di interesse e alle brochure on line, ma sempre più anche delle funzionalità di booking e dynamic packaging. In tal senso si intende anche rendere "open" molti dei dati presenti nel DMS regionale per consentire iniziative di co-marketing con altri strumenti digitali presenti sul mercato e per favorire l'avvio di sperimentazioni di un Ecosistema Digitale Veneto di cui il DMS costituisce il vero hub per l'implementazione dei dati relativi all'offerta turistica regionale. L'azione è collegata anche alle attività di interoperabilità con il sistema nazionale per l'implementazione anche sul portale [www.italia.it](http://www.italia.it) - oltre che su [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu) - dei principali eventi di valenza turistica. Le attività relative al potenziamento e diffusione del DMS beneficiano di risorse finanziarie dedicate stanziare sul capitolo di bilancio 102078, riservato alle attività di informazione e accoglienza turistica.

#### 6. Presentazione e disseminazione contenuti "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)

Grazie all'ottimo lavoro svolto dal relativo gruppo tematico, nel 2019 è stata intrapresa un'importante attività di analisi di benchmark ed approfondimento di buone pratiche di analoghi strumenti realizzati da altre destinazioni regionali o territoriali e si sono individuati i temi che dovranno caratterizzare la Carta fondamentale dell'Accoglienza e le sue possibili declinazioni per i diversi ambiti (strutture ricettive, ristorazione, commercio, etc.). A seguito dell'approfondimento del predetto lavoro di analisi svolto da Veneto Innovazione Spa, nell'ambito dell'incarico affidatole in attuazione della DGR n. 1505/2019 si sta ora procedendo alla stesura del decalogo e delle diverse declinazioni della Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità, i cui contenuti saranno condivisi tramite incontri dedicati e focus group, per la successiva adozione da parte della Giunta regionale. Il PTA 2020 prevede di dare la massima diffusione dello strumento nelle sue varie declinazioni e la disseminazione capillare dei suoi contenuti attraverso iniziative di presentazione sul territorio tramite le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni, le parti sociali, il mondo della formazione ed altri soggetti e strumenti (associazioni turistiche e del tempo libero, associazioni di consumatori, circuitazione tramite web e social media, etc.).



14342e1a



**7. Editoria e immagine coordinata uffici IAT (Asse 4 Accoglienza e capitale umano)**

Il progetto "Editoria ed immagine coordinata uffici I.A.T." pur non rientrando tra le azioni del Piano Strategico del Turismo Veneto, è stato inserito nelle attività affidate con DGR n. 1505/2019 a Veneto Innovazione Spa per l'attuazione del PTA 2019, in quanto sviluppo di quanto realizzato negli anni precedenti dalla società "in house" per conto della Regione e della rete degli uffici turistici e coerente e complementare con l'azione "Le Porte dell'Accoglienza" e più in generale con quanto previsto dall'Asse tematico "Accoglienza e Capitale umano" (azioni 4.1.2. e 4.1.3.). Si ricorda infatti che con proprie deliberazioni n. 2770/2014, n. 1659/2015, n. 651/2017 e n. 1045/2018 la Giunta regionale ha definito le linee di indirizzo, attuato la programmazione e il coordinamento delle attività di informazione e accoglienza turistica di cui all'articolo 15 della legge regionale n. 11/2013 attraverso le seguenti azioni:

- individuazione e sviluppo di una linea editoriale di immagine coordinata sulla base di un'unica "gabbia grafica" in continuità con quella già adottata per il progetto del cicloturismo Veneto;
- individuazione di alcune tipologie di materiali da considerarsi di interesse trasversale per tutti i territori e come tali potenzialmente declinabili da ciascun territorio/destinazione del Veneto;
- realizzazione e stampa di dépliant e mappe di accoglienza di territorio/destinazione per una parte dei soggetti firmatari di accordi di collaborazione ai sensi della DGR n. 2287/2013.

Individuata la "gabbia grafica" e sviluppate le applicazioni per la rete degli uffici IAT (attualmente 82 ma con diverse richieste di riconoscimento in corso o in attesa di essere formalizzate) con la realizzazione di oltre 80 dépliant di accoglienza e di 40 mappe, si rende ora necessario provvedere alla realizzazione di questi materiali per le località, sede di IAT, che non ne hanno ancora beneficiato, predisponendoli anche nelle altre lingue richieste dagli ospiti delle destinazioni, per altre tipologie, per rispondere ai fabbisogni, informativi dei rinnovati uffici IAT che saranno individuati quali "Porte di Accoglienza" del turismo in Veneto nonché alla ristampa dei materiali in corso di esaurimento. I materiali realizzati potranno concorrere anche ad alimentare la rete di informazione e accoglienza diffusa (progetto info-point) descritta al successivo punto 18. Anche il progetto "Editoria ed immagine coordinata uffici I.A.T." può contare su risorse dedicate a valere sullo stanziamento previsto sul capitolo 102078 riservato alle attività di informazione e accoglienza turistica.

**8. Ulteriore diffusione e applicazioni del marchio ombrello "Veneto, The Land of Venice" (Asse 5 Promozione e comunicazione)**

Il Piano Turistico Annuale 2019 prevedeva, nell'ambito delle azioni di attuazione dell'Asse 5 "Promozione e Comunicazione" del PSTV, di rafforzare l'utilizzo del marchio ombrello "Veneto The Land of Venice". Tra le prime attività svolte vi è stata una ricognizione dello stato dell'arte dell'utilizzo del marchio ombrello, con la quale si è potuta constatare una ancora scarsa conoscenza da parte dei soggetti del sistema turistico veneto circa l'opportunità e le modalità di applicazione dello stesso. Si è quindi provveduto ad un primo aggiornamento delle linee guida per l'utilizzo del marchio, con l'obiettivo di inserirle in un vero e proprio manuale d'uso, e ad avviare iniziative ed attività di destination branding. Con il PTA 2020 si intende arrivare a gestire in termini proattivi - e non solo reattivi come avvenuto sino ad ora - la diffusione del marchio "Veneto The Land of Venice" mediante il coinvolgimento degli enti strumentali della Regione del Veneto, in primis i Parchi regionali, e delle Organizzazioni di Gestione della Destinazione, per un capillare suo utilizzo da parte delle imprese delle filiere turistiche ed agroalimentari. Questa azione - come altre del Piano - sarà realizzata in collaborazione con Unioncamere Veneto, consentendo così il coinvolgimento anche del complessivo sistema camerale regionale. Sempre nel 2020 sarà possibile dare concreta attuazione alla seconda fase prevista da questa azione del PSTV, ovvero l'estensione dell'applicazione del marchio "Veneto The Land of Venice" anche ad altre filiere produttive, previa condivisione con le associazioni di categoria, Unioncamere e le stesse Camere di Commercio. Questo consentirà, conseguentemente, anche di perseguire quegli obiettivi di packaging e co-branding già delineati nell'asse 5 del Programma



14342e1a



Regionale del Turismo. Tutte queste attività saranno realizzate con la condivisione e la supervisione della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione della Regione del Veneto, competente per materia che potrà contribuire alla ulteriore diffusione del marchio ombrello nell'ambito delle diverse attività di promo-commercializzazione dell'offerta veneta sui mercati.

