



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

Premessa

Il Piano Turistico Annuale 2024 rappresenta la declinazione del 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. Il Programma regionale per il turismo 2022-2024, frutto di un ampio processo partecipativo che ha coinvolto nell'elaborazione oltre 200 stakeholder del sistema turistico regionale, 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.

Il PTA 2024 si rifà quindi, in via generale, a quanto emerso dai 4 tavoli tematici (innovazione di prodotto; innovazione digitale e Big Data; accoglienza e capitale umano; promozione e comunicazione) e dall'asse trasversale di raccordo con la programmazione nazionale e regionale (PNRR e Politiche di coesione 2021-2027). Va però considerato che, nel frattempo, gli strumenti delle Politiche di Coesione 2021-2027, che con il PR FESR e il PR FSE+ rappresentano ormai il principale supporto alle strategie turistiche in ambito regionale, sono diventati, finalmente, pienamente operativi.

Il presente Piano Turistico Annuale 2024 tiene altresì conto, da un lato una ripresa del turismo - anche per il Veneto - più rapida e repentina rispetto alle attese post covid, dall'altro una situazione geopolitica a livello internazionale che non consente ancora una piena riattivazione di tutti i mercati di origine dei flussi turistici verso il nostro Paese e verso la nostra regione.

Elementi di scenario

La ripresa del turismo dopo la grave crisi causata dalla pandemia da COVID-19 è stata più repentina del previsto, con dati che in alcune destinazioni hanno portato al superamento dei flussi turistici del 2019, collocandosi però in un contesto caratterizzato da nuove sfide e incertezze.

Le recenti tensioni internazionali legate ai conflitti bellici in Russia-Ucraina e in Medio Oriente, unitamente all'impatto dell'inflazione accumulata nei mesi scorsi e al conseguente aumento dei costi per imprese e consumatori, stanno influenzando le scelte di viaggio dei turisti. Il riaffollamento di alcune mete turistiche, già caratterizzate dall'overtourism prima della pandemia, aggiunge ulteriori complessità alla gestione del fenomeno turistico anche in relazione alle comunità ospitanti.



È essenziale quindi affrontare la realtà attuale, guardando al futuro con consapevolezza. Molti dei problemi preesistenti, quali la maturità di alcuni prodotti turistici e di alcune destinazioni e la vulnerabilità del sistema turistico a fenomeni di "arrembaggio" esterno o internazionale permangono tuttora.

L'esigenza di organizzare l'offerta turistica delle nostre destinazioni in modo sostenibile è quindi più necessaria che mai. Va considerata attentamente la gestione degli squilibri tra luoghi e momenti troppo affollati e quelli trascurati, adottando strategie che promuovano la sostenibilità e il benessere delle comunità, dei turisti e delle destinazioni turistiche. In questo contesto di cambiamento di scenari è fondamentale un approccio attivo e innovativo per mantenere e sviluppare il valore del turismo veneto.

Nei primi dieci mesi del 2023 in Veneto è proseguita la ripresa dei flussi turistici iniziata nel 2022.

Nel complesso, nel periodo gennaio-ottobre 2023 i turisti che hanno soggiornato in Veneto sono risultati in crescita rispetto allo stesso periodo pre-covid con circa 19 milioni di arrivi (+3,3%), e 67,1 milioni di presenze (+0,4%). Risulta importante sottolineare che la situazione varia a seconda della destinazione di riferimento. Va evidenziato, inoltre, che le temperature favorevoli del mese di settembre hanno favorito un prolungamento della stagione estiva con il conseguente recupero nelle località balneari dei minori flussi del mese di giugno, caratterizzato dal maltempo.

In generale, gli arrivi turistici complessivi nei primi dieci mesi del 2023 risultano in crescita rispetto al 2019 in quasi tutte le destinazioni, con alcune città d'arte che, pur non avendo ancora raggiunto le cifre pre-pandemiche, registrano una ulteriore ripresa rispetto al 2022.

Con riferimento invece alle presenze, molte destinazioni si attestano su livelli ancora inferiori al periodo pre-pandemico, ad eccezione di Dolomiti, Garda, Chioggia, Cavallino-Treporti e Caorle che vedono cifre in aumento.

Nei primi dieci mesi dell'anno 2023, il numero di italiani è stato superiore anche alla situazione pre-pandemica (+4,4% di arrivi), ma non ancora nelle presenze (-5,2%), per la scelta di soggiorni generalmente più brevi, probabilmente dettata da una minore capacità di spesa.

Anche gli stranieri, che rappresentano il 66% di coloro che visitano la regione del Veneto sono stati più numerosi dello stesso periodo pre-covid (+2,8% di arrivi), così come i loro pernottamenti (+2,9%). La forte attrattività esercitata sui clienti più affezionati è sottolineata dal +10,9% delle presenze tedesche, sempre rispetto al periodo pre-pandemia; +7,4% di quelle austriache; +4,4% di quelle olandesi, e si evidenzia anche un importante ritorno degli americani (+14,9% sempre rispetto al 2019). Nonostante i recenti incrementi, mancano ancora all'appello una parte dei turisti inglesi, oltre ad asiatici e russi per i noti eventi internazionali.

È fondamentale evidenziare la distinzione, nell'andamento stagionale, tra l'ospitalità alberghiera e quella extralberghiera. Nei primi dieci mesi del 2023, si conferma infatti la tendenza emersa già post pandemia, dei turisti che manifestano sempre più una preferenza per le strutture ricettive extralberghiere. Questa scelta si traduce in numeri significativi, con 8 milioni di arrivi e 39,4 milioni di presenze, a fronte dei 10,9 milioni di arrivi e 27,7 milioni di presenze registrati nelle strutture alberghiere.

Le motivazioni di questa preferenza sono diversificate: se da un lato, i turisti che cercano un rapporto più intenso con la natura sono in costante crescita e optano per i campeggi nelle località balneari e lacustri, sottolineando ancora una volta l'importanza del turismo



open-air in Veneto, dall'altro, soprattutto nelle Città d'arte, prediligono Bed & Breakfast e locazioni turistiche alla ricettività tradizionale.

Nel complesso, rispetto al 2019, si evidenzia una diminuzione del -5,3% degli arrivi e del -7,3% delle presenze nell'ospitalità alberghiera, a fronte di un aumento del 17,8% degli arrivi e del 6,6% delle presenze nell'ambito extralberghiero.

È rilevante notare che la durata media del soggiorno nelle strutture ricettive alberghiere è di soli 2,5 giorni, nettamente inferiore rispetto ai 4,9 giorni registrati nelle strutture extralberghiere.

Per quanto concerne il turismo plein air, nei primi dieci mesi del 2023, questa forma di turismo rappresenta il 38% degli arrivi e il 52% delle presenze turistiche totali nel comparto extralberghiero. Ciò si traduce in 2.899.368 arrivi (+7,8% rispetto al 2019) e 19.530.207 presenze (+6,3% rispetto al 2019). Nei campeggi e villaggi turistici dunque, la permanenza media aumenta a 6,7 giorni.

Particolare interesse suscita la performance degli agriturismi, che, pur rappresentando una quota non ancora elevata dei flussi turistici (circa 400 mila arrivi e 1,1 milioni di presenze), registrano comunque un notevole incremento pari al 34% degli arrivi e 20,3% delle presenze nel periodo gennaio-ottobre 2023 rispetto allo stesso periodo pre-pandemia.

Overtourism e gestione dei flussi turistici

In seguito alla ripresa del turismo, emerge nuovamente la necessità di affrontare la gestione sostenibile dei flussi turistici, un tema cruciale per l'integrità sociale e urbanistica, non solo delle grandi città ma anche dei centri storici e urbani in generale.

L'eccesso di domanda per alcune destinazioni o luoghi sta diventando un problema che spesso ha a che fare più con l'escursionismo causato dal sovrappollamento che non con gli ospiti pernottanti. A tal riguardo, numerose città italiane ed europee stanno adottando specifiche strategie per contenere tali flussi. Queste pratiche includono l'introduzione di tariffe d'accesso, l'aumento della tassa di soggiorno e restrizioni sugli affitti privati.

L'obiettivo primario è definire criteri chiari per identificare il sovrappollamento turistico, anche attraverso l'uso di indicatori concreti. Questo permetterà di sviluppare strategie efficaci per ridisegnare il settore turistico, orientandolo verso una gestione sostenibile dei flussi.

In tal senso la Regione del Veneto è impegnata, nell'ambito del Comitato Europeo delle Regioni e con la Commissione Europea, nella messa a punto di un nuovo regolamento riguardante la raccolta e condivisione dei dati nei servizi di locazione a breve termine che modifica il regolamento (UE) 2018/1724. L'obiettivo è migliorare la trasparenza senza limitare il controllo dei paesi dell'UE sul settore, comprendendo norme su salute, sicurezza, politica abitativa e questioni fiscali.

Va poi ricordato che il 14 dicembre 2023 è stato convertito in Legge il decreto che disciplina, tra l'altro, i cosiddetti "affitti brevi", una delle riforme previste dal PNRR.

Tale disciplina prevede che il Ministero del Turismo, che detiene e gestisce la relativa banca dati, assegni, tramite procedura automatizzata, un Codice identificativo nazionale (Cin) alle unità immobiliari a uso abitativo destinate a contratti di locazione per finalità



turistiche, alle unità immobiliari a uso abitativo destinate alle locazioni brevi e alle strutture turistico-ricettive alberghiere ed extralberghiere.

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

Come ricordato in premessa, nel 2023 si è finalmente potuto dare avvio alle azioni previste dal PR Veneto FESR 2021-2027 la cui proposta era stata approvata con Deliberazione del Consiglio Regionale n. 16 del 15 febbraio 2022, poi modificata a seguito delle osservazioni della CE che ha successivamente adottato il testo definitivo del Programma regionale con la Decisione numero C(2022)8415 del 16 novembre 2022.

Nell'ambito dell'**Obiettivo specifico iii) Rafforzare la crescita sostenibile, la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi**, nella primavera del 2023 sono state avviate le prime misure a sostegno del turismo Veneto:

- Bando per rigenerare le imprese del comparto turistico ricettivo supportandone la maggiore accessibilità, lo sviluppo tecnologico, la transizione digitale ed ecologica;
- Bando per attivazione di nuovi club di prodotto costituiti nella forma di reti di imprese;
- Bando per attivazione di aggregazioni di PMI per interventi sui mercati nazionali e internazionali.

In particolare, per l'Azione 1.3.8 relativa alla rigenerazione delle imprese ricettive, si evidenzia che con Decreto di AVEPA FESR n. 381 del 3 novembre 2023 è stata approvata la graduatoria di merito da cui risultano ammesse 151 domande (su 201 presentate). Le domande inizialmente finanziabili sono state 67 per un importo complessivo di contributo pari a € 7.000.000,00 di cui:

- n. 27 domande (su 50 ammissibili) riferite ad imprese insediate nei comuni montani per un importo di contributo ammesso pari ad € 2.800.000,00;
- n. 40 domande (su 101 ammissibili) riferite ad imprese insediate nei comuni non montani per un importo di contributo ammesso pari ad € 4.200.000,00.

In considerazione, della numerosità di proposte pervenute e valutata la qualità dei progetti presenti nella graduatoria di merito si è ritenuto opportuno aumentare di complessivi € **6.578.995,97** la dotazione finanziaria già assegnata al Bando tale da consentire lo scorrimento fino alla posizione n. 50 (inclusa) della graduatoria delle domande riferite a imprese insediate nei comuni montani e lo scorrimento fino alla posizione n. 84 (inclusa) della graduatoria delle domande riferite a imprese insediate nei comuni non montani (Totale circa 13,5 Milioni di euro).

Per l'Azione 1.3.9 "Consolidamento Reti di Impresa/Club di prodotto" n. 2 reti finanziate per 29 imprese coinvolte con un importo di € 525.000,00.

Per l'Azione 1.3.10 "Promozione Aggregazioni di PMI turistiche sul mercato nazionale e internazionale" n. 9 progetti di aggregazione presentati per 192 PMI coinvolte con un importo di € 2.136.000,00.

Nel 2024 si proseguirà a dare attuazione alle misure del FESR a sostegno del turismo, tenendo conto dell'esperienza delle prime edizioni dei bandi e cercando di adeguare sempre più i bandi alle esigenze del comparto, fermo restando le policies intraprese e i richiami ai regolamenti comunitari.

