



VERSO IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO

**LAND OF VENICE**

**LAND OF VALUE**

**“Il Turismo per il Veneto”**

*Dal Piano strategico del turismo veneto alla sua  
attuazione*



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



**REGIONE DEL VENETO**



### Un Piano Strategico che guarda al futuro....

- ✓ *le rendite di posizione stanno venendo meno per tutti*  
*(e la competizione si fa sempre più accesa)*
- ✓ *gli scenari del turismo sono cambiati*  
*(il ruolo della sharing economy)*
- ✓ *vi è necessità di collaborazione*  
*(ridurre la frammentazione)*
- ✓ *c'è voglia di partecipazione*  
*(turismo di comunità)*



*“Il futuro che avrai domani non sarà lo stesso che avevi ieri”  
cit. Chuck Palahniuk*





### Perché adesso?

A distanza di quasi **cinque anni** dall'approvazione della legge regionale sul turismo, con la costituzione e il riconoscimento di **16 Organizzazioni di Gestione della Destinazione**, **13 Consorzi di imprese turistiche**, **76 uffici di informazione turistica**, si va definendo il sistema di governance del turismo veneto a suo tempo delineato dal legislatore, **ma manca ancora una vera dimensione organizzativa**: c'è un puzzle da comporre. **Nel frattempo...**

- ✓ *Le Destinazioni hanno adottato i loro Piani Strategici*
- ✓ *con il supporto delle Regioni è stato varato il PST «Italia Paese per Viaggiatori» 2017 -2022*
- ✓ *Si è data attuazione alla gran parte delle previsioni normative della l.r. 11/2013*
- ✓ *Si è in una fase di avanzata applicazione del POR FESR 2014-2020 per il Turismo*





## VERSO IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO

Gli orientamenti strategici del Programma individuati dalla Giunta regionale con la Dgr. 1928/2017

- **La diversificazione e l'innovazione dei prodotti turistici**
- *La "rigenerazione" qualitativa dell'offerta turistica*
- **Lo sviluppo del turismo digitale**
- **L'accoglienza e il capitale umano**
- **Comunicazione e promozione dell'offerta turistica veneta**



G  
O  
V  
E  
R  
N  
A  
N  
C  
E



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



VERSO IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO

## Il ruolo della Cabina di Regia

Assessore al Turismo della Regione del Veneto

Presidenti di Assoturismo-Confesercenti, Federturismo-Confindustria, Confturismo-Confcommercio,

Una rappresentanza delle Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni

Assessore al Turismo del Comune di Venezia

Presidente di Unioncamere del Veneto



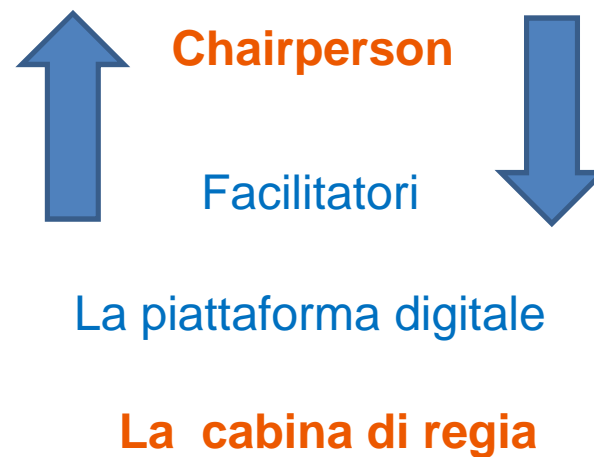
**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## VERSO IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO

- ✓ Tavoli tematici in **presenza**
- ✓ Tavoli tematici **mediati**



**...Un processo partecipato ed inclusivo**



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## VERSO IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO

**5 tavoli tematici** (prodotti, infrastrutture, turismo digitale, accoglienza e capitale umano, promozione e comunicazione)



**20 Incontri dei tavoli**



**2 incontri in plenaria**

**3 riunioni della Cabina di Regia**

**67 contributi in piattaforma da parte del pubblico**



# L'elaborazione del Piano Strategico Regionale...



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



# La struttura del PSTV





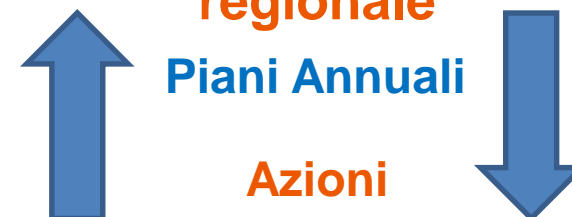


# Un Piano che impegna tutti



Un processo che continua...