#### 9. Consolidamento "Osservatorio turistico regionale federato" (Asse 6 Governance partecipata)

Con la sottoscrizione del Protocollo d'intesa tra i primi trenta soggetti aderenti (Regione del Veneto, Unioncamere Veneto, Associazioni di categoria, Organizzazioni di Gestione della Destinazione, Università del Veneto) avvenuta lo scorso 5 dicembre 2019, è stato formalmente dato avvio alla costituzione dell'Osservatorio turistico regionale federato. Tale formalizzazione era stata però preceduta da un'intensa attività preparatoria che può essere riassunta nelle seguenti fasi:

- condivisione del percorso da intraprendere con la Cabina di Regia del PSTV, con i "chairperson" dei tavoli tematici, con la U.O. Sistema Statistico Regionale, con Unioncamere Veneto ed il suo Centro Studi;
- ascolto delle destinazioni (Caorle, Delta del Po, Terme e Colli Euganei, Laguna di Venezia, Bibione, Lago di Garda, Padova) circa i fabbisogni e le priorità di indagini, conoscenza di dati e di monitoraggio di attività di ricerca già avviate nei territori;
- sensibilizzazione per l'istituzione dell'Osservatorio nei confronti di OGD, CCIAA, Università, Centri di ricerca, soggetti privati;
- individuazione, nell'ambito del progetto "Blutoursystem", della piattaforma di sperimentazione del dashboard unico per l'Osservatorio;
- confronto con Unioncamere, Veneto Sviluppo e Develon - H-benchmark per condividere le modalità di diffusione di un software per l'analisi delle performance di imprese ricettive e destinazioni turistiche;
- primi incontri con alcuni referenti tecnici della Direzione Turismo, dell'U.O. Sistema statistico regionale, di Unioncamere, delle associazioni di categoria maggiormente rappresentative, delle Università e del Ciset, per definire nuove modalità di condivisione dei dati e delle informazioni;
- adozione da parte della Giunta regionale della deliberazione n. 1504 del 15 ottobre 2019 di approvazione dell'accordo di collaborazione con Unioncamere e dello schema di Protocollo d'Intesa tra Regione del Veneto e altri soggetti per l'avvio dell'Osservatorio.

Si sta ora procedendo all'estensione del Protocollo ad altri soggetti potenzialmente interessati a fornire e fruire di dati utili alla comprensione del fenomeno turistico veneto e alla mappatura dei processi di raccolta dei dati dai soggetti aderenti al Protocollo per la successiva elaborazione e implementazione della piattaforma.

Con il Piano Turistico Annuale 2020 si intende dare continuità e consolidare le attività indicate dalla Cabina di Regia e dal neo costituito Board dell'Osservatorio composto dai rappresentanti di Regione Veneto, Unioncamere Veneto, Associazioni di Categoria, OGD, Comune di Venezia. Le attività dell'Osservatorio interesseranno i seguenti ambiti:

- **Dati convenzionali (Arrivi/Presenze) ampliati con elementi socio-demografici con nuovo sistema di rilevazione**
- **Indicatori di attrattività, competitività, sostenibilità declinazione su base regione/destinazioni**
- **Marca di destinazione: awareness toponimi (comunale, sovra e infracomunale), ricerche correlate/valori di marca, awareness di attrattori, personaggi, prodotti, imprese**
- **Reviews/reputation : analisi OLTA e comparatori (tripadvisor, travel appeal..) per imprese ricettive, ristorazione, musei e attrattori**



14342e1a



- **Analytics dei siti e social media:** visualizzazioni, followers, like, commenti, analisi testuale commenti
- **Indagini imprese:** congiunturali e di atteggiamento nei confronti di prodotti/mercati, canali di commercializzazione, revpar (hotel benchmark)
- **Indagini turisti presso le strutture ricettive:** genere, età, gruppo, motivi, canali, trasporti, media, valutazioni
- **Indagini turisti/escursionisti presso attrattori, uffici turistici:** pernottamento, età, genere, gruppo, motivi, canali, trasporti, media, valutazioni
- **Indagini residenti:** percezione di identità ed appartenenza, atteggiamento gradimento, vantaggi, svantaggi
- **Altre indagini e ricerche** (es. dati formazione/occupazione, Big Data)

E' evidente che il processo organizzativo, di governance e gestione dell'Osservatorio turistico regionale federato è molto complesso e ancora più lo sono le attività ed iniziative previste. Si tratta infatti di un asse strategico del Programma regionale per il Turismo e trasversale a tutti gli altri assi e linee strategiche e di azione, la cui importanza è stata evidenziata anche dal Consiglio Regionale con uno specifico ordine del giorno in sede di approvazione del Piano Strategico del Turismo Veneto. E' quindi essenziale dare a queste attività un respiro di medio e lungo termine affinché possano risultare efficaci e di effettivo supporto allo sviluppo e alla competitività del sistema turistico veneto, assicurando anche per la successiva programmazione regionale le necessarie risorse organizzative e finanziarie per il consolidamento dell'Osservatorio turistico regionale federato. Ciò dovrà essere fatto condividendo – e questo è il senso dell'aggettivo "federato" – con le destinazioni, con gli enti locali, con le associazioni di categoria e con il sistema camerale, quali attività di ricerca è utile ed opportuno siano condotte a livello regionale, anche per favorire importanti economie di scala e ottimizzazione dei risultati, e quali a livello territoriale e decentrato, avendo però nel dashboard unico – la cosiddetta "Piazza dei Saperi" – lo strumento-comune di consultazione e divulgazione degli esiti delle attività di ricerca e indagine dell'Osservatorio.



14342e1a





**B) AZIONI DI LANCIO/PRIORITARIE CUI VA DATO AVVIO OPERATIVO****10. Card regionale "The Land of Venice Card" (Asse 2 Infrastrutture)**

L'azione Card regionale "The Land of Venice Card", avviata con il PTA 2019, ha come obiettivo la realizzazione di una card regionale dematerializzata che - utilizzando le convenzioni di card di destinazioni già esistenti (*Venezia Unica, Padova Card, Verona Card, etc.*) - possa risultare componibile dal punto vendita o dal turista stesso *on line*. Le card turistiche, raggruppando molteplici servizi e fattori di attrazione e integrando le diverse offerte e i diversi soggetti territoriali, sono divenute veri e propri strumenti di organizzazione delle destinazioni. Oltre a contribuire alla brand *awareness* e a promuovere le attrazioni della destinazione, le card possono supportare azioni di destination management: 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. Per i turisti le card favoriscono la semplificazione del soggiorno, con un risparmio in termini di denaro e di tempo (accesso scontato, prioritario e preferenziale, ai siti museali convenzionati, trasporti, ecc.). Il PTA 2019 prevedeva la realizzazione di due fasi dell'azione che non comportavano alcun costo: il monitoraggio delle card di destinazione del Veneto con l'analisi dei contenuti e delle rispettive convenzioni e la definizione di accordi con i soggetti gestori delle diverse card. La prima fase è stata completata, mentre per quanto concerne la seconda - anche a causa delle tempistiche di approvazione del PTA 2019 - sono stati avviati solo alcuni contatti preliminari. Con il PTA 2020 si darà seguito operativo a questa seconda fase, per poi valutare quali modalità gestionali e/o partnership tecnologiche possano risultare maggiormente idonee alla realizzazione della card regionale "The Land of Venice Card".