Pertanto, nel corso dell'anno, oltre a una seconda edizione del "*Bando per rigenerare le imprese del comparto turistico ricettivo supportandone la maggiore accessibilità, lo*



sviluppo tecnologico, la transizione digitale ed ecologica” in attuazione dell’Azione 1.3.8. la cui dotazione iniziale sarà di € 15 milioni, si darà seguito alla seconda edizione dei bandi dell’Azione 1.3.9. a sostegno di **nuovi club di prodotto** nella forma di reti di imprese e dell’Azione 1.3.10 A rivolta ad **aggregazioni di imprese per la promozione sui mercati internazionali** e alla prima edizione dell’Azione 1.3.10 B per la **promozione turistica e culturale sui mercati nazionali e internazionali attraverso la partecipazione a manifestazioni fieristiche**, in questo caso con il coordinamento diretto della Regione del Veneto.

Sempre 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), nell’Obiettivo specifico ii)** Permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione, nel 2024 si darà seguito alla prima edizione dell’Azione 1.2.4 **“bando per l’evoluzione delle destinazioni turistiche venete in “Smart Tourism Destination”**: gli interventi sostenuti con questa azione mirano a **sostenere l’organizzazione dell’offerta turistica delle destinazioni turistiche venete** (OGD e delle loro imprese sul digitale e la loro trasformazione in **Smart Tourism Destination (STD)**, ovvero destinazioni dove i vari stakeholder, con il coordinamento della Destination Management Organization (DMO-OGD), facilitano l’accesso al turismo, ai prodotti per l’ospitalità, ai servizi, agli spazi ed esperienze attraverso soluzioni innovative basate sull’ICT, rendendo il turismo sostenibile e accessibile.

Per favorire la partecipazione delle OGD del Veneto a questa Azione, la Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto e Veneto Innovazione hanno promosso un’analisi dell’ecosistema digitale turistico regionale e un percorso di audit attraverso interviste ai vari stakeholder pubblici e privati i cui risultati sono stati presentati nel corso di un’iniziativa tenutasi lo scorso 30 novembre a Padova, cui ha fatto seguito un’attività di networking per meglio comprendere cosa si intenda per Smart Tourism Destination.

Nell’ambito della **PRIORITA’ 5 - Un’Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello sviluppo sostenibile e integrato, Os ii)** Sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo nelle Aree interne, nel 2024 si darà seguito ad un intervento che mira a sostenere **attività di affiancamento per lo sviluppo di strategie che portino alla costituzione di marchi d’area quali strumenti di governance** per destinazioni turistiche emergenti. I destinatari di questa misura saranno i soggetti capofila delle **4 Aree Interne** già esistenti nella precedente programmazione (Unione Montana, Spettabile Reggenza dei Sette Comuni, Unione Montana Comelico, Contratto di foce - Delta del Po, Unione Montana Agordina) e delle **2 nuove Aree Interne** riconosciute con la programmazione 2021-2027 (Alpago, Zoldo e Cadore).

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

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 regionale 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.

2. LE AZIONI DEL PTA 2024

Le azioni del presente Piano Turistico Annuale (PTA) 2024 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.

A.1 APPROCCIO UMANO: TERRITORI, COMUNITÀ, PERSONE

A.1.1. IL LAVORO COME PIETRA ANGOLARE

Il 2023 ha portato una crescita significativa nel mercato del lavoro turistico del Veneto, superando i livelli pre-pandemici. Tuttavia, la maggior parte delle nuove assunzioni risulta con contratto a tempo determinato, mettendo in evidenza la persistente sfida della destagionalizzazione.

In ambito turistico, questo aumento della domanda di lavoro è in parte ostacolato dalla difficoltà nel far coincidere l'offerta con la richiesta. Una rinnovata attenzione alla contrattazione collettiva, sia a livello nazionale che locale, è fondamentale per affrontare questa complessa dinamica. Ad oggi, infatti, l'applicazione dei CCNL riconosciuti non è condizione sufficiente a garantire la generazione di un benessere diffuso. La Regione del Veneto intende pertanto impegnarsi - così come previsto dalla Nota di Aggiornamento del DEFR approvata dal Consiglio Regionale - per effettuare un monitoraggio puntuale sulle condizioni di lavoro del settore turistico, con particolare riguardo alle tipologie di contratto e al numero di giornate lavorative.

A livello nazionale, il turismo è influenzato da problematiche economiche più ampie, come evidenziato dal Rapporto Coop - Nomisma. La stagnazione dei salari e l'inflazione spingono i lavoratori a cercare alternative, influenzando la stabilità del settore.

La carenza di lavoratori nel turismo è un'ulteriore problematica da affrontare in quanto la percezione non sempre positiva del lavoro nel settore, le retribuzioni a volte inadeguate e - in alcuni contesti - la mancanza di alloggi, contribuiscono alla difficoltà di reclutare personale qualificato.

La formazione diventa cruciale in questo contesto, non solo per acquisire competenze specifiche, ma anche per motivare e fidelizzare i dipendenti. Migliorare le condizioni di lavoro, le retribuzioni e l'organizzazione generale del lavoro diventa pertanto essenziale.



Una zona d'ombra significativa del settore è rappresentata dal *lavoro grigio*, che potrebbe costituire fino al 40% delle ore lavorate.

In conclusione, il settore turistico del Veneto si trova di fronte a sfide complesse ma offre anche opportunità. Un approccio strategico che affronti queste problematiche, stimoli la formazione, promuova una migliore contrattazione e miglioramenti nelle condizioni di lavoro è condizione essenziale per garantire una crescita sostenibile e una maggiore attrattività nel lungo termine.

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

Questo gruppo di azioni, collegate a quelle di seguito declinate, prevede il coinvolgimento della Società Veneto Lavoro, delle Direzioni Lavoro e Formazione e Istruzione 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) e di Ciset (Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica). In particolare con Ciset, si intende avviare un progetto che da un lato analizzi i nuovi fabbisogni di personale nel comparto turistico, dall'altro a migliorare le condizioni lavorative all'interno delle aziende e, simultaneamente, a rinvigorire la concezione del lavoro nel settore turistico. Tale progetto, con l'obiettivo trasversale di istituire un modello replicabile, si articolerà in tre fasi distinte:

1. Sperimentazione interna presso le imprese partecipanti, includendo:
 - riorganizzazione dei turni e degli orari di lavoro;
 - affiancamento per migliorare il welfare aziendale;
 - sviluppo dello storytelling sia interno che esterno.
2. Realizzazione di una campagna profonda per rilanciare il lavoro nel turismo
3. Facilitazione del ricambio imprenditoriale

In aggiunta a queste tre fasi delineate, si affiancherà un ulteriore aspetto trasversale relativo alla valorizzazione di casi di eccellenza.



A. 1.1.4. Certificazione delle competenze acquisite, caratterizzanti i profili professionali dei servizi turistici del Repertorio Regionale degli Standard Professionali (RRSP), che consenta una loro riconoscibilità ed un più facile impiego nei diversi contesti lavorativi

A.1.1.5. Identificare e favorire processi di aggiornamento e riconversione delle competenze (upskilling e reskilling) 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 della Direzioni Lavoro e della Direzione Formazione e Istruzione

Per l'azione A.1.1.4., a seguito della 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 Lavoro e Formazione e Istruzione, 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). Oltre a continuare l'attività di validazione e certificazione delle competenze, lato offerta, si ritiene di iniziare un percorso di comunicazione, formazione e coinvolgimento della parte datoriale, lato domanda. Tutto ciò è utile per iniziare un percorso interattivo delle parti in causa necessario a più livelli: formativi, professionali qualitativi e attrattivi nei confronti di figure professionali spesso poco considerate.

La Regione del Veneto, inoltre, continua la sua attività di partecipazione tramite la Direzione Turismo e le Direzioni Formazione e Istruzione e Lavoro al programma europeo [Pact for skills in tourism](#) per il miglioramento e la valorizzazione delle competenze e al progetto della Commissione Europea a valere sul fondo ERASMUS+ "TOUR-X".

Per quanto concerne l'azione A.1.1.5, si intende avviare una vera e propria attività di valutazione con le Direzioni Lavoro e Formazione e Istruzione sull'aggiornamento di alcuni profili del Repertorio Regionale degli Standard Professionali (RRSP) collocati nel Settore Economico Professionale (SEP) dei servizi turistici. A tal scopo si prevede l'avvio di un gruppo di lavoro trasversale 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, alla luce altresì della sperimentazione già avviata nel 2023 con la CCIAA di Verona tramite focus group specifici.



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.

La Carta dell’Accoglienza e dell’Ospitalità, adottata con DGR n. 501 del 20 aprile 2021, a seguito del percorso informativo/formativo nei diversi territori, in collaborazione con le diverse Organizzazioni di Gestione della Destinazione (OGD) del Veneto, vede il 2024 come l’anno di prosecuzione di una applicazione mirata e circoscritta in una o più aree del territorio veneto, con il supporto della Regione, al fine di costruire fattivamente un vero e proprio percorso di sensibilizzazione e concretizzazione sul campo.

L’area di maggiore concentrazione è quella della provincia di Belluno, con un focus specifico sulla città stessa, capoluogo di provincia, con lo scopo di farla diventare un punto di riferimento, comunicazione e diffusione di tutto ciò che succede nell’area più vasta del territorio provinciale, in vista dei giochi olimpici del 2026. A tal fine si concretizzerà un percorso di coinvolgimento, peraltro già iniziato a fine 2023 con uno staff di affiancamento, per applicare in modo mirato i valori della carta, partendo da alcuni di essi: **l’accessibilità**, in sinergia anche con la Carta dell’Accessibilità, strumento specifico predisposto dalla Regione in occasione del progetto Tourism 4 All, **la connessione** per aumentare il dialogo e l’interazione degli operatori e dell’intera comunità e **l’autenticità**, facendo emergere gli elementi identificativi dell’area, per poi continuare a sviluppare anche gli altri. Tale attività è stata inserita anche nel piano di programmazione “Veneto in Action” volto alla pianificazione delle azioni in vista dell’evento olimpico. Nel processo operativo di applicazione della Carta, si inserisce inoltre un’azione identificativa dei soggetti che possono fungere da testimonial trainanti per l’intera comunità.

Nel 2024 continuerà anche il supporto ad altre zone del Veneto che intendano proseguire il cammino di sensibilizzazione legato all’accoglienza e a quelle aree proattive per quanto riguarda la diffusione delle esperienze locali legate al “Patentino dell’Ospitalità”, ad oggi portate avanti dalle aree del Cavallino, del Montello e quelle della Terra di Asolo e del Monte Grappa.



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 è pressoché concluso il percorso avviato nel 2019 relativo al progetto **"Le Porte dell'accoglienza"** con l'estensione ad altri uffici turistici (IAT) dopo quelli degli hub ferroviari ed aeroportuali, dei Comuni capoluogo e degli uffici turistici collocati nell'ambito o in prossimità di siti UNESCO. Il progetto, inoltre, grazie al cofinanziamento del Fondo Unico Nazionale per il Turismo (FUNT) conto capitale è stato esteso ad ulteriori uffici IAT. Alla fine saranno ben 21 gli uffici turistici allestiti secondo il format **"Le Porte dell'accoglienza"**. Gli uffici turistici coinvolti nel progetto sono ora caratterizzati sia da elementi identitari, quali ad esempio: il bancone a "petali" rifinito in ottone, il lampadario ornato in ottone, sia dalla presenza di elementi propri della destinazione: su tutti troviamo lo skyline dei principali monumenti a pavimento, la panca in ottone con il nome della destinazione, colori alle pareti distintivi.

Con il PTA 2024 si intende rafforzare l'idea di network e di immagine unitaria della rete dei 79 Uffici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) regionali puntando sulla corretta applicazione di elementi segnaletici esterni e su alcuni elementi caratterizzanti all'interno. Le risorse allocate con il PTA serviranno quindi sia a mettere a punto tali elementi, partendo anche dal manuale d'uso per l'utilizzo del logo "IAT", di cui alla DGR n. 2233 del 21 settembre 2010, sia per poi concretamente realizzarli per gli uffici turistici che risponderanno ad una specifica manifestazione di interesse.

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 ed 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 (DMS) concesso in utilizzo gratuito a tutti gli attori della filiera turistica del Veneto, con il coordinamento della Direzione Turismo e delle rispettive OGD. 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 79 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 219 gli info-point convenzionati con gli stessi Comuni e con le rispettive OGD.



Nel 2024 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.

Il Progetto "Veneto Card", presente già nell'edizione 2018-2020 del Piano strategico del Turismo Veneto, è stato poi rilanciato con il Piano Strategico 2022-2024 e nel corso del 2022 si è avviato il percorso per la sua attuazione. La Direzione Turismo, per il tramite della Società Veneto Innovazione, ha individuato nelle Società: Coopculture, quale partner operativo in virtù dell'esperienza che ha maturato in questo ambito e Feratel Media Technologies, che già gestisce il DMS regionale, come supporto tecnologico al progetto attraverso il proprio Card System.