- ✓ Approvazione della **Giunta regionale**
- ✓ Adozione del Piano da parte del **Consiglio regionale**



Monitoraggio del Piano

Aggiornamento del Piano





## ASSE 1. PRODOTTI TURISTICI

**lavorare sul  
portfolio prodotti**

***prodotti esistenti***

rigenerazione, rilancio, innovazione

***nuovi prodotti***

ideazione, stimolo, sostegno

***progetti speciali***

meeting industry



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## ASSE 2. INFRASTRUTTURE

**includere il turismo  
nelle strategie di  
pianificazione degli  
altri settori**

***raccordo con strategia digitale***

card regionale, integrazione con ADV

***accessi e mobilità interna***

hub, intermodalità, pubblico/privato

***mobilità lenta***

terra, acqua



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## ASSE 3. TURISMO DIGITALE

**sviluppare e  
innovare con il  
turismo al centro  
dell'ecosistema  
digitale veneto**

***DMS al servizio dei territori***  
diffusione, integrazione con **app**  
e nuovo [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)

***digitalizzazione diffusa***  
sensibilizzazione, formazione

***vendita***  
metasearch, OLTA, avvio EDV



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## ASSE 4. ACCOGLIENZA E CAPITALE UMANO

supportare la  
crescita di territori  
e persone

### ***informazione***

carta dell'accoglienza, standard, reti,  
info-diffusa

### ***formazione***

alternanza scuola/lavoro, nuove  
figure, valorizzazione competenze

### ***qualità del servizio***

classificazione, innovazione,  
***#EnjoyRespectVenezia***



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## ASSE 5. PROMOZIONE E COMUNICAZIONE

**valorizzare  
specificità ed  
eccellenze sotto il  
marchio regionale  
“Veneto the Land  
of Venice”**

### ***consapevolezza***

appartenenza, circolazione  
informazioni

### ***Marca***

eventi, intersettorialità (es. film  
commission), co-branding

### ***prodotto***

specializzazione degli strumenti



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## ASSE 6. GOVERNANCE PARTECIPATA

dare le gambe al  
Piano con una  
attività trasversale

***arricchire la conoscenza***

Osservatorio regionale per il Turismo

***fare conoscere il Piano***

campagne di comunicazione

***monitorare i risultati***

dashboard, cruscotto, indicatori



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



## Dal PSTV alla sua attuazione

La **selezione delle azioni del PTA 2019** in attuazione del Piano Strategico del Turismo della Regione Veneto avviene attraverso il coinvolgimento dei **chairperson** e della **Cabina di Regia**. Due **criteri generali** e alcuni **criteri specifici** consentono di individuare le priorità e quindi le azioni da inserire nel Piano Turistico Annuale. Tra i criteri generali l'esigenza di individuare **azioni fortemente orientate a perseguire gli obiettivi strategici** del PSTV e le **indicazioni venute dal Consiglio regionale con gli ordini del giorno approvati** in occasione dell'adozione del Piano.

*Tra i criteri specifici vi sono:*

- ✓ **Trasversalità e propedeuticità** per l'avvio di altre azioni o attività;
- ✓ **Cantierabilità** in relazione alle risorse necessarie e disponibili, alla collaborazione tra i soggetti coinvolti, ai tempi, etc.;
- ✓ **Raccordo e continuità** con attività e azioni già avviate;
- ✓ **Sostenibilità**, in termini economici, ma anche ricadute a livello ambientale e sociale;
- ✓ **Efficacia** in termini di produzione di **effetti significativi sul turismo regionale** e quindi di **contributo al perseguimento degli obiettivi generali e specifici**.







## Azioni di lancio e azioni prioritarie

Le azioni saranno sviluppate sia utilizzando **risorse finanziarie del bilancio regionale** sia tramite **risorse di soggetti terzi** (Unioncamere, CCIAA, Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni, Consorzi di imprese, reti di imprese, associazioni di categoria, enti locali, etc.). Alcune azioni necessitano solo di **attività di governance e coordinamento**. Le azioni in attuazione del PSTV sono suddivise in **Azioni di lancio** di elevata valenza strategica e **altre azioni prioritarie**. Tra le possibili azioni di lancio si evidenziano:

- 1) *Rilancio della “Meeting Industry” regionale – Veneto Convention Bureau*
- 2) *“Cycling in the Land of Venice” (coordinamento club di prodotto a partire dal Bike)*
- 3) *Card regionale “The Land of Venice Card”*
- 4) *Identificazione hub regionali: Le Porte dell'accoglienza*
- 5) *Potenziamento e diffusione del DMS regionale*
- 6) *Avvio dell'Ecosistema Digitale Veneto*
- 7) *La Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità*
- 8) *Miglioramento standard di Qualità del servizio turistico*
- 9) *Diffusione del Marchio ombrello “Veneto the Land of Venice”*
- 10) *Packaging e co-branding “Veneto the Land of Venice”*
- 11) *Avvio Governance partecipata del PSTV*
- 12) *Istituzione e avvio dell'Osservatorio turistico regionale federato*



## AZIONI CHE COMPORTANO IMPEGNI DI SPESA A CARICO DEL BILANCIO REGIONALE PER L'ANNO 2019

AZIONI DI LANCIO	103203 "FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE DI PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TURISMO VENETO E DEI PRODOTTI TURISTICI - ACQUISTO DI BENI E SERVIZI"	103204 "FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE DI PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TURISMO VENETO E DEI PRODOTTI TURISTICI - TRASFERIMENTI CORRENTI"	TOTALE
Asse 1 "Prodotti turistici"	100.000,00	0	100.000,00
Asse 2 "Infrastrutture"	25.000,00	125.000,00	150.000,00
Asse 3 "Turismo digitale"	130.000,00	20.000,00	150.000,00
Asse 4 "Accoglienza e capitale umano"	50.000,00	0	50.000,00
Asse 5 "Promozione e comunicazione"	0	50.000,00	50.000,00
Asse 6 "Governance partecipata"	0	100.000,00	100.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>305.000,00</b>	<b>295.000,00</b>	<b>600.000,00</b>