**11. Iniziative di sperimentazione dell'Ecosistema Digitale Veneto (Asse 3 Turismo Digitale)**

Il PTA 2019 prevedeva l'avvio dello sviluppo di un Ecosistema Digitale Veneto (EDV) ampio, intersettoriale e integrato con le strategie di ADVeneto 2020 per favorire e semplificare le scelte esperienziali del "nuovo" turista digitale e anche coloro che risiedono ed abitano nella destinazione, superando l'attuale frammentazione dell'offerta web (portali, siti, servizi e app) e coinvolgendo nella realizzazione di questo obiettivo gli attori della web-information (produttori e utilizzatori di contenuti, pubblici e privati), avvalendosi - per quanto riguarda le informazioni e i contenuti dell'offerta turistica - del DMS regionale, Deskline 4.0.

L'azione prevedeva le seguenti fasi:

1. riconoscimento della RIR "SMARTLAND - Smart Destination in the Land of Venice, Mission 2026" ex L.R. n. 13/2014, funzionale allo sviluppo del progetto;
2. implementazione del modello: individuazione e coordinamento dei primi attori locali interessati all'utilizzo di EDV (tra cui DMS Veneto, [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu), Osservatorio del Turismo e altri di cultura, trasporti, mobilità, sanità...) e definizione primi elementi di standard, policy e governance;
3. popolamento EDV con Istituzioni e imprese (attività di scouting, sensibilizzazione e knowledge; sviluppo API) e sua pubblicizzazione;
4. verifica e validazione risultati ottenuti.

Il riconoscimento della RIR è avvenuto con la DGR n. 1735 del 29 novembre 2019, pubblicata sul BUR Veneto del 17 dicembre 2019. Si rende pertanto necessario provvedere con il PTA 2020 alla ridefinizione delle citate fasi, prevedendo per il corrente anno lo sviluppo di azioni pilota in alcuni ambiti territoriali/destinazioni, anche avvalendosi del supporto finanziario derivante dall'esito di bandi proposti dal sistema camerale.



14342e1a



**12. Attività per il Miglioramento del servizio turistico (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)**

Per la realizzazione delle Azioni dalla 4.1.1 alla 4.1.7 riferite alla linea strategica del Programma regionale per il Turismo "Miglioramento del servizio turistico", nel corso del 2019 è stata intrapresa un'intensa attività preparatoria grazie al prezioso apporto di tre sottogruppi di lavoro:

1. Valorizzazione/certificazione delle competenze
  2. Alternanza scuola lavoro e revisione sistema formativo
  3. Contratti di destinazione e disciplina apprendistato professionalizzante/apprendistato duale).
- L'attività di confronto dei tre sottogruppi ha consentito di delineare alcune linee guida per dare attuazione dall'Azione di lancio sul "Miglioramento degli standard di qualità del servizio turistico".

Per il 2020 si prevede di sperimentare alcune attività coerenti con gli obiettivi dell'azione nell'ambito di una *destinazione turistica* del Veneto che possa risultare mediamente rappresentativa del sistema turistico veneto in termini di offerta e domanda, di incidenza del fenomeno turistico sul tessuto sociale ed economico del territorio interessato, di buon livello organizzativo e di rappresentatività delle parti sociali da parte dell'*Organizzazione di Gestione della Destinazione* e in cui operino Enti Bilaterali (un esempio, non esclusivo, potrebbe essere in tal senso l'OGD Terme e Colli Euganei).

Di seguito i temi e le azioni da sviluppare con il coinvolgimento di tutte le parti interessate:

- ✓ Analisi ed individuazione della struttura e dei fabbisogni specifici della destinazione rispetto ai quali disegnare interventi specifici attraverso una fase preliminare di studio e/o raccolta delle informazioni sulla struttura della destinazione ed i fabbisogni della stessa, focalizzando l'attenzione sugli aspetti che interessano la specifica proposta di azione in oggetto.
- ✓ Promozione di percorsi formativi coerenti e mirati, organizzati a partire dalle necessità del territorio, delle imprese e dei lavoratori riconoscendo l'importanza della formazione quale strumento fondamentale per l'accesso al lavoro (formazione professionale) e la riqualificazione dei lavoratori (formazione continua).
- ✓ Promozione, anche a livello di destinazione, dell'accesso alle misure di politica attiva (percorsi di orientamento, formazione, tirocini e supporto alla ricollocazione) valorizzando - anche in forma mirata - gli strumenti esistenti che mettono al centro di un sistema di servizi accreditati la persona offrendo un insieme integrato di interventi modulati sulla base delle necessità e della condizione degli utenti (sistema di profilatura degli utenti). Ne sono un esempio l'Assegno per il lavoro messo a disposizione dalla Regione Veneto, <http://www.cliclavoroveneto.it/assegno-per-il-lavoro-veneto> oppure gli interventi di Politiche attive del lavoro <http://www.cliclavoroveneto.it/politiche-attive>.
- ✓ Definizione di iniziative che i diversi Enti bilaterali del settore (Commercio, Turismo e Artigianato) potrebbero sviluppare, in particolare sulle politiche della formazione e riqualificazione professionale continua. In particolare gli enti bilaterali dovrebbero essere coinvolti dalla destinazione sui temi del mercato del lavoro e sui temi necessari a rendere appetibile e più competitiva la destinazione stessa (formazione, sviluppo servizi al lavoro per le imprese, sostegno al reddito nei periodi di non lavoro, politiche per la stagionalità).
- ✓ Sostegno domanda/offerta attraverso la valorizzazione dei servizi offerti dai Centri per l'impiego, la valorizzazione delle banche dati e l'organizzazione di appositi eventi - in collaborazione con Veneto Lavoro o con gli Enti bilaterali - in grado di facilitare l'incontro tra aziende e lavoratori.
- ✓ Coinvolgimento degli Istituti scolastici nella programmazione della destinazione con particolare riferimento ai fabbisogni del territorio, ai cambiamenti del mercato, alle innovazioni per favorire la crescita delle competenze con focus sulle nuove professioni e sulle riconversioni professionali.
- ✓ Sviluppo delle buone pratiche per la valorizzazione dello strumento alternanza scuola-lavoro attraverso maggiore responsabilizzazione dei tutor aziendali, per coinvolgere i giovani alla conoscenza profonda dei processi lavorativi dei settori (benessere organizzativo, risposta alla necessità di figure professionali adeguate). Coinvolgimento delle parti sociali nell'elaborazione di programmi validi di alternanza scuola/lavoro e nell'orientamento.



14342e1a



- ✓ Specifici accordi in materia di apprendistato/apprendistato duale con diritti di precedenza e stabilizzazione rapporti di lavoro.
- ✓ Elaborazione di proposte concrete per l'allungamento del periodo di stagionalità per i lavoratori con gestione della flessibilità anche attraverso l'istituzione della banca delle ore, formazione, riqualificazione nei periodi di minor attività in collaborazione con gli Enti bilaterali.
- ✓ Valorizzazione e certificazione delle competenze: sperimentare, a livello di destinazioni, "varianti metodologiche e organizzative" che nel medio termine siano in grado di portare a valore di mercato la competenza. Tale percorso si affiancherà a quello istituzionale di revisione dei repertori delle professioni e di certificazione delle competenze avviate dalla Direzione Formazione e Lavoro della Regione del Veneto.
- ✓ Premi di risultato organizzati su più obiettivi, sia individuali che collettivi, o eventuali elementi economici per tutto il bacino interessato e Premio di fedeltà per fidelizzare la continuità occupazionale nelle aziende del settore.
- ✓ Previsione di ulteriori strumenti contrattuali per favorire la mobilità professionale interna alla Destinazione (distacco).