La Veneto Card - il cui progetto esecutivo è stato messo a punto nel corso del 2023 - vuole essere una card che non si sovrappone a quelle di destinazione già esistenti, ma uno strumento in grado di coinvolgere tutte le destinazioni del Veneto. La card di destinazione è quindi uno strumento di Destination Management che rende più semplice la fruizione al pubblico, sia dei visitatori che dei turisti, e in alcuni casi, grazie alla tecnologia che permette di differenziare il pubblico, anche dei cittadini.

La Veneto Card - che dovrebbe essere varata sulla base del presente PTA - è pensata come uno strumento a servizio dei turisti che effettuano un soggiorno più lungo o per favorire l'allungamento del soggiorno in ambiti come le terme, le spiagge o i laghi. Nelle città, dove il turista ha una permanenza più breve, la card può incentivare la visita ad altri attrattori (ad esempio di parchi tematici ecc.). La card includerà anche altri servizi turistici e di trasporto.

La Veneto Card sarà componibile on-line, tematizzata, fruibile in base alle esigenze del turista. Il progetto della card regionale "open" segue un modello strategico che ha una funzione di servizio, più che commerciale, per soddisfare la domanda crescente del pubblico che desidera usufruire di offerte articolate collegando diverse destinazioni turistiche affini per geografia o per cluster di prodotto; la card aperta, quindi componibile in base alle attitudini e le scelte dell'ospite, permetterà di viaggiare e visitare diverse destinazioni della regione Veneto in un arco di tempo definito.

La Card Veneto, con tecnologia Feratel e declinabile in differenti varianti, sarà costituita da un codice univoco numerico dematerializzato veicolabile sia su strumenti materiali che immateriali, che contiene tutte le informazioni sui servizi usufruibili dal titolare della card (precaricati e/o acquistati in IAT o sul web) e sarà leggibile al controllo accessi da apposita applicazione utilizzabile da un browser web connesso ad internet (tramite PC oppure smartphone o tablet connessi ad internet) oppure da hardware dedicato oppure da tecnologie di terze parti in grado di leggere codici a barre e/o qr code che vorranno collegarsi via API al sistema feratel per la validazione dell'accesso registrandolo a sistema al momento dell'utilizzo.



Lo sviluppo da parte di terze parti è a carico dei soggetti direttamente interessati, mentre la Regione Veneto provvederà a sostenere eventuali spese per il collegamento e ad integrare i supporti tecnologici per la lettura e validazione della card di sistemi terzi in relazione ai vari punti di accettazione che il sistema terzo andrà ad attivare.

La promozione sarà molto capillare e dedicata attraverso la rete degli 79 uffici IAT di destinazione e territoriali e i soggetti aderenti al circuito "Veneto Card".

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".

Nel corso del 2023, con il Coordinamento della Segreteria Generale della Programmazione, si è dato avvio ad alcune delle attività previste dal Piano Strategico "*Veneto in Action - Towards the Olympic Games of Legality & Sustainability*". Il Piano, adottato con DGR n. 174/2020, costituisce un vero e proprio 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.

In particolare la Direzione Promozione economica e marketing territoriale e la Direzione Turismo sono coinvolte nelle attività collegate alla verifica delle disponibilità delle strutture ricettive e all'accoglienza per famiglia olimpica, volontari e forze dell'ordine, pubblico, rapportandosi in proposito con i referenti di Fondazione Milano Cortina nonché con gli stakeholder territoriali (DMO Dolomiti Bellunesi, Comune di Cortina, Fondazione Cortina, Cortina Marketing, Verona Garda Foundation, Comune di Verona, associazioni di categoria a livello regionale e locali).

Inoltre, insieme a tutte le Direzioni interessate, nello scorso mese di ottobre sono stati organizzati tre incontri di sensibilizzazione sul tema dell'accessibilità in vista dei Giochi olimpici e paralimpici invernali tenutisi a Verona, Belluno e Cortina. A queste iniziative hanno fatto poi seguito i corsi di formazione sul tema dell'accessibilità per professionisti, tecnici comunali e imprese di cui si riferisce al successivo punto **A.2.2. ACCESSIBILITÀ**.

Nel rinviare al dettaglio del citato Piano Strategico "*Veneto in Action - Towards the Olympic Games of Legality & Sustainability*", si ricorda che nel corso del 2024 le Direzioni Turismo e Promozione economica e marketing territoriale saranno impegnate, ciascuna per le rispettive competenze, a dare seguito alle iniziative ivi previste e in particolare al cosiddetto programma "*City operations*". Si riportano qui di seguito i principali ambiti che vedono coinvolte le due direzioni nella preparazione dei Giochi Olimpici invernali Milano Cortina 2026:

1. Supportare la destinazione nell'evoluzione della governance e dell'organizzazione turistica territoriale;
2. Favorire la diffusione della cultura dell'Accoglienza nella destinazione in vista dell'appuntamento olimpico e come elemento costitutivo della "legacy" dell'evento;
3. Rigenerare l'offerta turistica in termini di servizi e di prodotto;
4. Organizzare l'offerta turistica sul digitale;
5. Milano-Cortina 2026 come opportunità di valorizzazione del sistema turistico veneto;



6. Accessibilità, inclusività e sostenibilità quali principi trasversali per favorire la competitività delle destinazioni turistiche coinvolte;
7. Protezione dei siti Natura 2000 e dei territori a parco nelle aree di gara e nei territori limitrofi;
8. Organizzazione di eventi promozionali in Italia e all'estero, sia nell'ambito della partecipazione regionale a manifestazioni fieristiche, sia al di fuori di spazi fieristici;
9. Realizzazione di materiale promozionale per attività di comunicazione e marketing legate all'evento olimpico (video, foto, brochure, gadget, affissioni ect.)

Si tratta, come riferito in diversi punti del presente PTA, di attività di pertinenza delle due Direzioni, declinate in funzione dei Giochi olimpici e paralimpici Milano Cortina 2026 e quindi, o negli ambiti delle Venues interessate dalle gare e dalle cerimonie di apertura e chiusura dei Giochi o comunque in altri ambiti territoriali, sempre in ottica di promozione coordinata dell'immagine regionale e di valorizzazione dei territori in occasione dell'appuntamento olimpico e paralimpico.

In particolare, per l'organizzazione di eventi e la realizzazione di materiale promozionali sarà coinvolta la DMO Dolomiti insieme a Fondazione Cortina, dando particolare rilevanza alle progettualità e attività da sviluppare nel territorio bellunese, ai fini della valorizzazione e della promozione di medesimo territorio, in conformità con linee di indirizzo, contenute nel Piano strategico Veneto in Action, approvato con DGR n. 125 del 24 febbraio 2023.



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:

Con le già citate Politiche di Coesione e in particolare con i bandi in programmazione nel 2024, si intende favorire anche il possesso e l'adozione da parte delle imprese ricettive del Veneto di certificazioni ambientali (ISO 14001, EMAS o equivalenti), di turismo sostenibile (GSTC), di sicurezza (OHSAS 18001, di qualità (ISO 9000).

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 è data diffusione al [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](#)).

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 che si cercherà di collegare alla presentazione nei territori e con le associazioni di categoria dei bandi relativi a fondi 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 (punto b) si sta ipotizzando l'adesione della Regione del Veneto ad un acceleratore di start up



innovative nell'ambito del turismo e della cultura che ha 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 2024 si intende dare soprattutto continuità alla strategia sul cicloturismo veneto con il progetto "Cycling in the Land of Venice" in coordinamento con le Organizzazioni di Gestione della Destinazione (OGD) 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 del 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 la Società 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 iprovie che i percorsi escursionistici;
- c) Strumenti di Promozione (**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 LEISURE

Per quanto concerne il cicloturismo slow o leisure, la Regione del 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 Ciclovie 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 agli itinerari 2 e in particolare 4 (Dolomiti-Venezia) un potenziale di attrattività turistica**, a patto che vengano migliorate le criticità di fruibilità di alcuni tratti e la sovrapposizione di alcune tappe. L'itinerario Dolomiti-Venezia potrà, a partire dal 2024, articolarsi in tracciati complementari, che tengano conto delle nuove ciclovie realizzate e in corso di realizzazione nell'area bellunese (Valbelluna) e trevigiana, intercettando in tal modo ulteriori importanti destinazioni turistiche. Altri itinerari, segnalati dagli operatori nel corso di processi partecipativi, quali La **Ciclovie del Brenta** e la **Ciclovie dell'Adige**, saranno oggetto di considerazione nella pianificazione futura, anche tenuto conto delle indicazioni del **Piano Regionale della Mobilità Ciclabile**.

CICLOTURISMO SPORTIVO (Road Bike – Mountain Bike - Gravel)

Il Veneto è un'area **vocata** anche al **cicloturismo sportivo** 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 di 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.

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 del 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 portato ad 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 2024 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, e 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 2024 propone di sostenere l'organizzazione dell'offerta sportiva, 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, road e gravel 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 percorsi ed aree dedicate, come avviene in altre destinazioni alpine.

Attività di comunicazione e promozione

L'importanza del cicloturismo nell'economia turistica della Regione del Veneto è evidente, e per favorire la promozione del prodotto **"Veneto Bike"** la Direzione Turismo ha promosso la creazione e la diffusione di una serie di **supporti informativi e divulgativi**, in coordinamento con l'immagine grafica di tutti i prodotti di accoglienza: brochure, schede/flyer e mappe.

La brochure **"Cycling in the Land of Venice"**, presentata in anteprima all'IBF - Italian Bike Festival - Salone Internazionale della Bici di Misano Adriatico (RN) vero punto di riferimento del settore - illustra le varie tipologie di cicloturismo fruibili in Veneto. La brochure si compone di una prima parte sul cicloturismo **"Leisure"**, in cui vengono proposti itinerari ed escursioni giornaliere per scoprire le ricchezze storico-artistiche e paesaggistiche del territorio, per un turismo in bicicletta "slow"; seguita da un'illustrazione del cicloturismo sportivo **"Road"** e **"MTB"** grazie alla varietà di scenari che il territorio Veneto offre, da spettacolari percorsi in pianura a dolci colline per arrivare alle mitiche salite delle Dolomiti, per finire con l'emergente e in forte espansione fenomeno **"Gravel"**, con migliaia di km di strade bianche a disposizione del turista che sceglie il Veneto.

Come evidenziato, anche nella nostra regione il **fenomeno del ciclismo Gravel** è in forte espansione, un segmento di mercato che coinvolge i turisti con l'attitudine al viaggio leisure che utilizzano biciclette sportive, bikepacking e strumentazioni digitali. Per il progetto **"Gravel in the Land of Venice. Pedalare tra i vigneti"**, è stato prodotto un flyer (strumento agile e immediato) che illustra la top ten dei **percorsi del Gravel** scelti dalla Regione tra i 5.500 km (80 percorsi circolari). La presentazione ufficiale è avvenuta al Vinitaly 2023.

Infine, sono stati rivisti i prodotti che illustrano le **7 escursioni** previste nella **Rete Escursionistica Veneta (REV)**; in generale tra itinerari ed escursioni abbiamo circa 1200 km di ciclovie, segnalate, cartografate e promosse dal sistema regionale. Si tratta di un'offerta regionale tra le più strutturate d'Italia, con all'interno percorsi di grande qualità.

Nel dettaglio sono state prodotte **7 mappe tematiche**, nel formato super A3 che è comune al resto della produzione editoriale regionale: in un lato il percorso cartografato e dettagliato, nell'altro i riferimenti tecnici con le informazioni turistiche e le possibili intersezioni con altri percorsi presenti nel territorio. **Le ESCURSIONI sono: E1 Lunga via delle Dolomiti, E2 Anello dei Colli Euganei, E3 Anello della Donzella, E4 il GiraSile, E5 Ciclovie Isole di Venezia, E6 Ciclovie del Fiume Mincio, E7 Paesaggi di Palladio.**

Nel 2024 si diffonderanno gli strumenti di promozione del cicloturismo con la ristampa delle 7 mappe tematiche in modo da soddisfare adeguatamente la richiesta di materiale avanzata dagli uffici IAT di destinazione e si replicherà la produzione di **nuove carte tematiche** a supporto di tappe delle REV molto richieste dal mercato come: **la Treviso Ostiglia, La Riviera del Brenta, La Padova - Vicenza (ciclabile del Bacchiglione).**

Al fine di mantenere aggiornata la documentazione fotografica si prevede di integrare l'archivio fotografico con la **produzione di nuove fotografie cicloturistiche.**

Le azioni volte a rafforzare la strategia di sviluppo del cicloturismo in Veneto si completano con un calendario di incontri tra la Direzione turismo regionale e le



organizzazioni di gestione delle destinazioni finalizzate ad approfondire le azioni del PTA 2023 e 2024 e a diffondere gli strumenti di comunicazione e promozione sviluppati con i PTA 2021 e 2022: carta dei servizi del cicloturismo in Veneto, brochure Veneto in bicicletta, video e immagini coordinate e schede cicloturistiche.