L'Osservatorio potrebbe divenire operativo con la  
sottoscrizione di un

## Protocollo d'intesa

da parte dei soggetti fornitori e fruitori di informazioni utili al  
sistema turistico

suddivisi tra

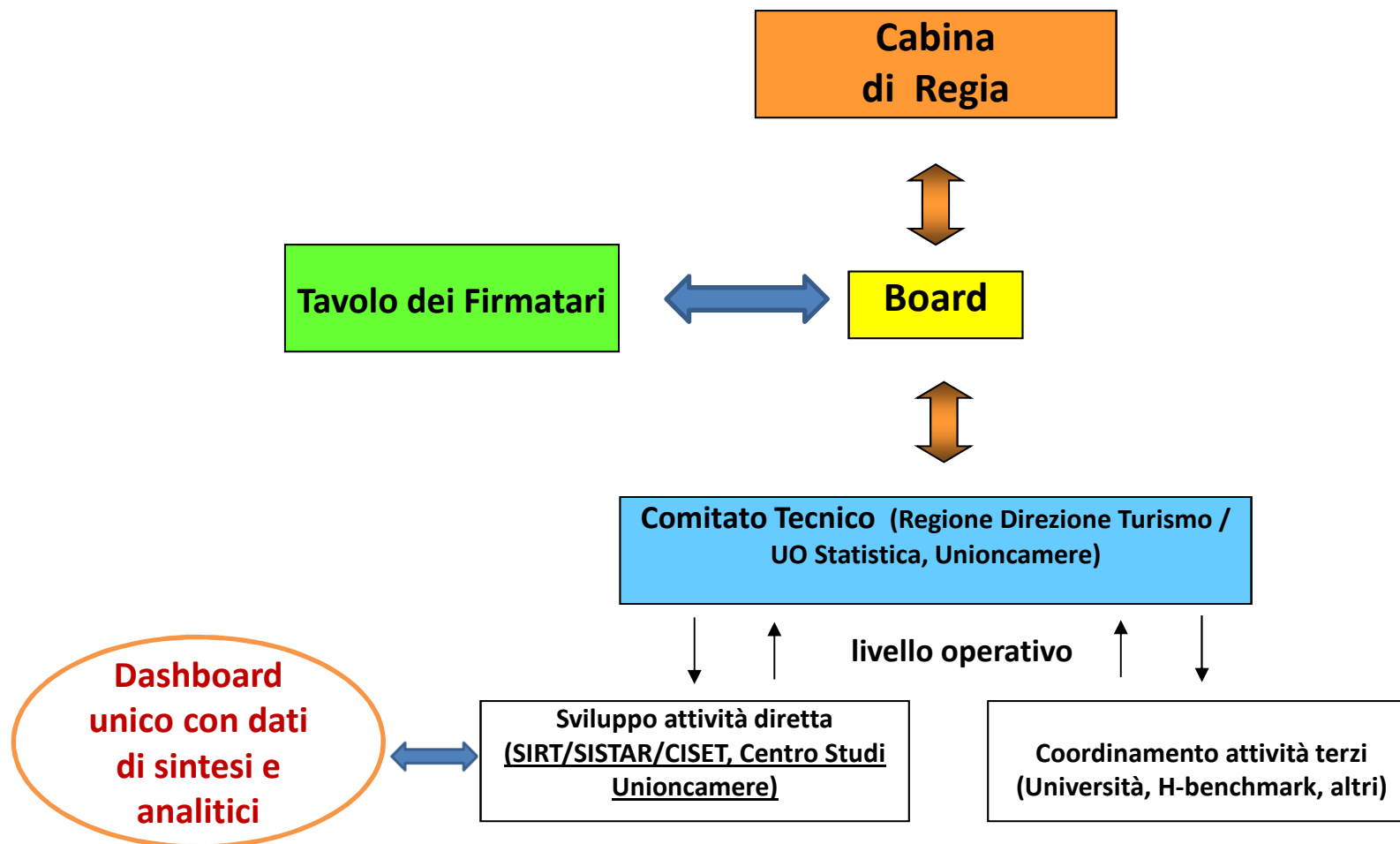
**Soggetti Promotori**

(es. Regione, Unioncamere, Associazioni di categoria, Università)

e

**Partner territoriali**

(es. OGD, Camere di Commercio, enti locali, musei, etc.)





VERSO IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO

# GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Regione del Veneto - Direzione Turismo

Palazzo Sceriman - Cannaregio 168 - 30121 VENEZIA

 041 279 2644 -  041 279 2601



**Veneto**  
The Land of Venice

[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)



REGIONE DEL VENETO