Si tratta certamente di attività impegnative, sia dal punto di vista organizzativo che finanziario e gestionale, per cui sarà necessario porre in essere tutte le sinergie con i soggetti a vario titolo coinvolti, ovvero le parti sociali (OOSS e associazioni datoriali), le diverse strutture regionali competenti in materia di lavoro, formazione e turismo, Veneto Lavoro, gli Enti Bilaterali e l'OGD coinvolta come destinazione nella quale si intraprenderanno le azioni pilota.

### 13. Coordinamento tra le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni e con la Regione del Veneto (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)

Il Piano Strategico del Turismo Veneto ha riaffermato l'importanza del ruolo delle OGD quali strumenti di governance e programmazione a livello territoriale prevedendo anche l'istituzione formale del Coordinamento tra le stesse OGD e con la Regione del Veneto. L'obiettivo da un lato è quello di favorire una maggiore collaborazione tra le diverse OGD e dall'altro di facilitare un loro raccordo con le funzioni organizzative, gestionali e promozionali proprie della Regione concorrendo a una definizione condivisa della strategia turistica veneta.

A conclusione dell'Accordo di collaborazione per le attività delle OGD e di raccordo tra le OGD e la Regione previsto dalla DGR n. 1661 del 21 ottobre 2016, si rendeva infatti necessario fare il punto sugli obiettivi che si erano condivisi e per i quali la Giunta regionale aveva stanziato un contributo di 30 mila euro annui (per 3 anni) per:

- la gestione integrata delle funzioni di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica;
- il passaggio delle OGD da mero tavolo di concertazione a forme di presidio organizzate delle destinazioni;
- l'organizzazione delle Destinazioni anche sul digitale attraverso l'utilizzo del DMS regionale per governare e non subire il cambiamento (posizione dominante delle OLTA cosa che non avviene altrove).

Il Coordinamento è stato formalmente costituito ed ha cominciato concretamente ad incontrarsi e ad operare nel corso del 2019. Già nei primi incontri si è evidenziato come rimangano aperte alcune questioni fondamentali:

- il permanere di un alto tasso di micro conflittualità tra pubblico e privato, tra pubblico e pubblico e tra privati;
- il problema di come affrontare l'aspetto organizzativo alla luce di una normativa (società partecipate, codice dei contratti) che rende più complesso - ma non impossibile - il rapporto pubblico-privato e l'integrazione delle risorse finanziarie (es. Imposta di soggiorno) per garantire la gestione (con risorse umane dedicate) e la promozione delle destinazioni.



14342e1a





Tali problematiche sono amplificate nelle destinazioni di area vasta, anche se si stanno trovando soluzioni interessanti.

Sono stati quindi costituiti all'interno del Coordinamento, con il supporto della Regione del Veneto, due gruppi di lavoro, uno per l'approfondimento giuridico-amministrativo sul rapporto pubblico-privato e l'integrazione delle risorse per il funzionamento delle OGD e l'altro sulla governance e sui modelli organizzativi anche attraverso il benchmark con buone pratiche nazionali ed internazionali.

Anche alla luce dei risultati conseguiti, appare importante continuare a supportare, anche finanziariamente, le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni nella loro evoluzione in strutture organizzate per non disperdere i risultati sin qui ottenuti. Questo potrebbe avvenire attraverso un nuovo Accordo di collaborazione tra i soggetti capofila delle OGD e la Regione del Veneto prevedendo, a fronte di un ulteriore sostegno biennale, l'evoluzione delle ODG verso forme di presidio organizzato per la gestione integrata delle funzioni di informazione, accoglienza e promo-commercializzazione dell'offerta turistica dei rispettivi territori.



14342e1a



**C) AZIONI PRIORITARIE DA REALIZZARE IN SINERGIA CON ALTRI PROGETTI E/O SOGGETTI TERZI****14. Laboratori per la creazione/consolidamento di nuovi prodotti turistici (Asse 1 Prodotti Turistici)**

Uno degli obiettivi strategici del Programma regionale del Turismo è quello di favorire l'innovazione e la differenziazione dell'offerta turistica regionale. In tal senso tutte le azioni dell'Asse 1 "Prodotti turistici" sono improntate all'esigenza di innovare i prodotti turistici esistenti e di favorire la creazione di nuovi prodotti. Per non sviluppare prodotti turistici che siano scollegati dai contesti territoriali, appare opportuno inserire questo tipo di attività all'interno di progettualità già esistenti. Con il PTA 2020 si intende quindi sviluppare utili sinergie con i progetti di cooperazione internazionale e transfrontaliera (ad esempio i progetti "Tourism4all", "Take it slow" e "CultCreate") e con le iniziative derivanti da appositi provvedimenti normativi quali le leggi regionali sul turismo equestre, sul cicloturismo e sui cammini. L'obiettivo è quello di favorire l'attivazione di veri e propri laboratori di prodotto attraverso processi partecipativi in grado di coinvolgere gli stakeholder territoriali, in particolare le imprese turistiche, gli enti locali ed altri soggetti delle filiere di volta in volta interessate. Questa modalità operativa consentirebbe di valorizzare i progetti citati e di sviluppare prodotti coerenti con i fabbisogni della domanda e con le attese dell'offerta turistica. L'innovazione di prodotto deve però essere accompagnata da un'analoga capacità dei territori e delle destinazioni di ridefinire i propri processi organizzativi e gestionali nella strutturazione dell'offerta. Infatti, questi stessi processi partecipativi per lo sviluppo di nuovi prodotti potrebbero agevolare anche la governance delle destinazioni chiamate a confrontarsi con aspetti molto concreti ed operativi. E' quindi opportuno che tali iniziative vedano da subito anche il coinvolgimento delle Organizzazioni di Gestione di Destinazione interessate dal punto di vista territoriale. Dai primi confronti avvenuti nell'ambito dei progetti citati, è emerso che tra i prodotti turistici che appare opportuno sviluppare vi sono il turismo musicale, il turismo dei luoghi letterari, il film-induced tourism, oltre ai citati segmenti collegati al turismo lento quali appunto i cammini, il turismo equestre ed il cicloturismo già oggetto di una specifica azione del Piano (Asse 2 Infrastrutture). Dal punto di vista organizzativo e finanziario i progetti di cooperazione internazionale e transfrontaliera e quelli derivanti da specifici provvedimenti normativi potranno fornire il contesto per la progettazione dei nuovi prodotti e/o per la strutturazione di vere e proprie offerte turistiche nei segmenti interessati.