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, è 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 2021-2023. 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), IPA Associazione dei Comuni dell'Area Berica (Riviera Berica). Nel corso del 2024 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 35/2019 dovranno raccordarsi con gli strumenti e le azioni messe in luce nel paragrafo precedente: condivisione della strategia comunicativa con le direzioni Turismo e Promozione Economica 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.

Al fine di garantire il successo della strategia a sostegno del cicloturismo è opportuno ribadire l'importanza della collaborazione con la Società Veneto Strade, la quale dopo essere intervenuta con la sostituzione integrale della segnaletica lungo le 7 ciclovie e i due itinerari 1 e 2, nel 2024 completerà la sostituzione della segnaletica 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 inoltre 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.

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 L.R. 30 gennaio 2020, n. 4 "Disposizioni per il riconoscimento, la valorizzazione e la promozione dei cammini veneti" la Regione del Veneto ha ritenuto di riconoscere e valorizzare queste nuove forme di offerta di turismo ecosostenibile, intese 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 sopracitata, la



Regione ha definito ed individuato la Rete dei Cammini Veneti (RCV), 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, enogastronomico.

In particolare, l'art. 7 della legge ("Promozione dei Cammini") stabilisce che la Giunta regionale, anche nell'ambito degli strumenti di programmazione e promozione turistica regionale e relative misure attuative di cui alla legge regionale 14 giugno 2013, n. 11 e successive modificazioni, possa attuare programmi ed iniziative di carattere regionale per la conoscenza e la valorizzazione dei cammini. Già nel 2020, con DGR n. 1732 del 15 dicembre 2020, la Giunta regionale ha, a suo tempo, avviato un programma di attività a carattere regionale finalizzato alla conoscenza e alla valorizzazione dei cammini, articolato in particolare in alcune azioni "starter" di costruzione e di comunicazione del prodotto turistico "cammini veneti" per la realizzazione delle quali era stato formalmente avviato un rapporto di collaborazione con il Comitato Regionale UNPLI VENETO. Successivamente, con DGR n. 1072 del 30 agosto 2022, la Giunta regionale ha adottato il "Programma regionale per la valorizzazione dei Cammini del Veneto", quale documento di indirizzo per la conoscenza, lo sviluppo e la valorizzazione dei cammini, in attuazione dell'art. 7 della Legge regionale 30 gennaio 2020, n. 4. In relazione a ciò, con DGR n. 1465 del 18 novembre 2022, la Giunta regionale ha approvato l'avvio di alcune delle azioni a carattere operativo individuate dal Programma regionale adottato con DGR n. 1072/2022, e ha successivamente affidato congiuntamente al Comitato Regionale UNPLI VENETO e a Itineraria srl - uno dei principali operatori nazionali in materia di Cammini - le seguenti azioni:

- presentazione 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";
- 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;
- definizione dei criteri specifici di monitoraggio dei flussi turistici, ai fini del successivo sviluppo della Carta del Viandante.
- mappatura dell'esistente tramite la piattaforma Outdooractive, con cui viene implementata sia la app Veneto Outdoor che il portale www.veneto.eu, in modo da censire, georeferenziare e aggiornare gli itinerari con la creazione di una mappa interattiva, che funga da "Atlante digitale dei Cammini del Veneto";
- incontri con le OGD e i consorzi turistici, promuovendo e facilitando il contatto e le relazioni operative tra le associazioni che gestiscono i cammini e le OGD, incoraggiando lo scambio e la sinergia, in modo da inserire a tutti gli effetti i cammini nella proposta turistica del territorio;
- incontri informativi, per operatori turistici, funzionari, addetti agli info point, associazioni territoriali, e formativi per i gestori di strutture ricettive.

Successivamente, con DGR n. 1475 del 27 novembre 2023, la Giunta Regionale ha affidato ad UNPLI Veneto anche la realizzazione di un piano di iniziative di promozione verso il pubblico nazionale e internazionale, con azioni di Business to Consumer e di Business to Business, secondo quanto indicato dal Programma regionale per la valorizzazione dei Cammini del Veneto di cui alla DGR 1072/2022, da svilupparsi mediante tre linee d'azione specifiche:



1. individuazione, in collaborazione con le OGD e le associazioni dei Cammini, dell'offerta turistica dei Cammini del Veneto tenuto conto delle attività sin qui svolte;
2. attività di affiancamento a Regione del Veneto e alle associazioni e ai soggetti gestori dei Cammini per l'organizzazione dei prodotti turistici collegati ai Cammini in Veneto;
3. coordinamento e attuazione delle attività promozionali di Regione del Veneto e delle associazioni e dei soggetti gestori dei Cammini del Veneto.

Le attività a sostegno del prodotto "Cammini" per il 2024

Con il PTA 2024 si intende quindi continuare la realizzazione delle azioni di implementazione del "Programma regionale per la valorizzazione dei Cammini del Veneto", attraverso la collaborazione già attivata con UNPLI Veneto e Itineraria srl, nonché con le Associazioni di gestione dei Cammini e con le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni in modo da far crescere, attraverso l'interscambio fra la Regione e gli stakeholders interessati, il valore turistico dei Cammini attualmente esistenti e in fase di costituzione, favorendo la loro transizione da "itinerari" a "prodotto turistico", in grado di integrare e arricchire l'offerta turistica regionale.

Sulla base di queste premesse verranno implementate le seguenti attività:

- Evento di presentazione della "Carta regionale dei Servizi" e degli esiti delle attività di sopralluogo sul campo, per la valutazione dei punti di forza e delle criticità dei Cammini veneti;
- Censimento, georeferenziazione e aggiornamento dei Cammini, ai fini dell'implementazione delle piattaforme Veneto Outdoor e Veneto.eu;
- Incontri formativi e informativi con OGD, Consorzi Turistici e operatori turistici;
- Pianificazione e avvio di azioni di organizzazione dei prodotti turistici collegati ai Cammini e di attività promozionali sviluppate da Regione del Veneto in sinergia con associazioni e dei soggetti gestori dei Cammini del Veneto;
- Attuazione bandi regionali per l'erogazione di aiuti a enti e soggetti gestori dei Cammini per la realizzazione di azioni a carattere infrastrutturale, di promozione e di comunicazione.



C) GOLF

Nell'ambito dell'Accordo Italy Golf & More la Regione del Veneto ha partecipato alla 44^a edizione di "Ryder Cup 2023", la più prestigiosa competizione internazionale di golf. L'evento, ospitato per la prima volta in Italia, a Roma, ha stabilito nuovi record su tutti i fronti. Record di affluenza con un totale di 271.191 visitatori, di cui 90% stranieri provenienti da 100 Paesi, mentre milioni di appassionati hanno seguito il torneo in televisione e sulle piattaforme digitali. Record di engagement sui social media con oltre 600 milioni di impressions e pageviews. Solo sulle piattaforme digitali della Ryder Cup Europe è stato registrato un aumento del 117% rispetto alle passate edizioni dell'evento. Dati che testimoniano il grande appeal esercitato da Ryder Cup e, contestualmente, come il golf stia diventando uno sport sempre più popolare, seguito e praticato da milioni di appassionati in tutto il mondo.

Il successo della Ryder Cup ha contribuito a dare impulso allo sviluppo del golf in Italia e ad accendere l'attenzione sull'offerta golfistica italiana e delle singole regioni. Si prevede che sempre più italiani praticheranno il golf nei prossimi anni, mentre nel mondo il golf è già uno sport popolare che appassiona milioni di persone di alto e medio reddito, coinvolgendo un target eterogeneo da uomini e donne di ogni età, famiglie e gruppi di amici. Inoltre, nel golf ogni campo offre un diverso livello di sfida e di esperienza e questo induce il golfista a viaggiare in tutto il mondo per godersi nuovi campi e nuove destinazioni. Si tratta, pertanto, di un segmento sportivo che offre grandi opportunità di sviluppo del turismo golfistico nella nostra Regione, che vanta 21 golf club a 18, 27 e 9 buche con altrettanti circoli e campi pratica in grado di soddisfare le esigenze dei golfisti italiani e internazionali, specie del Centro, Nord ed Est Europa.

La partecipazione alla Ryder Cup della Regione del Veneto con la RTI Golf in Veneto ha rappresentato un'occasione unica per la promozione del Veneto come Golf Destination. In concomitanza con l'evento Regione e Rete di impresa Golf in Veneto hanno organizzato due eventi collaterali di prestigio alla presenza di T.O. e rappresentanti media internazionali, opinion leader, autorità istituzionali, oltre del grande pubblico di golfisti, presentando l'offerta golfistica abbinata alle eccellenze turistiche, culturali e enogastronomiche regionali.

Anche nel 2024 la Regione proseguirà l'attività promozionale della propria offerta golfistica, aderendo alle azioni già finanziate nell'Accordo Interregionale "Italy Golf & More - Annualità 2022-2023-2024" in collaborazione con le Regioni Friuli Venezia-Giulia, Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Lazio,, Sicilia e Sardegna, ENIT e Federazione Italiana Golf.

In considerazione delle potenzialità offerte da tale segmento a livello turistico si rende opportuno prevedere anche azioni regionali di promo-commercializzazione del prodotto Golf, da realizzare con la Rete di Imprese Golf in Veneto, in Italia e nei mercati europei più significativi: in Germania mediante la partecipazione all'evento in collaborazione con l'Associazione Golf in Bayern in Baviera; in Spagna mediante la partecipazione al più importante marketplace B2B dedicato al segmento del golf, quale IAGTO European Convention, a Malaga, dal 13 al 15 maggio 2024, organizzato da IAGTO-International Association Golf Tour Operators con la presenza di top player del settore a livello globale, ai quali presentare l'offerta golfistica veneta anche mediante la realizzazione di un evento collaterale; in Portogallo mediante la partecipazione alla principale manifestazione di settore IGTM- International Golf Travel Market di Lisbona. L'attività di promozione e valorizzazione del prodotto Golf in Veneto nei mercati esteri potrà essere integrata da una serie di iniziative collegate, quali Road Show in Slovenia e



Repubblica Ceca, nonché Fam Trip e Press tour nel territorio regionale rivolto a tour operator e rappresentanti della stampa specializzati nel golf, nonché attività di marketing sui canali social e sulla stampa di settore.

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

Nella consapevolezza dell'importanza strategica di questi territori, dal punto di vista turistico la Regione del Veneto ha ospitato nel 2021 e 2022 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. L'evento è un'occasione di conoscenza, approfondimento e riflessione sui beni Unesco e sulla loro importanza per lo sviluppo di un turismo culturale e consapevole, così come una crescita economica e sociale delle comunità locali. Nel 2023 la Regione ha partecipato con uno spazio espositivo alla 14^a edizione del WTE svoltosi a Torino che ha messo in evidenza la dinamicità e l'interesse del pubblico nei confronti dei beni Unesco. Nell'anno 2023, inoltre, è stata organizzata la prima edizione della Borsa Internazionale Siti Patrimonio Mondiale, che si è tenuta dal 31 maggio all'1 giugno 2023 nella suggestiva cornice del castello di CastelBrando, uno dei più grandi d'Europa, che domina le Colline del Prosecco, Patrimonio Mondiale Unesco. Grande, è stata la soddisfazione sia da parte dei 50 selezionati buyer italiani e stranieri e degli oltre 70 seller, provenienti per la maggior parte dal Veneto ma anche da altre regioni italiane, che hanno partecipato al workshop b2b, svoltosi nella giornata del 31 maggio e caratterizzato dall'elevata qualità sia della domanda che dell'offerta turistica. I buyer, in particolare, hanno avuto anche l'opportunità di scoprire il territorio, grazie alla collaborazione dell'Associazione Patrimonio Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, Visit Prosecco Hills, Strada del Prosecco e Distretto del Gusto, che nelle giornate del 30 maggio e dell'1 giugno hanno organizzato originali fam trip tra paesaggi, tradizioni ed enogastronomia tipica. Particolarmente interessante si è rivelato il meeting, svoltosi in



contemporanea al workshop mercoledì 31 maggio, sul tema “Turismo, Patrimonio mondiale e cambiamenti climatici”. Un incontro tecnico, organizzato insieme all’Associazione Beni Italiani Patrimonio Mondiale, che ha visto la partecipazione di importanti esperti e rappresentanti istituzionali di diversi Paesi. In particolare, Fergus McLaren, Presidente dell’ International Council on Monuments and Sites ICOMOS, Joseph King, Senior Director ICCROM, International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property, Matthew Emslie-Smith, World Heritage Monitoring Officer IUCN, International Union for Conservation of Nature e Matteo Rosati Officer-in-Charge of Culture and Programme Officer for Intersectoral Action UNESCO Regional Bureau for Science and Culture in Europe, hanno sollecitato, con le loro riflessioni sul tema, il confronto e le osservazioni dei rappresentanti di enti e associazioni europee dedite alla tutela e valorizzazione del Patrimonio mondiale, di Italia, Portogallo, Spagna, Francia, Austria, Svizzera, Slovenia, Paesi Scandinavi e Repubblica Ceca. È emersa dal dibattito la crescente necessità di nuove strategie turistiche, più attente e specifiche, per garantire che i siti Patrimonio Mondiale possano adattarsi a una “nuova normalità”, fatta di minacce costanti e destabilizzanti, come appunto i cambiamenti climatici, ma anche le guerre e la crisi economica mondiale. La pianificazione turistica deve, dunque, essere parte integrante delle nomine future a Patrimonio mondiale, in maniera condivisa con le autorità nazionali e locali.

Nel 2024 si prevede la realizzazione della seconda edizione della Borsa Internazionale dei Siti Patrimonio Mondiale Unesco e in occasione dell’evento per i tour operator italiani e stranieri e per la stampa specializzata saranno organizzati degli specifici educational tour nel territorio della Regione del Veneto alla scoperta degli importanti siti Unesco e delle eccellenze regionali; nello specifico per il 2024 si è pensato di svolgere il Fam-trip nei territori veneti che ospiteranno le Olimpiadi Invernali del 2026, permettendo così agli operatori e ai giornalisti di vivere in anteprima l’atmosfera di attesa del grande evento sportivo. Si prevede, inoltre, la partecipazione alla manifestazione W.T.E. - World Tourism Event che si terrà a Genova nel mese di settembre, nonché la promozione attraverso la partecipazione ad altre iniziative dedicate ai beni Unesco e alla realizzazione e diffusione di materiale promozionale dedicato.

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 appieno la propria attività, rimane uno dei comparti che nei prossimi anni dovrà rinnovare e adeguare la propria offerta ai mutati scenari internazionali e all’evoluzione della domanda di mercato. 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 del 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 2024.

Come indicato nel Piano Strategico Regionale, la formazione è un aspetto fondamentale che permette la crescita e la professionalizzazione degli operatori e soggetti coinvolti nella Meeting Industry Veneta: si ritiene quindi importante proseguire nell’attivazione di corsi formativi qualificanti dedicati al settore MICE, da svolgere in incontri organizzati, in presenza, a rotazione tra le varie destinazioni per permettere maggiore partecipazione, con la possibilità di una live web dell’evento, organizzati.



Si considera altresì fondamentale proseguire l'attività avviata negli anni precedenti in collaborazione con Federcongressi & Eventi e l'Università Cattolica di Milano e relativa al focus sulla Regione Veneto all'interno del contesto nazionale della ricerca dell'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi.

La promozione a mezzo web è oggi giorno 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.

Le attività di promozione a sostegno del Venice Region Convention Bureau Network proseguiranno attraverso la partecipazione a manifestazioni di settore di rilevanza internazionale quale l'evento "IMEX 2024" a Francoforte 14 - 16 maggio 2024, presentando le novità del Prodotto MICE sotto un'unica regia. La partecipazione regionale alla citata manifestazione è stata approvata con DGR n. 1421 del 20 novembre 2023.

Sempre nell'ottica di contribuire al rafforzamento del comparto MICE e al fine di dare continuità all'evento itinerante a rotazione nel Veneto, appuntamento consolidato della Meeting Industry, si propone la realizzazione dell'iniziativa che prevede la partecipazione su invito di buyers nazionali e/o internazionali con workshop nella destinazione principale e l'organizzazione di educational tour, coinvolgendo così l'intero territorio veneto (aprile/giugno 2024).

Si prevede inoltre l'adesione della Regione del Veneto in collaborazione con il Venice Region Convention Bureau alla manifestazione "Italy at Hand" in programma a Torino nel mese di dicembre 2024, evento di richiamo internazionale che prevede la partecipazione di Buyer qualificati sia italiani che esteri.

E' importante prevedere 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/iniziative che dovessero essere ritenute importanti per il comparto della Meeting Industry.

Evento	settore	città	periodo
Evento Meeting Industry	Congressuale	Veneto	aprile/giugno 2024
IMEX -FRANCOFORTE	Congressuale	Francoforte	14-16 maggio 2024
ITALY AT HAND	Congressuale	Torino	dicembre 2024



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 la Direzione “Beni attività culturali e Sport” per il rapporto con la “Veneto Film Commission” e con altre per quanto concerne lo Sport, anche in ottica Milano Cortina 2026. Con riferimento al *Film induced Tourism* già nel 2023 si è dato 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

Nel mondo circa un miliardo di persone vive con una qualche forma di disabilità e secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità il numero delle persone con bisogni particolari raddopierà entro il 2050.

In Europa il turismo accessibile genera ricavi annuali di 400 miliardi di euro ed è previsto che cresca annualmente dell'1% nei prossimi anni. Questa tipologia di turismo rappresenta il 3% del PIL totale dell'Unione Europea e supporta 9 milioni di posti di lavoro. Tuttavia, solo il 9% dei servizi turistici nell'Unione Europea sono accessibili. Vi sarebbe un potenziale aumento della domanda del 44% all'anno per il turismo accessibile se fossero disponibili servizi appropriati. Un ulteriore 1,2 milioni di imprese dovrebbero fornire servizi accessibili per soddisfare la futura domanda. Questi miglioramenti potrebbero attrarre fino al 75% in più di viaggiatori internazionali. Secondo gli ultimi dati Istat, i potenziali turisti che convivono con forme di disabilità sono circa 3 milioni 150 mila e bisogna tenere conto del fatto che questi viaggiatori sono sempre accompagnati da due o tre persone.

Un enorme mercato potenziale per i viaggi e il turismo che rimane tuttavia ancora ampiamente sottovalutato a causa di strutture e servizi turistici non accessibili, di politiche poco attente alle esigenze di tutti gli ospiti e della mancanza di conoscenze e competenze fra gli operatori del settore. Infatti a livello mondiale si stima che la mancanza di strutture e servizi adeguati porta ogni anno a perdite che si aggirano sui 142 miliardi di euro e 3,4 milioni di posti di lavoro (fonte European Network for Accessible Tourism).

I Bandi della Regione del Veneto dedicati al turismo accessibile

Al fine di favorire un turismo più accessibile, la Regione del Veneto si appresta a pubblicare nel 2024 un bando per rigenerare le imprese operanti nel settore turistico ricettivo. L'obiettivo principale di questa iniziativa è, appunto, favorire la piena accessibilità delle strutture ricettive, promuoverne lo sviluppo tecnologico e sostenere la transizione digitale ed ecologica.

Con il citato bando che sarà emanato a gennaio in attuazione del POR FESR 2021-2027, si intendono sostenere, in particolare, interventi finalizzati a garantire la migliore accessibilità delle strutture ricettive in ottica di "universal design": una metodologia progettuale di moderna concezione e ad ampio spettro che ha per obiettivo fondamentale la progettazione e la realizzazione di edifici, prodotti e ambienti che siano di per sé accessibili a ogni categoria di persone, al di là dell'eventuale presenza di una condizione di disabilità.

I seminari di formazione: introduzione all'accessibilità verso le Olimpiadi Milano Cortina 2026

La Direzione regionale del Turismo, in correlazione ai bandi POR FESR in uscita dedicati al turismo accessibile e per sensibilizzare gli albergatori, gli enti locali e i tecnici in vista delle competizioni olimpiche del 2026, anche nell'ottica della qualità ed



esclusività del servizio ricettivo, ha organizzato nel 2023 quattro seminari dedicati agli Ordini professionali di Architetti, Ingegneri, Geometri e Periti, agli albergatori e al personale tecnico - referente per l'edilizia - dei Comuni e della Provincia di Belluno. I seminari gratuiti ed in presenza, ciascuno focalizzato su una disabilità, si sono svolti a Cortina d'Ampezzo (BL).

Il primo seminario tenutosi lo scorso 24 ottobre aveva come tema centrale la disabilità motoria; il secondo del 7 novembre 2023 dedicato alla disabilità uditiva; il terzo del 14 novembre 2023 dedicato alla disabilità visiva; il quarto del 28 novembre 2023, la dedicato alla disabilità cognitiva.

Gli incontri, animati da relatori esperti, sono stati corredati da materiale didattico e, per gli iscritti agli Ordini professionali di Belluno sono stati riconosciuti i crediti formativi.

Nel 2024 si intende proseguire in questa attività di formazione coinvolgendo ulteriormente il sistema delle imprese ricettive oltre ai tecnici comunali e ai consulenti delle strutture ricettive già presenti nella prima edizione.

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.



Attualmente sono in corso di revisione le strategie di Area delle Aree Interne già presenti nella precedente programmazione, mentre le nuove Aree Interne stanno avviando i rispettivi percorsi di condivisione.

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 per le quali sono state stanziato risorse importanti sia a favore delle imprese che delle destinazioni turistiche. Vanno in tal senso soprattutto l'Azione 1.3.8. e l'Azione 1.2.4. del PR FESR (vedasi il paragrafo 1 del presente PTA). 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.

Questa azione del Programma regionale del Turismo viene declinata in attuazione del PTA 2024 tenendo conto delle precedenti fasi e dei precedenti accordi di collaborazione con Unioncamere del Veneto. Tra le prime attività svolte vi era stata, infatti, una ricognizione sullo stato dell'arte nell'utilizzo del marchio ombrello, dalla quale si è potuto constatare una ancora scarsa conoscenza, da parte dei soggetti del sistema turistico veneto, circa l'opportunità e le modalità di applicazione del marchio stesso. Si è quindi provveduto ad un primo aggiornamento delle linee guida per l'utilizzo del marchio concretizzatosi poi in un vero e proprio manuale d'uso.

Successivamente è stato avviato un approfondimento con uno studio legale specializzato per valutare l'opportunità, almeno per il mercato italiano, di registrare il marchio "Veneto, the Land of Venice" quale marchio collettivo e non più individuale, effettuando poi una diversa registrazione a livello internazionale per estenderne la possibile applicazione anche ad altre categorie merceologiche e quindi ad altre filiere. In parallelo è stata effettuata un'analisi di benchmark sulle strategie di branding poste in essere da altre Regioni e territori per arrivare a delineare una strategia innovativa in questo ambito anche per la Regione del Veneto e il suo "Marchio ombrello". Gli obiettivi sono quelli di aumentare la riconoscibilità e il prestigio del "Sistema Veneto - Turismo, Prodotti agroalimentari, Manifattura", superare eventuali criticità gestionali, dotarsi di un'identità distintiva e proteggerla. L'attuale modello del marchio "Veneto, The land of Venice", infatti, non consente di assolvere del tutto a queste fondamentali funzioni. Pertanto le attività che nel 2024 si vorrebbero ulteriormente declinare nell'ambito dell'Accordo quadro di Collaborazione con Unioncamere del Veneto sono indirizzate a:

- Superare le attuali criticità (rapporto con marchi di origine IG);
- Creare identificazione e adesione ai valori identitari del marchio;
- Aumentare la diffusione del marchio tra le imprese venete;
- Affermare in modo esplicito (dimostrare) i valori di riferimento dell'Identità veneta;
- Favorire azioni integrate di marketing, anche nei mercati lontani.

L'obiettivo del percorso che si avvia con questa azione è quello di fare del marchio ombrello un vero strumento di marketing territoriale regionale.

In particolare con il PTA 2024, si darà continuità all'analisi e all'implementazione del marchio ombrello attraverso diverse azioni mirate:

1. Marchio base:



- Proposta e implementazione delle linee guida per la comunicazione del marchio con il pubblico.
- 2. Marchio prodotti IGP (Identificazione Geografica):**
- Redazione regolamento nuovo marchio
 - Incarico per sviluppo marchio
 - Realizzazione marchio, declinazioni e manuale d'uso
 - Incontro Consorzi per definizione strategia generale narrazione valori
 - Redazione agreement tra Regione del Veneto e Consorzi
 - Deposito marchio e regolamento
 - Azione di diffusione interna ai Consorzi verso le imprese beneficiarie
- 3. Marchio prodotti non IG (Non Indicazione Geografica)**
- Verifiche regolamentari etichettatura
 - Verifica ipotesi modello tracciatura
 - Redazione regolamento nuovo marchio
 - Incarico per sviluppo marchio
 - Realizzazione marchio, declinazioni e manuale d'uso
 - Deposito marchio e regolamento
 - Azione di diffusione alle imprese beneficiarie
- 4. Marchio prodotti artigianato e industria:**
- Redazione regolamento nuovo marchio
 - Incarico per sviluppo marchio
 - Realizzazione marchio, declinazioni e manuale d'uso
 - Deposito marchio e regolamento
 - Azione di diffusione alle imprese beneficiarie

Per quanto riguarda i marchi dei prodotti con Indicazione Geografica (IG), si procederà con verifiche legali e normative per delineare una procedura formale, fornendo supporto nell'identificare i soggetti associativi e redigendo una bozza di accordo.