**15. Implementazione del Trasporto Pubblico Locale e valorizzazione della mobilità lenta (Asse 2 Infrastrutture)**

Nel contesto del processo partecipativo di elaborazione delle azioni dell'Asse 2 del Piano Strategico del Turismo Veneto sono emerse con forza, fra altre, le necessità di incentivare l'utilizzo, anche turistico, del Trasporto Pubblico Locale e di valorizzare la mobilità lenta. In questo contesto, vi sono tre azioni che più di altre, anche in assenza di specifiche risorse del PTA 2020, si prestano ad essere intraprese grazie al coordinamento con le attività previste dal Piano Regionale dei Trasporti - adottato dalla Giunta regionale con deliberazione n. 1376 del 23 settembre 2019 - e con altre iniziative regionali e delle destinazioni:

1. Modello per i piani locali integrati in raccordo tra OGD e Amministrazioni locali e ed enti di governo del TPL. Questa azione potrà essere testata come iniziativa pilota in una o più destinazioni attraverso la mappatura degli attrattori turistici/strutture ricettive di rilevanza nel territorio e loro consistenza (presenze giornaliere e stagionali), per poi procedere con una verifica da parte degli enti territoriali delle criticità emerse e la proposta di possibili soluzioni che possano favorire la mobilità turistica attraverso il TPL, comprese quelle relative alle strutture di interscambio. Per il rafforzamento del TPL, nell'ottica turistica, potrebbero essere utilizzati fondi nazionali e regionali collegati allo sviluppo di buone pratiche e al raggiungimento di obiettivi di mobilità sostenibile, ma anche programmi finanziati con fondi europei (POR FESR e POR FSE, CEF, Horizon 2020, sub-programme environment).



14342e1a



2. Diffusione e implementazione/aggiornamento di disciplinari, standard e segnaletiche coordinate per la mobilità slow (cammini, ciclovie, ippovie). Questa azione è già stata avviata nel 2019 grazie all'utilizzo di risorse derivanti dalle specifiche normative sul turismo equestre e sul cicloturismo e mediante la collaborazione con Veneto Strade e UNPLI Veneto. Nel 2020 tali iniziative potranno essere implementate attraverso ulteriori risorse allocate nel Bilancio di previsione 2020-2022 per l'attuazione delle relative norme di settore.
3. Definizione assi prioritari interregionali/regionali, completamenti e comunicazione. Questa azione, già prevista dal PTA 2019, appare imprescindibile per consentire un pieno sviluppo dell'offerta del cicloturismo anche sul piano infrastrutturale. Essa consta di diverse attività, tra loro interconnesse, quali il completamento della Banca dati delle Piste Ciclabili, il coordinamento e la sinergia fra i portali regionali (GeoPortale, Portale Turistico Regionale), l'individuazione di infrastrutture di interesse prioritario per la domanda turistica (attuale e potenziale) e degli interventi necessari (completamento, collegamento con reti nazionali ciclovie, REV, itinerari locali "minori", classificazione, numerazione e segnaletica), il rafforzamento delle azioni di comunicazione, in particolare attraverso l'uso di strumenti e tecnologie digitali e l'individuazione e lo sviluppo delle forme di governance (a livello regionale e locale) per la gestione tecnica dell'infrastruttura, come previsto dalla normativa regionale sul cicloturismo.

In generale per tutte queste azioni, ma in particolare per la terza, appare indispensabile il rapporto ed il sostegno tecnico, organizzativo e finanziario - anche attraverso la costituzione di una specifica "Cabina di regia" - della Direzione Infrastrutture e il supporto - in alcuni casi (es. aggiornamento classificazione ciclovie) di alcune professionalità esterne che già hanno affiancato la Regione nello sviluppo della propria offerta cicloturistica.

#### 16. FOCUS - Le iniziative 2020 per la promozione del turismo slow

Nell'ultimo biennio la Regione del Veneto ha disciplinato alcuni dei principali prodotti turistici slow (cicloturismo, cammini e turismo equestre), approvando tre leggi che regolamentano e sostengono lo sviluppo e la promozione di tale forme di turismo, in assoluta fase di crescita.

Gli interventi, sia di carattere infrastrutturale che promozionale previsti dalle norme in argomento sono in fase di implementazione da parte della Giunta regionale e possono essere ricompresi nell'ambito di operatività del PSTV e del PTA 2020, in quanto intercettano e danno contenuto ad alcune delle azioni del Piano stesso, con particolare riferimento a quelle dell'Asse 1, trattandosi di prodotti nuovi e/o in fase di crescita, e a quelle dell'Asse 2, prevedendosi azioni di sviluppo e regolamentazione di infrastrutture del turismo slow (ciclovie, ippovie e cammini).

##### 1. Legge regionale 8 agosto 2019, n. 35 "PROMOZIONE DEL CICLOTURISMO E ISTITUZIONE DEL LOGO "VENICE BIKE LANDS"

La legge regionale n. 35/2019 promuove il cicloturismo quale strumento di diversificazione dell'offerta turistica eco-sostenibile, nel rispetto dell'ambiente e del paesaggio rurale del territorio regionale, prevedendo la realizzazione di iniziative di valorizzazione di percorsi cicloturistici e per lo sviluppo di nuovi prodotti turistici basati sul bike.

Nel 2019 la Giunta regionale ha provveduto ad impegnare:

- 200.000 euro per l'attività di sostituzione della segnaletica cicloturistica sui percorsi cicloturistici della Rete Escursionistica Veneta (REV) affidata a Veneto Strade nell'ambito di uno specifico accordo di programma;
- 170.000 euro per la realizzazione da parte dei soggetti gestori di progetti di promozione e valorizzazione dei percorsi (da assegnare mediante bando gestito da Avepa).

Nel 2020, coerentemente con gli orientamenti del PSTV - relativi sia all'Asse 1 che all'Asse 2 - verrà data ulteriore attuazione alla L.R. n. 35/2019 con la realizzazione di ulteriori iniziative a carattere infrastrutturale, finalizzate alle attività di manutenzione straordinaria e/o localizzazione e posa di segnaletica cicloturistica, per un importo di € 200.000.

Fra le attività e le iniziative previste dalla legge da implementare da parte della Giunta nel corso del 2020, vi sono:



14342e1a



- l'adozione del Piano di sviluppo del cicloturismo, strumento di programmazione del settore, in coordinamento con gli indirizzi strategici del Programma regionale per il turismo di cui alla L.R. 11/2013;

- la disciplina riguardante i requisiti e le caratteristiche tecniche dei percorsi cicloturistici, i limiti di utilizzazione degli stessi anche in relazione all'impiego plurimo della sentieristica per equidi e trekking, nonché le condizioni per l'adozione, la localizzazione e la posa in opera della segnaletica turistica uniforme in tutti i percorsi cicloturistici del territorio regionale;
- l'istituzione del Registro regionale dei percorsi cicloturistici del Veneto nonché del Registro regionale degli itinerari ciclistici delle Grandi salite del Veneto;
- la disciplina delle modalità per la costituzione, il riconoscimento e il funzionamento dei Consorzi di gestione dei percorsi cicloturistici;
- la definizione delle dotazioni e dei servizi delle strutture ricettive per il cicloturismo, individuando i requisiti obbligatori al fine dell'utilizzazione della parola "bike", in aggiunta o in sostituzione alle denominazioni per le strutture ricettive alberghiere, all'aperto e complementari;
- la promozione della formazione degli operatori del settore turistico, in particolare ai fini dell'accompagnamento di singoli o gruppi in itinerari cicloturistici;
- la realizzazione di attività di promozione, informazione, comunicazione e animazione turistica dei percorsi cicloturistici e degli itinerari ciclistici delle Grandi salite del Veneto, finalizzate allo sviluppo del cicloturismo e del ciclismo in Veneto.