Per i prodotti senza Indicazione Geografica (Non IG), si condurranno verifiche regolamentari sull'etichettatura e si valuteranno ipotesi riguardanti un modello di tracciabilità.

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. In particolare, per il 2024 è prevista l'elaborazione di una lettura finalizzata e mirata del database nazionale relativo ai Comuni ed alle DMO, in una logica di posizionamento del Veneto e di alcune sue caratterizzazioni fondamentali (OGD, toponimi, attrattori, ecc.) in chiave comparativa



e di posizionamento, anche sulla base dei dati di awareness derivanti dal Catalogo nazionale delle destinazioni turistiche (2018-2019), opportunamente aggiornati.

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

Il principale strumento operativo per la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica veneta continua ad essere 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 stanziata a bilancio di previsione 2024-2026, 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 è stato negli ultimi anni uno dei più significativi mercati di riferimento per il Veneto, rappresentando nel 2023 all'incirca un terzo degli arrivi e delle presenze. È a fronte di questo quadro favorevole che manifestazioni nazionali a carattere turistico 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 fuori salone 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) e quella dedicata al gelato artigianale veneto (MIG di Longarone),



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), Est Europa

Quest'area rappresenta da sempre uno dei principali mercati incoming per l'Italia. Il Veneto, in particolare, è una delle destinazioni italiane più amate: quello tedesco è il primo mercato di riferimento straniero della regione, con un 27,5% sul totale delle presenze turistiche.

La forte attrattività è dimostrata anche dall'aumento delle presenze rispetto al pre pandemia, infatti quelle tedesche sono incrementate di + 10,9%, e quelle austriache di +7,4%. 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 continua ad avere un forte sviluppo 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.

Con riferimento all'Europa dell'Est, il turismo proveniente da questi Paesi è incrementato considerevolmente in questa fase di ripresa post Covid, superando i dati degli arrivi del 2019, con riferimento a turisti provenienti da Polonia, Slovacchia, Romania e Repubblica Ceca. In particolare, la Polonia è un Paese di circa 40 milioni di persone con un'economia molto dinamica in termini di sviluppo sociale ed economico e il Veneto è la Regione italiana preferita dai polacchi. Al fine di presidiare questi mercati e favorirne la crescita in termini di arrivi e presenze turistiche, saranno attivate azioni promozionali al fine di intercettare buyers, media e opinion leader interessati al turismo in Veneto, con una specifica attenzione ai workshop b2b che saranno organizzati in questi mercati, ad alto potenziale per il turismo veneto, così come il workshop proposto da Enit in programmazione a Cracovia in Polonia il prossimo novembre 2024.

Mercato inglese

Il mercato inglese è tra i mercati turistici più significativi sia in termini di flussi turistici provenienti dal Regno Unito verso il Veneto sia in termini di fatturato e indotto economico. Da sempre tale mercato genera un rilevante numero di arrivi e presenze nonché un alto volume di investimenti in tutte le aree tematiche regionali, specie per i tematismi relativi alle città d'arte, al lago, al mare, alla montagna, alle terme e i relativi segmenti dell'arte e cultura, enogastronomia, sport, oltre a wedding e wellness.

Nonostante le difficoltà economiche degli ultimi anni, l'Italia e il Veneto restano in cima alle preferenze di vacanza dei turisti britannici. La vacanza leisure traina la ripresa anche nel 2024 e rimane il motivo principale del viaggio all'estero grazie anche all'ampia rete di collegamenti aerei. Tutte le principali destinazioni britanniche sono collegate agli aeroporti italiani, tra i quali l'aeroporto di Venezia risulta al terzo posto per arrivi dopo Roma e Milano.

Data l'importanza del mercato inglese risultano prioritari interventi volti all'organizzazione e alla partecipazione a manifestazioni fieristiche e specifiche iniziative promozionali, quali workshop B2B, nonché educational tour rivolti a tour operator e



buyer e press trip rivolti a media, opinion leaders interessati alla destinazione Veneto. In particolare, si intende confermare la partecipazione alla manifestazione fieristica "WTM - World Travel Market" di Londra, una delle più importanti manifestazioni internazionali del settore turismo, focalizzata sul business e incontri B2B tra l'offerta turistica e la domanda del mercato inglese e mondiale, registrando da parte del sistema turistico veneto un grande interesse vista la presenza ogni anno di un elevato numero di operatori turistici veneti all'interno dello stand regionale.

Mercato spagnolo

Il turismo spagnolo, negli ultimi anni, ad eccezione del periodo della pandemia, ha fatto registrare un significativo cambio di tendenza. Anche se gli spagnoli prediligono i viaggi nazionali, sono in aumento le vacanze all'estero e la destinazione outgoing principale è l'Europa. Secondo quanto riportato dall'analisi dell'INE (Istituto National de Estadística), il dato positivo è sicuramente determinato dal desiderio di viaggiare dopo un periodo di chiusura ma anche da un aumento dei collegamenti aerei e da strategie di marketing mirate. All'interno degli spostamenti outgoing degli spagnoli, i viaggi verso l'Italia rappresentano una quota di mercato dell'11%. Il nostro Paese si è posizionato nel 2022, come meta turistica rispetto ai principali competitor, al terzo posto, dietro a Francia (quota del 20%) e Portogallo (13,4%), destinazioni confinanti. Tra le Comunità Autonome, i catalani sono i principali viaggiatori verso l'Italia seguiti dai madrileni e dalla Comunità Valenciana.

Il mercato spagnolo è da sempre un importante bacino per il turismo veneto. Negli ultimi anni, superata l'emergenza sanitaria, si è registrato un aumento del flusso turistico proveniente dalla Spagna sia per quanto riguarda gli arrivi sia per le presenze. La tendenza del 2023 conferma il risultato positivo, rinnovando così il forte interesse verso le destinazioni del Veneto. A confermarlo i dati parziali 2023 che registrano un trend positivo, con arrivi e presenze in crescita sia rispetto ai dati del 2022 che del 2019: rispettivamente +36% e +29% rispetto al 2022 e +12% e +6% rispetto al 2019. I comprensori che hanno evidenziato il maggior numero di turisti sono in primis quello delle città d'arte e a seguire quelli della montagna, del lago, del mare e delle terme. Notevole interesse ricoprono i viaggi legati all'enogastronomia, al turismo all'aria aperta e al turismo sportivo. Al fine di dare continuità alle azioni promozionali mirate verso il mercato iberico la Regione del Veneto propone la partecipazione a manifestazioni fieristiche di settore e a workshop. La manifestazione "Fitur", che si svolge a Madrid rappresenta uno dei primi appuntamenti dell'anno a livello internazionale per i professionisti del settore turistico, un importante evento per conoscere e presentare nuovi prodotti e nuove tendenze del mercato turistico. L'iniziativa costituisce un'opportunità per gli operatori veneti per instaurare contatti B2B con tour operator e agenti di viaggio spagnoli e operatori di settore dell'America Latina. L'edizione 2023 della manifestazione Fitur, ha registrato un totale di 136.000 professionisti, 86.000 visitatori e oltre 6.300 giornalisti. La partecipazione della Regione del Veneto, all'interno della Collettiva ENIT/Agenzia Nazionale del Turismo, alla manifestazione madrileniana dal 24 al 28 gennaio 2024 costituisce quindi un'importante occasione per presentare ai numerosi visitatori e operatori l'offerta turistica regionale nelle sue declinazioni con proposte mirate e novità rispondendo alle evoluzioni del mercato turistico.

MERCATO ASIATICO

Il turismo asiatico nel post-pandemia si riconferma tra i più importanti mercati per l'incoming regionale. Le aspettative verso i Paesi asiatici, in particolare Cina e Giappone,



per i quali l'Italia e il Veneto rimangono le mete preferite, sono ancora alte. Si ritiene, pertanto, opportuno proseguire l'attività di posizionamento e valorizzazione della Destinazione Veneto in tale mercato con offerte turistiche rinnovate e adeguate alle nuove esigenze del turismo mediante la realizzazione di specifiche iniziative promozionali e la partecipazione ad eventi e manifestazioni fieristiche proposte nel piano fiere 2024 dell'ENIT/Agenzia Nazionale del Turismo, quali TEJ-Tourism Expo Japan a Tokyo e ITB China a Shanghai.

Il movimento turistico cinese nel periodo pre-Covid registrava nel Veneto un trend di arrivi e presenze turistiche molto significativo in considerazione dell'alto volume dei viaggi generati dalla Cina e della elevata capacità di spesa del turista cinese. Nel corso del 2023, con la riapertura dei confini, la ripresa del turismo outbound cinese ha registrato una costante accelerazione verso le principali destinazioni europee e in particolare l'Italia. Rispetto al 2019 il tasso di recupero dei flussi turistici cinesi verso l'estero raggiungerà il 70% entro la fine del 2023 e si prevede il sorpasso nel 2024, stimolato dalla ripresa dei collegamenti aerei e dalla massima apertura del governo cinese. Considerato l'andamento dell'economia e costi ancora alti per i viaggi, i segmenti in aumento nel 2024 riguarderanno soprattutto il turismo individuale FIT e MICE, in quanto caratterizzati da un'elevata propensione al consumo. L'aumento qualitativo del turismo cinese offrirà, pertanto, all'Italia e alla nostra regione maggiori opportunità di diversificazione dell'offerta e di far conoscere destinazioni insolite e nuove esperienze. Un target high-spender verso il quale la Regione del Veneto ha svolto azioni mirate di marketing digitale nell'ambito del "Progetto Cina" in collaborazione con gli Enti Camerali, Venice Promex - Agenzia per l'Internazionalizzazione, ENIT e gli stakeholder territoriali. Il Progetto, avviato con D.G.R. 1844/2019 e attuato operativamente negli anni successivi, dal 2020 al 2023, verrà proseguito nel 2024, in considerazione degli ottimi risultati raggiunti. Le attività realizzate sui social network cinesi, Wechat e Weibo tramite l'apertura dell'account VisitVeneto hanno portato al raggiungimento di una quota di oltre 40.000 followers in costante aumento, mentre il complesso delle azioni di digital marketing, tra cui Livestreaming con la presenza di noti KOL cinesi nel territorio regionale, hanno generato un totale complessivo di oltre 59 milioni di visualizzazioni. Nel corso del 2024 il progetto prevede la prosecuzione di attività di digital marketing sui canali social Wechat-VisitVeneto e Weibo-VisitVeneto al fine di implementare tali network nel mercato cinese, nonché attività di comunicazione mediante la realizzazione di publiredazionali nei magazine distribuiti presso i maggiori aeroporti cinesi. Potrà essere, altresì, previsto l'avvio di eventuali ulteriori iniziative promozionali quali Fan Trip e Press Tour con operatori e Media.

La partecipazione della Regione del Veneto a ITB China di Shanghai, dal 27 al 29 maggio 2024 e ad eventuali altre iniziative di promo-commercializzazione organizzate da ENIT nelle aree cinesi di maggiore interesse, quali Shanghai e Guangzhou, in concomitanza con la partecipazione alla fiera, costituiscono un'ottima opportunità per organizzare eventi collaterali in sinergia con il sistema turistico veneto (DMO, Consorzi di Imprese turistiche, Reti d'Impresa, operatori turistici, Associazione delle Ville Venete ed enti istituzionali), ENIT e il Ministero del Turismo e le istituzioni italiane in Cina, al fine di favorire e sviluppare importanti partnership con top travel e operatori cinesi. In tale contesto il Veneto si propone come una destinazione attrattiva per arte e cultura, siti UNESCO, enogastronomia, attività outdoor, wedding e lifestyle. Presentare mete meno note attraverso esperienze esclusive, partendo dai grandi attrattori come Verona con il Festival Lirico dell'Arena di Verona, le Dolomiti Bellunesi e Cortina con i Giochi Olimpici Milano Cortina 2026, la Vicenza del Palladio. E naturalmente Venezia, legata alla Cina da una storia millenaria grazie a uno dei suoi più grandi viaggiatori, Marco Polo. Una grande figura che ha contribuito a costruire un forte legame tra Venezia e la Cina e che nel 2024, in occasione dei 700 anni dalla sua morte, verrà celebrato dalla Città di Venezia con una serie di eventi culturali e turistici di sicuro richiamo per i viaggiatori cinesi.