## **2. Legge regionale 30 gennaio 2020, n. 4 "DISPOSIZIONI PER IL RICONOSCIMENTO, LA VALORIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEI CAMMINI VENETI"**

La legge regionale n. 4/2020, approvata dal Consiglio regionale nella seduta del 21 gennaio 2020, ha come finalità la diversificazione dell'offerta turistica con nuove forme di offerta di turismo ecosostenibile tramite percorsi fruibili a piedi, organizzati nella Rete dei Cammini Veneti (RCV).

La RCV prevede itinerari, da percorrere a piedi, di interesse storico, culturale, religioso, naturalistico, ambientale, paesaggistico ed enogastronomico e ricomprende sia itinerari culturali riconosciuti dal Consiglio d'Europa, sia cammini nazionali individuati nell'Atlante dei Cammini dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, sia cammini di interesse regionale riconosciuti dalla Regione.

La L.R. n. 4/2020 prevede inoltre che la Giunta regionale, istituisca e gestisca il Registro dei Cammini, disciplini le modalità per la costituzione, il riconoscimento e il funzionamento dei consorzi di gestione dei cammini. Compete altresì alla Giunta regionale la concessione di contributi per la realizzazione di:

- iniziative di ricognizione ed individuazione, di segnalazione e manutenzione, compresi quelli di ripristino di cammini turistici e realizzazione tracciati di collegamento tra cammini, per iscrizione nella RCV;
- iniziative per la conoscenza e fruibilità da parte dei turisti della RCV, in funzione del turismo lento, promuovendo la vacanza a piedi

Nel 2020 le risorse recate dalla citata legge regionale verranno pertanto utilizzate – nel perseguimento delle finalità del PSTV, ed in particolare di quelle dell'Asse 1 (Nuovi prodotti turistici) e dell'Asse 2 (Infrastrutture turismo slow) – per:

- iniziative a carattere infrastrutturale, finalizzate alle attività di realizzazione, manutenzione straordinaria, localizzazione e posa di segnaletica cicloturistica, ecc. per un importo di € 300.000;
- attività finalizzate alla conoscenza e fruibilità dei Cammini da parte dei turisti, sia realizzate da parte della Regione che attraverso la concessione di contributi, per un importo di € 200.000.

## **3. Legge regionale 16 febbraio 2018, n. 9 "DISPOSIZIONI REGIONALI PER IL TURISMO EQUESTRE E LA VALORIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ CON GLI EQUIDI"**

La legge regionale n. 9/2018 promuove ed incentiva lo sviluppo e la diffusione del turismo equestre, quale strumento di diversificazione delle attività turistiche regionali, di integrazione al reddito delle imprese agricole, di valorizzazione e promozione delle attività con gli equidi, di sviluppo del territorio nel rispetto della sostenibilità ambientale e della qualità del paesaggio rurale.

Per il 2020 non sono previste risorse finanziarie per il settore in argomento, ma verrà implementata e portata a termine l'attività progettata da UNPLI Veneto nell'ambito della Convenzione stipulata con la Regione nel 2018 e che prevede importanti impatti sulle azioni dell'Asse 1 (attività di costruzione del nuovo prodotto turistico equestre "Via delle Prealpi" attraverso azioni di sensibilizzazione e formazione degli stakeholders) e dell'Asse 2 (definitivo completamento della rete di ippovie che costituisce la Via delle Prealpi e attività di informazione e comunicazione ai turisti).



14342e1a



**17. Interoperabilità con sistema nazionale e metasearch regionale (Asse 3 Turismo Digitale)**

Nel corso del 2019, le Regioni Veneto ed Abruzzo, enti capofila dell'Azione "Progetto DMS nazionale", in attuazione del Piano Strategico del Turismo nazionale e in coerenza con le rispettive programmazioni regionali, hanno realizzato, con l'assistenza tecnica di Veneto Innovazione e Abruzzo Innovatur e con l'apporto di alcune professionalità esterne, le seguenti attività:

**FASE 1) Analisi del contesto e dei fabbisogni:**

- **Analisi Europa:** benchmark tra i sistemi adottati in Francia (Open System Alliance Reseaux), Gran Bretagna/Scandinavia (New Mind), Austria, Germania, Slovenia, Italia (Deskline 4.0 Feratel) e loro concreta applicazione nei diversi livelli di destinazione (locale, sovra locale, regionale, nazionale). Il benchmark ha permesso di elaborare una definizione condivisa di cosa effettivamente si intenda per Destination Management System. A seguito di questa attività è stato possibile *"definire il DMS come un unico database per l'inserimento, la gestione e la diffusione di dati relativi a servizi turistici ricettivi e complementari, punti di interesse ed eventi, nonché per la gestione delle funzioni di front office ed informazioni turistiche, motore ricerca e informazioni eventi, ricerca e booking on line di servizi ricettivi e complementari, di pacchetti turistici preconfezionati e con modalità "dynamic packaging" per la intera destinazione, sub territori e temi di vacanza"*. Il tutto gestito con un unico software.
- **Analisi Italia:** attraverso una scheda compilata dalle strutture regionali si è effettuata un'analisi delle piattaforme in uso alle Regioni per il supporto alle destinazioni nella gestione degli eventi, nella gestione dei punti di interesse e per eventuali funzioni di booking e dynamic packaging

**FASE 2) Definizione modello DMS regionale/nazionale interoperabile:**

- Sulla base di quanto emerso dal benchmark internazionale e delle esperienze maturate anche nel nostro Paese, si è elaborato **uno schema di capitolato tipo**, di cui potranno avvalersi le Regioni e/o le destinazioni che vogliono dotarsi di un Destination Management System o che vogliono aggiornare i sistemi attualmente in uso. Il capitolato si basa, appunto, sulla definizione di DMS emersa dal benchmark ovvero su un **software unico** per gestire in modo integrato le attività tipiche di una destinazione turistica favorendone anche l'organizzazione: informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione ivi comprese le funzionalità di booking e dynamic packaging.
- E' stata realizzata in forma prototipale l'**interoperabilità** tra gli attuali sistemi utilizzati **dalle Regioni** per la gestione/promozione degli eventi e una **landing page nazionale** che potrà essere integrata sul sito [www.italia.it](http://www.italia.it) gestito da Enit. In pratica, sulla base di alcune regole redazionali condivise, gli eventi presenti nelle rispettive piattaforme regionali sono visibili anche sulla landing page [www.prototipo-eventi.it](http://www.prototipo-eventi.it). Ad oggi sono collegate le piattaforme di Veneto, Abruzzo e Provincia di Trento che utilizzano lo stesso DMS e si sta procedendo a collegare le piattaforme di quelle Regioni (ad oggi Puglia, Sardegna, Marche, Lazio, Piemonte) che hanno risposto alla scheda tecnica.
- Sono state predisposte le linee guida per possibili Motori Aggregatori (Metasearch) a livello regionale e nazionale. Riportiamo qui di seguito la sintesi conclusiva relativa al possibile Metasearch nazionale:

*"Si tratterebbe di un Motore Aggregatore o Metamotore di ricerca nazionale per consentire di interrogare DMS e piattaforme regionali ad essi assimilabili ed estrarre disponibilità di servizi ricettivi o altri servizi da pubblicare in maniera comparativa su base regionale.*

*Il modello potrebbe essere simile a quello di Austria Turismo: in fase iniziale, si suggerisce la integrazione di dati provenienti esclusivamente da DMS e/o piattaforme regionali, rispettando le loro scelte strategiche in riferimento alla eventuale integrazione di OTA ed altri marketplace.*

*Tale aspetto presuppone che esista già un livello di aggregazione di offerta commerciale e disponibilità su livello regionale con dati estraibili su base più omogenea possibile fra le regioni al fine di rendere più semplice la normalizzazione successiva."*



14342e1a



Con il PTA 2020 la Regione del Veneto prevede quindi di dare seguito alle attività di interoperabilità degli eventi del DMS regionale con il sistema nazionale che alimenta il sito [www.italia.it](http://www.italia.it) e avviare l'analisi per la realizzazione di un metasearch regionale, basato sull'utilizzo del DMS regionale - Deskline 4.0, ma aperto anche ad altri sistemi di gestione delle funzioni di booking e dynamic packaging.

Dal punto di vista finanziario, in relazione alla disponibilità, si potrà valutare l'utilizzo di risorse a valere sull'Accordo di Programma Stato-Regioni, Addendum 2/2019, di altre risorse su capitoli di spesa MiBACT o ENIT di eventuali residui o economie sul PON Governance in prossima scadenza. Più a lungo termine, potrebbero essere individuate risorse nell'ambito della nuova programmazione POR FESR 2021/2027.



14342e1a





**18. Informazione e accoglienza diffusa - Info point (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)**

Oltre all'attività svolta dagli uffici turistici riconosciuti dalla Giunta regionale ai sensi della DGR n. 2287 del 10 dicembre 2013 - gli uffici IAT presenti sul territorio regionale sono attualmente 82 - appare opportuno favorire l'ulteriore riconoscimento di punti di informazione e accoglienza diffusa (info-point), per altro già previsti dalla stessa deliberazione.

Vi sono già interessanti iniziative avviate in tal senso in diverse realtà regionali (Valle Agredo, Valpolicella, Lessinia, Laguna di Venezia, etc.), ma queste esperienze possono essere estese anche ad altre destinazioni di particolare interesse e rilevanza. Ad esempio nell'ambito dell'area del Paesaggio "Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene", di recente riconosciuta come Patrimonio dell'Umanità, ma anche nel bellunese in vista degli appuntamenti dei Campionati Mondiali di Sci 2021 e delle Olimpiadi invernali 2026.

Anche in queste destinazioni i Comuni già titolari del servizio di informazione e accoglienza turistica, in quanto firmatari di un accordo di collaborazione con la Regione del Veneto, potrebbero intraprendere un percorso condiviso con le rispettive OGD e con tutti gli attori del territorio per formare, selezionare e riconoscere, quali *info-point*, aziende agricole, agriturismo, cantine, ristoranti, negozi, pubblici esercizi, distributori, tabaccherie, pasticcerie, etc. per garantire una cultura dell'accoglienza diffusa in tutta l'area considerata. Si tratterebbe di una rete di *info-point* integrativi e non sostitutivi degli uffici IAT, che però consentirebbero al visitatore di percepire la qualità dell'accoglienza e ricevere un'informazione corretta e puntuale anche dagli esercenti le attività del territorio.

Il percorso formativo - supportato in questi casi dalla stessa Regione del Veneto - potrebbe essere articolato in 3 o 4 incontri e riguardare:

- le caratteristiche e gli aspetti distintivi della destinazione (ad es. per le "Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene" gli elementi alla base del riconoscimento da parte dell'Unesco quale Paesaggio Patrimonio dell'umanità);
- la conoscenza del territorio di riferimento anche attraverso educational e visite guidate;
- la cultura dell'accoglienza;
- l'utilizzo in consultazione del Destination Management System regionale per garantire una migliore informazione al visitatore su eventi e punti di interesse.

Alla conclusione del percorso sarebbero confermati quali *info-point* quegli esercizi i cui titolari o dipendenti abbiano partecipato a tutti o alla maggior parte degli incontri e abbiano sottoscritto con i comuni titolari della funzione una convenzione per il rispetto di alcuni semplici standard (presenza di personale che abbia partecipato al percorso formativo, disponibilità a distribuire materiale informativo, postazione internet o rete wi-fi gratuita, esercizio dell'attività nell'area considerata).

Con il PTA 2020 si favorirà l'avvio di tali percorsi, attivando però da un punto di vista organizzativo e finanziario le opportune sinergie con la più ampia programmazione posta in essere nelle destinazioni del Veneto - anche con il supporto di altre Direzioni regionali - e dagli attori territoriali. Alcune attività di questa azione potrebbero trovare anche il sostegno dei progetti "DMS regionale" ed "Editoria e immagine coordinata IAT", previsti da questo stesso PTA.

**19. "Rafforzamento progetto #EnjoyRespectVenezia" (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)**

Nel 2019 sono stati numerosi gli episodi che hanno, una volta di più, confermato la "fragilità" della città di Venezia anche come destinazione turistica, non ultimo il fenomeno dell'acqua alta che il 12 novembre ha raggiunto livelli preoccupanti e arrecato notevoli danni anche al patrimonio culturale. Questi avvenimenti hanno posto in evidenza la necessità di una corretta e completa informazione, per evitare che si creino inopportuni e fuorvianti corto circuiti mediatici ed eccessivi allarmismi. Ne consegue che una corretta informazione preventiva circa le modalità con cui turisti, operatori, residenti dovrebbero rapportarsi con la destinazione "Venezia e la sua Laguna" appare sempre più necessaria ed opportuna. In tal senso agisce la campagna di informazione e comunicazione



14342e1a



#EnjoyRespectVenezia che il Comune e l'OGD di Venezia hanno avviato due anni fa e che merita di essere sostenuta e veicolata a tutti i livelli. Su questo tema la Regione del Veneto può fare molto, sia nel corso delle attività di informazione e comunicazione tradizionali (fiere, workshop, conferenze stampa, etc.), sia mediante una capillare informazione sul territorio. Infatti, la pressione turistica su Venezia, più che dai turisti stanziali, è esercitata dalle migliaia di escursionisti giornalieri che ogni giorno – provenienti anche dalle destinazioni limitrofe (spiagge, terme, altre città d'arte) - affollano le sue calli, soprattutto lungo le direttrici più conosciute (Rialto, San Marco, etc.). Attraverso la rete degli 82 uffici turistici e il Coordinamento Regione-Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni, costituito proprio in attuazione del Piano Strategico del Turismo Veneto, sarà possibile contribuire ad informare i turisti circa i periodi in cui evitare di congestionare ulteriormente la città e in ogni caso su come rapportarsi con la destinazione, quali comportamenti tenere, ecc. Questo tipo di informazione capillare e preventiva si rende ancor più necessaria a fronte dell'introduzione del contributo di accesso, con qualsiasi vettore, al centro storico lagunare del Comune di Venezia comprese le isole minori. La collaborazione a questo tipo di iniziative si andrà consolidando anche con la presenza della Regione del Veneto, nelle sue varie articolazioni, compreso il turismo, nel Comitato di pilotaggio di Venezia e la sua laguna sito Unesco.