MERCATO MEDIO ORIENTE

Il mercato mediorientale e in particolare della regione panaraba dei Paesi del Golfo è 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 2023 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 2023 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, sia attraverso l'organizzazione di eventi di promozione e valorizzazione della destinazione Veneto che grazie alla partecipazione alla più importante manifestazione fieristica nel mercato medio orientale, ATM-Arabian Travel Market Dubai, al fine di consolidare la brand awareness del Veneto e il posizionamento della destinazione. Il presidio di questo mercato 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 alla manifestazione fieristica individuata 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 2024 e nel primo semestre del 2025, 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
IAGTO European Convention (IEC)	Malaga	13-15 maggio 2024
Bike Up	Torino	24-26 maggio 2024



2^ Borsa internazionale del turismo UNESCO	Treviso - Belluno	29-31 maggio 2024
Ulisse Fest	Pesaro	luglio 2024
WTE - World Tourism Event	Genova	12-14 settembre 2024
Italian Bike Festival	Misano Adriatico (RN)	13-15 settembre 2024
TEJ Giappone	Tokyo	26-29 settembre 2024
Dolomiti Show	Longarone (BL)	ottobre 2024
TTG - Travel Experience	Rimini	9-11 ottobre 2024
IGTM Lisbon	Lisbona	14-17 ottobre 2024
Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze	Lugano	1-3 novembre 2024
WTM - World Travel Market	Londra	5-7 novembre 2024
MIG - Mostra internazionale del Gelato	Longarone (BL)	novembre 2024
ILTM - International Luxury Travel Market	Cannes	2-5 dicembre 2024
Motor Bike	Verona	gennaio 2025
FITUR	Madrid	gennaio 2025
BIT - Borsa internazionale del turismo	Milano	febbraio 2025
Ferien Messe	Vienna	marzo 2025
ITB - Internationale Tourismus-Börse Berlin	Berlino	marzo 2025
Fiera del Cicloturismo	Bologna	aprile 2025

Oltre alle manifestazioni fieristiche si prevede la partecipazione a Workshop organizzati da società specializzate. Verranno individuati anche workshop specifici di incontro tra domanda e offerta, dedicati al turismo esperienziale e al turismo di lusso, quest'ultimo segmento strategico dell'economia veneta con una costante crescita di proposte da parte dei nostri 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 l'adesione ai



workshop proposti ne garantisce la qualità in termini di efficacia ed efficienza. Di seguito l'elenco dei principali eventi B2B previsti per il 2024.

Evento	settore	città	periodo
Discover Italy	Intersettoriale	Sestri Levante	18-19 aprile 2024
Cina Road Show	Lusso/leisure	Shanghai e Guangzhou	30 e 31 maggio 2024
ITW Italian Travel workshop	Intersettoriale	Dubai	6 maggio 2024
ITW Italian Travel Workshop	Intersettoriale	Londra	21 maggio 2024
ITW Italian Travel Workshop	Intersettoriale	Parigi	ottobre 2024
ACE Art Cities Exchange	Città d'arte	Roma	novembre 2024
Workshop ENIT	Intersettoriale	Cracovia (Polonia)	novembre 2024
ITW Italian Travel Workshop	Intersettoriale	Monaco	3 dicembre 2024

Nelle tabelle sopra evidenziate non sono indicate le manifestazioni fieristiche e workshop in calendario nel 2024, la cui partecipazione è già stata approvata con deliberazioni della Giunta regionale n. 1153 del 19 settembre 2023 e n. 1421 del 20 novembre 2023. Tra gli eventi già finanziati si evidenziano:

- FITUR - Madrid 24-28 gennaio 2024,
- Motor Bike - Verona 19-21 gennaio 2024,
- BIT - Borsa Internazionale del Turismo - Milano 4-6 febbraio 2024,
- ITW Italian Travel Workshop - Berlino 4 marzo 2024,
- ITB - Berlino 5-7 marzo 2024,
- Ferien Messe - Vienna 14-17 marzo 2024,
- Fiera del Cicloturismo - Bologna 5-7 aprile 2024,
- ATM Arabian Travel Market - Dubai 6-9 maggio 2024,
- IMEX Francoforte 14-16 maggio 2024
- ITB China - Shanghai 27-29 maggio 2024.

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 2021-2022, sono stati di nuovo organizzati nel 2023 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 23° 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.

Il 2023 ha visto la partecipazione di 140 buyers internazionali provenienti da tutto il mondo e oltre 180 seller veneti, con lo sviluppo di 3.230 contatti. Molto interessati alla nostra Regione si confermano gli operatori europei e quelli americani. Da sottolineare la riapertura verso il mercato asiatico, con la presenza di ben 34 operatori provenienti da Cina, India, Kazakistan, Giappone, Sud Corea, Malesia, Singapore e Thailandia.

Relativamente al settore montagna per un numero di circa 20 operatori è stato realizzato il Buy Veneto Montagna a Belluno nella splendida cornice di "Villa Gaggia". Tutti i buyer internazionali hanno avuto, inoltre, l'opportunità di partecipare a educational tour organizzati su tutto il territorio regionale per far scoprire il fascino e l'attrattiva delle nostre eccellenze turistiche, nonché ad alcuni momenti conviviali mirati alla valorizzazione enogastronomica, grazie alla degustazione di piatti tipici locali e vini del territorio regionale.

Tenuto conto del grande interesse dimostrato, ogni anno, da parte dei buyer internazionali alla destinazione Veneto, anche per il 2024 è confermata l'organizzazione della 23esima edizione di Buy Veneto. Grazie all'importanza e alla strategicità di questo evento per il turismo in Veneto sarà possibile continuare il percorso di valorizzazione dell'offerta turistica delle destinazioni tradizionali di forte appeal e altresì promuovere e



lanciare nuove idee di viaggio ed esperienze legate a destinazioni regionali meno note, ma ugualmente attrattive.

La realizzazione di detto evento potrà avvenire attraverso apposite convenzioni 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 associate, 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 L.R. 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, nell'ambito delle attività relative al turismo, alla cultura, all'identità veneta e allo sviluppo rurale.

Nel corso del 2024 verranno messe a disposizione, analogamente a quanto avvenuto nel 2023, 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 e Istruzione) 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, azione 1.2.4).

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

Tra le azioni del PNRR a sostegno del turismo vi è la Misura M1C3 del PNRR: “Turismo 4.0 - Innovare e connettere digitalmente l’offerta e la promozione turistica del Paese” che ha portato alla 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 formalizzato la propria adesione al Tourism Digital Hub nazionale.



L'adesione all'ecosistema TDH 022 consente 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.), contribuendo a realizzare una gestione efficiente e partecipata nel processo di elaborazione e definizione del Piano e delle politiche turistiche.

Risulta evidente come questa sia anche l'occasione per favorire l'ulteriore incentivazione dell'utilizzo del DMS regionale da parte delle destinazioni e delle reti d'impresa del Veneto, come strumento digitale ma anche nell'ottica di aggregare e valorizzare i contenuti e abilitare verso una collaborazione continua tra i diversi portatori d'interesse del turismo 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 79 uffici IAT di Informazione e Accoglienza turistica.

Nel corso del 2023, da parte della Direzione ICT, è stato affidato anche l'incarico per aggiornare la veste grafica e il front end dell'app "Veneto Around me" per renderla più coerente con il portale www.veneto.eu anch'esso in fase di revisione e per consentire l'interoperabilità con l'app Veneto Outdoor. La progressiva web app sarà pertanto in grado di integrare contenuti, servizi e funzionalità del DMS regionale per dare immediata evidenza ai dati inseriti nel sistema, amplificare 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 2024 prosegue l'ulteriore diffusione e formazione per l'utilizzo del DMS oggi adottato da tutti gli uffici turistici del Veneto, da diverse reti di impresa e OGD, 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. Una spinta in tal senso verrà anche dall'avvio dell'azione 1.2.4. del PR FESR



“Organizzazione dell’offerta turistica sul digitale attraverso l’utilizzo del DMS regionale e azioni pilota per Ecosistema Digitale Veneto” che punta a favorire l’evoluzione delle destinazioni turistiche regionali in “Smart Tourism Destination”.

b) Digital Tourism Veneto 2024

Nel 2024 “[Digital Tourism](#)” - appuntamento annuale realizzato in collaborazione con Unioncamere del Veneto, Veneto Innovazione e Fondazione Comunica - giunge alla sua ottava 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 2023 L’iniziativa si è svolta a Padova, presso il Centro Culturale San Gaetano, il 09 e 10 novembre con la partecipazione di esperti e testimonial scelti in rappresentanza del mondo del turismo digitale, di destinazioni e imprese turistiche. Tra i relatori anche dirigenti della Direzione GROW della Commissione Europea, del Ministero del Turismo e di ENIT. Rafforzata anche la partnership con BTO Firenze che in uno dei panel ha presentato il programma dell’edizione 2023. La sessione conclusiva di Digital Tourism 2023 è stata anche l’occasione per presentare i dati dell’Osservatorio Nazionale dei Congressi in collaborazione con Federcongressi e con il network veneto dei Convention Bureau. Alle due giornate hanno partecipato alle varie sessioni circa 185 persone; i video ed altri contributi all’iniziativa vengono altresì diffusi periodicamente attraverso i canali social dell’evento.

Per il 2024 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 periodici dei dati sull’andamento turistico in Veneto e, più in generale in Italia elaborati dalla Regione e da Enit. L’evento di novembre sarà preceduto da due tappe di *Digital Tourism on tour*, una a Verona e una a Venezia, quest’ultima nell’ambito di Veneto Space.

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 del 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 disponibili oltre ottocento itinerari a piedi e in bicicletta caricati con il sistema della redazione diffusa da associazioni, stakeholder turistici e uffici di informazione turistica che partecipano al progetto..

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



La Regione del Veneto attiva, per i soggetti interessati a partecipare al progetto, il business account e la formazione con i tecnici di Outdooractive. A tutti i soggetti titolari di business account viene fornita inoltre una Guida con le regole di utilizzo della piattaforma di pubblicazione degli itinerari e indicazioni 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, punteggio minimo per poter essere pubblicato nell'App Veneto Outdoor.

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 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 2023, che hanno adottato una comunicazione 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, la strategia di comunicazione nel 2024 svilupperà iniziative di promozione turistica ad alto contenuto creativo, l'attivazione di campagne e progetti di comunicazione sia offline che online, rispettando gli obiettivi strategici e di comunicazione, con particolare attenzione all'omni-canalità. Sul piano della programmazione operativa e del posizionamento complessivo di comunicazione, le iniziative del prossimo futuro saranno quindi integrate e omni-canale sui media online e offline, sempre orientate a valorizzare la trasversalità del turismo.

È fondamentale che i potenziali turisti percepiscano il calore e la personalizzazione della destinazione. In questo senso si conferma anche per il 2024 l'utilizzo dei più attuali sistemi di comunicazione digitale, in particolare l'uso dei social media, in grado di arrivare direttamente ad un pubblico giovane e spesso non a conoscenza dell'offerta turistica regionale e dei prodotti turistici ad essa correlati, dal territorio alle opportunità che questo offre. La comunicazione sui media tradizionali e digitali avverrà attraverso l'attuazione di una strategia di comunicazione sui diversi media e la gestione di un piano editoriale integrato per la promozione attraverso i differenti canali offline e online. 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 pubblicitarie sia attraverso i media tradizionali che con Meta Ads e Google Ads.

I contenuti pubblicati nel portale www.veneto.eu seguono le regole SEO di ottimizzazione dei testi per migliorare il posizionamento nei motori di ricerca.

Le azioni di comunicazione, nel rispetto delle indicazioni dell'AGCOM, comprendono 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.

Le iniziative sopra indicate, compatibilmente con le risorse finanziarie disponibili, 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 i 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.

Si prevede, inoltre, il finanziamento in merito alla realizzazione di materiale promozionale in più lingue (brochure, oggettistica, gadget, cartellonistica, ecc.), di servizi fotografici e video promozionali, nonché di eventi di promozione e marketing territoriale, anche con riferimento alle iniziative legate ai Giochi Olimpici Milano Cortina 2026 e al Programma strategico Veneto in Action, approvato con DGR 174/2020 e DGR 125/2023 e successivi aggiornamenti.

Infine, si prevede di proseguire con l'utilizzo dello strumento di promozione turistica ad elevato impatto, rappresentato dalla mongolfiera brandizzata "Veneto - Land of Venice"; tale strumento potrà essere utilizzata in occasione di Eventi Sportivi di rilevanza strategica per il territorio, quali la Coppa del Mondo di Sci femminile di Cortina e la Coppa del Mondo di Sci Paralimpico, la Tappa del Giro d'Italia di ciclismo e in occasione di delle attività promozionali e di valorizzazione del territorio Veneto quali la Borsa Internazionale dei Siti Patrimonio Unesco e Buy Veneto, in conformità a quanto previsto nel succitato Programma strategico Veneto in Action.

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 46 partner che hanno sottoscritto un Protocollo d'Intesa che ne traccia il perimetro operativo, gli obiettivi e le linee guida di funzionamento.