**20. "Attività di Comunicazione interna di comunità" (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano e Asse 5 Promozione e comunicazione)**

L'approvazione della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" nelle sue varie declinazioni, porrà le basi in termini culturali e di contenuto per il concreto avvio di questa azione già individuata tra quelle prioritarie del PTA 2019 (accorpamento azioni 4.2.1. e 5.2.1 del PSTV). Si tratta infatti di avviare attività di comunicazione interna alle destinazioni del territorio regionale per sensibilizzare le realtà locali e informarle dei benefici arrecati dal turismo e favorirne il senso di appartenenza. Oltre alle iniziative di presentazione sui territori della Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità nelle varie declinazioni, questa attività potrà beneficiare dei percorsi di governance avviati dalle singole OGD, dei processi partecipativi attivati con progetti di cooperazione internazionale e transfrontaliera, ma anche delle iniziative nell'ambito delle azioni sul miglioramento dei servizi turistici.

**21. Attività di comunicazione 'esterna' con nuovi soggetti e nuovi strumenti" (Asse 5 Promozione e comunicazione)**

Molte azioni di comunicazione esterna per la valorizzazione dell'immagine turistica del Veneto sono state già previste nell'ambito del PTA 2020 relativo alle iniziative promo-commerciali in Italia e all'estero approvato con DGR n. 124 del 3 febbraio 2020, della cui attuazione è stata incaricata la Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione. Attraverso ulteriori specifiche iniziative verranno realizzate nel corso del 2020 forme di comunicazione esterna che coinvolgeranno soggetti e strumenti nuovi rispetto a quelli già collaudati. Si fa riferimento in particolare al co-marketing con prodotti non turistici, alla individuazione di Ambasciatori del turismo veneto, alla valorizzazione di eventi internazionali, ma anche all'integrazione con altri settori quali ad esempio la cultura e la valorizzazione dei beni culturali. Queste attività presuppongono una stretta collaborazione con soggetti interni (Direzioni ed Assessorati) ed esterni all'Amministrazione regionale, con la creazione di possibili sinergie con Unioncamere Veneto e con il sistema camerale anche con riferimento al progetto di ulteriore diffusione e valorizzazione del Marchio ombrello "Veneto The Land of Venice". Per garantire l'efficacia di tali attività è necessario che il sistema turistico veneto nel suo complesso, sia a livello regionale che a livello territoriale, si apra pienamente e consapevolmente a queste forme di collaborazione.



14342e1a





#### **4. AZIONI DI CONSOLIDAMENTO A SOSTEGNO DELLA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA REGIONALE (DGR N. 124 DEL 3 FEBBRAIO 2020)**

Per le Azioni di consolidamento a sostegno della promozione e commercializzazione dell'offerta turistica regionale si fa riferimento alla DGR n. 124 del 3 febbraio 2020, con cui è stato approvato il Piano Turistico Annuale - P.T.A. 2020 - relativamente alle iniziative a carattere promo-commerciale in Italia e all'estero da attivare nel corrente anno - tenendo conto degli orientamenti strategici di medio/lungo periodo che sono stati definiti nel Programma regionale per il turismo 2018-2020.

Tale anticipazione di una parte del Piano si è resa necessaria, come anche nel primo anno di attuazione del PSTV, in considerazione del fatto che le citate azioni coerenti con l'Asse tematico "Promozione e Comunicazione" necessitavano di una tempestiva approvazione, date le tempistiche vincolanti di attuazione delle diverse iniziative (Fiere, Workshop, progetti promozionali, ecc.) programmate, in particolare di quelle che hanno luogo nella prima metà dell'anno.

#### **5. 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 PTA, provvederà 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. Essa 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 PTA incluso il monitoraggio e la valutazione dei risultati, spettano alla Direzione Turismo, anche d'intesa con la Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione per le azioni che riguardano ambiti di competenza della stessa.

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 Piano - nell'ambito delle Azioni di governance individuate nell'Asse 6 - tenuto conto degli indicatori di risultato individuati, ai paragrafi 4 e 5, per le diverse azioni prioritarie.

Per quanto riguarda la valutazione dell'impatto delle azioni previste, si ricorrerà - nel rispetto delle direttive e degli orientamenti emanati dalla Giunta e dalla Segreteria 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 (imprese/consorzi/operatori commerciali).



14342e1a



**6. QUADRO DEI FABBISOGNI FINANZIARI PER L'ATTUAZIONE DELLE AZIONI DEL PTA 2020**

ASSI	A) AZIONI DI LANCIO DA IMPLEMENTARE E AMPLIARE	B) AZIONI DI LANCIO CUI VA DATO AVVIO OPERATIVO	C) AZIONI PRIORITARIE DA REALIZZARE IN SINERGIA CON ALTRI PROGETTI E/O SOGGETTI TERZI	TOTALE GENERALE
Asse 1 "Prodotti turistici"	50.000,00 (1 - Meeting Industry)  40.000,00 (2 - Cycling)		(14 - Laboratori di Prodotto) Attività in sinergia con Progetti "Tourism4all", "Take it slow" e "CultCreate"  200.000,00 (16 - Valorizzazione turismo slow)	290.000,00  Cap. 103203 Capitoli spesa corrente L.R. 4/2020 in corso di istituzione
Asse 2 "Infrastrutture"	50.000,00 (3 - Porte Accoglienza)	50.000,00 (10 - Veneto Card)	200.000,00 (2 - Cycling)  (15 - Mobilità lenta) Attività di governance e coordinamento  300.000,00 (16 - Valorizzazione Turismo Slow)	600.000,00  Cap. 103203 Cap. 103204 Cap. 104038 Capitolo spesa di investimento corrente L.R. 4/2020 in corso di istituzione
Asse 3 "Turismo digitale"	20.000,00 (4 - Digital Tourism)  100.000,00 (5 - Diffusione DMS)	(11 - Ecosistema Digitale) Bandi POR-FESR Ricerca e Innovazione e Camere di Commercio	30.000,00 (17 - Metasearch regionale)	150.000,00  Cap. 103203 Cap. 103204 Cap. 102078
Asse 4 "Accoglienza e capitale umano"	20.000,00 (6 - Diffusione Carta Accoglienza)  50.000,00 (7 - Editoria IAT)	50.000,00 (12 - Miglioramento servizi turistici)  240.000,00 (13 - Coordinamento OGD)	(18 - Azione pilota informazione e accoglienza diffusa Colline del Prosecco) Attività di governance e coordinamento  (19 - #Enjoy Respect Venezia) Attività di governance e coordinamento	360.000,00  Cap. 103203 Cap. 103204 Cap. 102078
Asse 5 "Promozione e comunicazione"	20.000,00 (8 - Comunicazione marchio-ombrello)		(20 - Comunicazione interna e 21 - Comunicazione esterna) Attività in sinergia con altre azioni del PTA (es. azione 6 e 8 e altri progetti)	20.000,00  Cap. 103204
Asse 6 "Governance partecipata"	100.000,00 (9 - Osservatorio Turistico)			100.000,00  Cap. 103204
<b>TOTALE</b>	<b>450.000,00</b>	<b>340.000,00</b>	<b>730.000,00</b>	<b>1.520.000,00</b>



14342e1a