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 46 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, lo scorso anno è stata 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.

Nel corso del 2023, la piattaforma è stata oggetto di un completo rinnovamento, con un focus particolare sul miglioramento dell'esperienza utente e dell'usabilità del sito. È stata introdotta la sezione "**Veneto in tempo reale**", che offre dati in tempo reale relativi a tutti gli indicatori attualmente disponibili, tra cui flussi turistici, sentiment e reputazione online, intelligence sui dati di ospitalità e capacità ricettiva.

Inoltre, è stato condotto un approfondito lavoro di **perfezionamento e raggruppamento delle API** riguardanti la reputazione online delle destinazioni, consentendo così una visualizzazione personalizzata per ciascuna di esse, evidenziando le peculiarità di ogni singola area.

Un ulteriore passo avanti è stato compiuto grazie alla collaborazione con l'*Università di Ca' Foscari*, che ha portato allo sviluppo di un nuovo indicatore e di uno strumento dedicato all'analisi del percorso del cliente in una destinazione specifica, identificata nella città di Verona. Questo **tool sulla customer journey** offre un'approfondita comprensione della dinamica tra domanda e offerta turistica a livello di destinazione. Questo nuovo strumento fornisce agli operatori del territorio la possibilità di esplorare aspetti cruciali per l'analisi delle destinazioni turistiche. Questi includono: la profilazione del turista, basata sulle tipologie di attività svolte durante la sua visita, come supporto per il design e il marketing delle offerte turistiche del territorio; la ricostruzione della rete delle attività svolte durante la permanenza del turista, come strumento di supporto per l'organizzazione delle offerte turistiche e dei flussi turistici.

Complessivamente, gli strumenti attivati dall'Osservatorio del Turismo Regionale Federato del Veneto rappresentano elementi significativi di innovazione nella comprensione del fenomeno turistico e nella promozione della cultura del dato. Queste iniziative contribuiscono inoltre a sostenere l'evoluzione delle destinazioni verso un approccio sempre più smart e orientato ai dati.

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.

Con il PTA 2024, anche grazie al rinnovo dell'Accordo di Collaborazione con Unioncamere del Veneto, si prevede di implementare le seguenti attività:

- ricerca di ulteriori fonti di dati (come ad esempio quelli autostradali) e nella pianificazione di modelli pilota (come ad esempio indagini sulla domanda) con l'obiettivo di accrescere il contributo federativo, e da applicare ai diversi livelli: regionale, OGD, Marchi d'area, Comuni principali;
- definizione con gli altri partner di modelli di analisi integrati (flussi, congiuntura, reputazione, H-Benchmark, SAVE, Mastercard, Vodafone, ecc.) a partire dai dati anche (e soprattutto) predittivi, al fine di supportare le imprese e la governance a tutti i livelli (locale e regionale);
- lettura finalizzata e mirata del database nazionale relativo ai Comuni ed alle DMO, in una logica di posizionamento del Veneto e di alcune sue caratterizzazioni fondamentali (OGD, toponimi, attrattori, ecc.) in chiave comparativa e di posizionamento, anche sulla base dei dati di awareness derivanti dal Catalogo nazionale delle destinazioni turistiche (2018-2019), opportunamente aggiornati;



- analisi finalizzata del database ISTAT “comuni a vocazione turistica” mirante ad evidenziare la situazione del Veneto e dei suoi territori in chiave comparativa, per tipologie turistiche omogenee.

Per diffondere maggiormente la cultura del dato tra gli attori territoriali si prevede inoltre un affiancamento alle attività di comunicazione attraverso nuove attività quali news settimanali, promozione push sui principali stakeholder e realizzazione di un road show dell’OTRF presso i vari territori e soggetti veneti potenzialmente interessati, non solo per comunicarne e diffonderne contenuti, utilità e valori, ma anche per accrescere il grado di coinvolgimento e la fornitura di ulteriori dati.

A.4.4. ECOSISTEMA E GOVERNANCE

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

Come si ricorderà, con DGR n. 1467 del 18 novembre 2022, la Giunta regionale ha inteso 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 ha partecipato con un importo di € 50.000,00.

Nel corso del 2023, in attuazione del citato accordo di collaborazione, sono stati commissionati da Unioncamere del Veneto, d’intesa con la Direzione Turismo, due studi: “Verso le smart tourism destination. Analisi dei modelli possibili per una evoluzione delle destinazioni del Veneto”, a cura di Bologna Welcome/Just Good Tourism e “Modelli giuridici di governo delle organizzazioni di gestione delle destinazioni turistiche. Analisi comparativa giuridico – amministrativa”, a cura dell’avv. prof. Giovanni Sala.

Il primo lavoro di ricerca aveva l’obiettivo di analizzare e confrontare alcune destinazioni turistiche italiane ed estere dal punto di vista organizzativo e della



governance al fine di individuare dei modelli organizzativi possibili per le OGD della Regione Veneto.

Lo studio si struttura in 4 capitoli:

1. La Governance del Turismo nelle Regioni Italiane: scenari a confronto
2. Le Dmo più performanti: alcune best practice a confronto
3. Modelli per una evoluzione delle Dmo del Veneto
4. Conclusioni

Al fine di avere una panoramica variegata si è deciso di analizzare casi differenti tra loro, sia per dimensione che per tipologia di offerta. Sono state quindi analizzate le seguenti organizzazioni turistiche: *Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, Fondazione Arezzo In Tour, Bologna Welcome, Luzern Tourismus, Fondacà Visit Valencia, Lloret Futur, Innsbruck Tourismus, Vorarlberg Tourismus, Ljubljana Tourism.*

Per ogni caso sono stati analizzati:

- Area di competenza della DMO
- Profilo offerta turistica
- Forma giuridica
- Struttura organizzativa e staff
- Ruoli e funzioni
- Fonti di finanziamento
- Mission e obiettivi
- Attività
- Best practice emergenti

Lo studio turistico-gestionale ha quindi fornito un quadro complessivo dei possibili modelli di DMO (base, medio, evoluto) adattabili alle destinazioni del Veneto.

I risultati di tale analisi sono, ovviamente, da interpretare come uno strumento di lavoro che ciascun territorio/destinazione turistica del Veneto potrà ritagliarsi e adattare su misura a seconda delle esigenze e delle prospettive di sviluppo del proprio ambito.

Lo studio condotto invece dal prof. Sala aveva come oggetto *“Modelli giuridici di governo delle organizzazioni di gestione delle destinazioni turistiche. Analisi comparativa giuridico – amministrativa per iniziative di potenziamento del ruolo delle OGD in attuazione del PTA 2022 - DGR n. 1467/2022”*. Lo studio risulta così articolato: 1. Oggetto dell'indagine. 2. Modelli di organizzazione della promozione turistica prima della L.R. 11/ 2013. 3. La disciplina posta dalla L.R. 24 giugno 2013 n. 11. 4. Gli elementi desumibili dalla disciplina regionale per la scelta del modello organizzativo di gestione. 5. I diversi modelli adottabili. Soggetto privato senza fine di lucro. La fondazione di partecipazione: 5.1 La fondazione ad esclusiva partecipazione pubblica. 5.2 La fondazione a partecipazione mista pubblico privata. 5.3 I limiti allo svolgimento di attività commerciale da parte di soggetti privati senza scopo di lucro. 6. Modelli di soggetto privato con scopo di lucro. 6.1 La società a responsabilità limitata. 6.2 Le organizzazioni consortili. 7. Ipotesi de iure condendo. 7.1 L'ente pubblico non economico. 7.2 L'ente pubblico economico.

Anche in questo caso sono emersi elementi utili per consentire a ciascuna destinazione/ambito territoriale di confrontarsi al proprio interno tra OGD, Camera di Commercio, amministrazioni comunali, associazioni di categoria circa il modello giuridico organizzativo più coerente con il rispettivo contesto turistico, sociale ed economico.



I due studi sono stati presentati ai rappresentanti delle 17 Organizzazioni di Gestione della Destinazione del Turismo riconosciute in Veneto e ai rappresentanti delle Camere di Commercio nel corso di un incontro molto partecipato, svoltosi lo scorso 19 settembre alle Grandi Stazioni e in forma ibrida con collegamento on line. Entrambi i documenti sono stati poi messi a disposizione sia delle OGD che delle Camere di Commercio del Veneto.

Ora, con le risorse stanziare da Regione del Veneto e da Unioncamere del Veneto con il già citato Accordo di collaborazione di cui alla DGR n. 1467/2022, ciascuna Camera di Commercio con le rispettive OGD potrà intraprendere un percorso che porti ad individuare le soluzioni turistico-gestionali e giuridico-amministrative che rispondano alle esigenze turistiche di ciascun territorio.

Si ricorda, a tal proposito, che a Verona la Camera di Commercio ha già favorito l'istituzione di una Fondazione di partecipazione pubblica che gestisce le due OGD di Verona e Garda e i 4 marchi d'area (Lessinia, Valpolicella, Terre del Soave, Pianura dei Dogi); a Belluno la DMO Dolomiti si è trasformata da società consortile in Fondazione di partecipazione; l'Unione Montana Spettabile Reggenza dei 7 Comuni ha di recente avviato un percorso per la trasformazione dell'OGD in Fondazione di partecipazione mista pubblico-privata; il Comune di Chioggia ha avviato un tavolo fondativo per la trasformazione dell'OGD in Fondazione di partecipazione mista pubblico-privata; a Treviso si sta ipotizzando la trasformazione dell'OGD (oggi gestita attraverso un soggetto attuatore) in Fondazione mista pubblico-privata; 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-privata per una gestione coordinata delle 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. Nelle altre destinazioni, invece, il confronto per l'eventuale evoluzione delle OGD da tavolo di concertazione a struttura con soggettività giuridica propria è stato appena avviato e quindi, a maggiore ragione, il percorso intrapreso da Unioncamere e Regione del Veneto, i due studi realizzati e l'attività di affiancamento già ipotizzata, potranno dare un contributo all'individuazione di soluzioni condivise a livello territoriale.

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 delle Società Veneto Sviluppo e Veneto Innovazione, con iniziative del sistema bancario anche complementari ad azioni del PNRR e delle Politiche di Coesione 2021-2027 e necessità 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-Federcamping 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 sviluppano 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.



Lo scorso 3 ottobre si è tenuto a Venezia il “*Demo Day*”, l’evento conclusivo della prima edizione del programma di accelerazione. Le sette startup che hanno concluso con successo la prima edizione di Argo hanno ricevuto un investimento pre-seed da parte di CDP Venture Capital e LVenture Group e cinque di queste hanno ottenuto un ulteriore contributo a fondo perduto erogato dal Ministero del Turismo.



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 2024 ulteriori risorse rispetto a quelle stanziato con L.R. n. 32 del 22 dicembre 2023 di approvazione del "Bilancio di previsione 2024-2026", 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 2024

La copertura finanziaria delle azioni individuate nel presente Piano, e rappresentate nella seguente tabella, è garantita con le risorse stanziare nei sotto evidenziati capitoli di spesa, per un importo complessivo di € 3.700.000,00, a seguito approvazione con Legge regionale 22 dicembre 2023, n. 32 del "Bilancio di previsione 2024-2026".

AZIONI	STANZIAMENTO
A 1 APPROCCIO UMANO Territori, Comunità, Persone	€ 155.000,00
A 2 APPROCCIO BUSINESS TRASVERSALE Imprese, Prodotti, R&S	€ 130.000,00
A 3 APPROCCIO COMUNICATIVO Marca & Marketing	€ 3.145.000,00
A 4 APPROCCIO STRUMENTALE Osservatorio - Digitale - Editoria	€ 270.000 ,00
TOTALE	€ 3.700.000,00

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 1.650.000,00;**
- 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 650.000,00;**
- 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-Loco (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;**
- 105183/U** "Iniziative per la promozione in Italia e all'estero dell'immagine del turismo veneto in relazione alle olimpiadi invernali 2026 (Art. 19, c. 2, lett. e, L.R. 11/2013)" - **Acquisto di beni e servizi - Euro 150.000,00;**



105184/U “Iniziative per la promozione in Italia e all’estero dell’immagine del turismo veneto in relazione alle olimpiadi invernali 2026 (Art. 19, c. 2, lett. e, L.R. 11/2013)” - **Trasferimenti correnti - Euro 150.000,00.**

In aggiunta agli stanziamenti regionali sopra evidenziati, potranno essere utilizzate derivanti dalla legge 30 dicembre 2021, n. 234, recante “Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2022 e bilancio pluriennale per il triennio 2022-2024” e in particolare i commi 366 e 368 dell’articolo 1 che istituiscono nello stato di previsione della spesa del Ministero del turismo, rispettivamente, il Fondo unico nazionale per il turismo di parte corrente e il Fondo unico nazionale per il turismo di conto capitale.

