



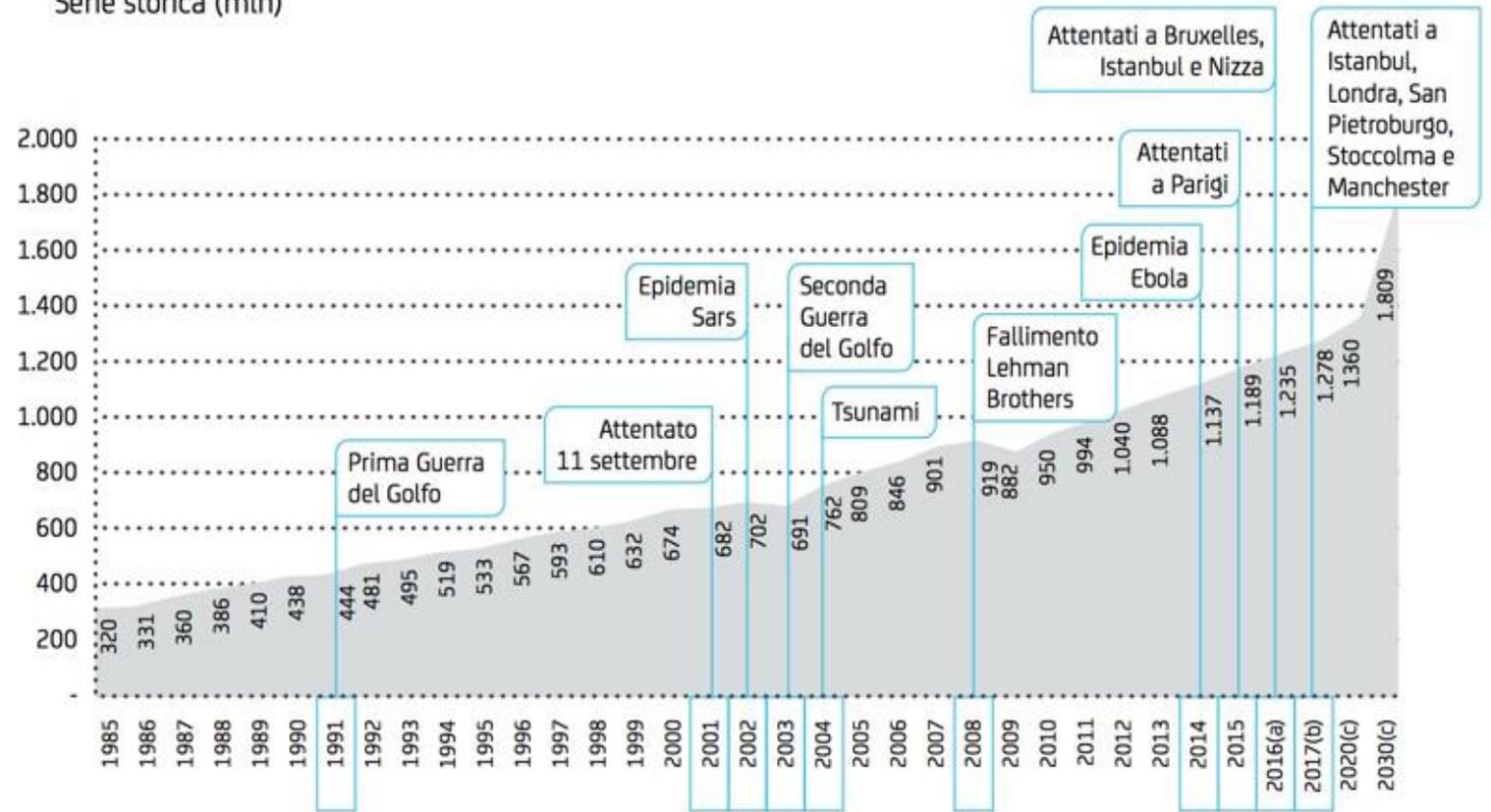
ORGANIZZARE E GESTIRE LE DESTINAZIONI TURISTICHE

Stefan Marchioro

IERI

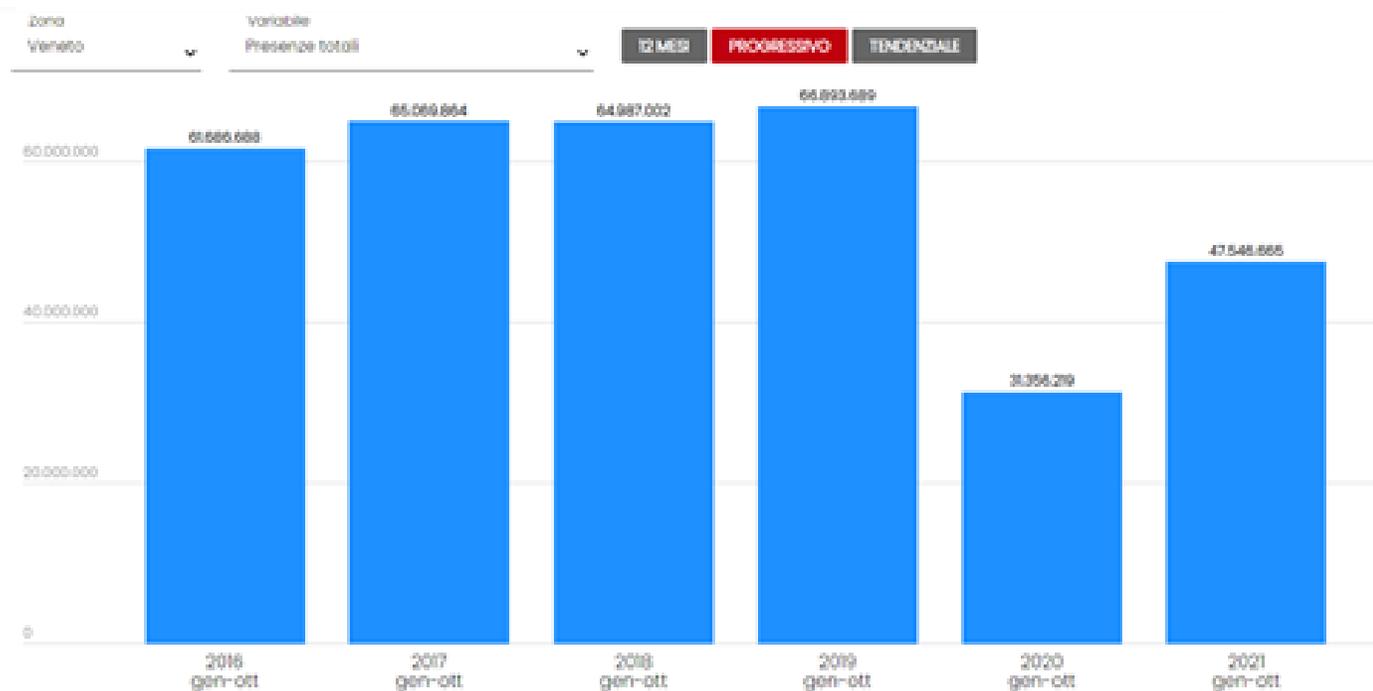
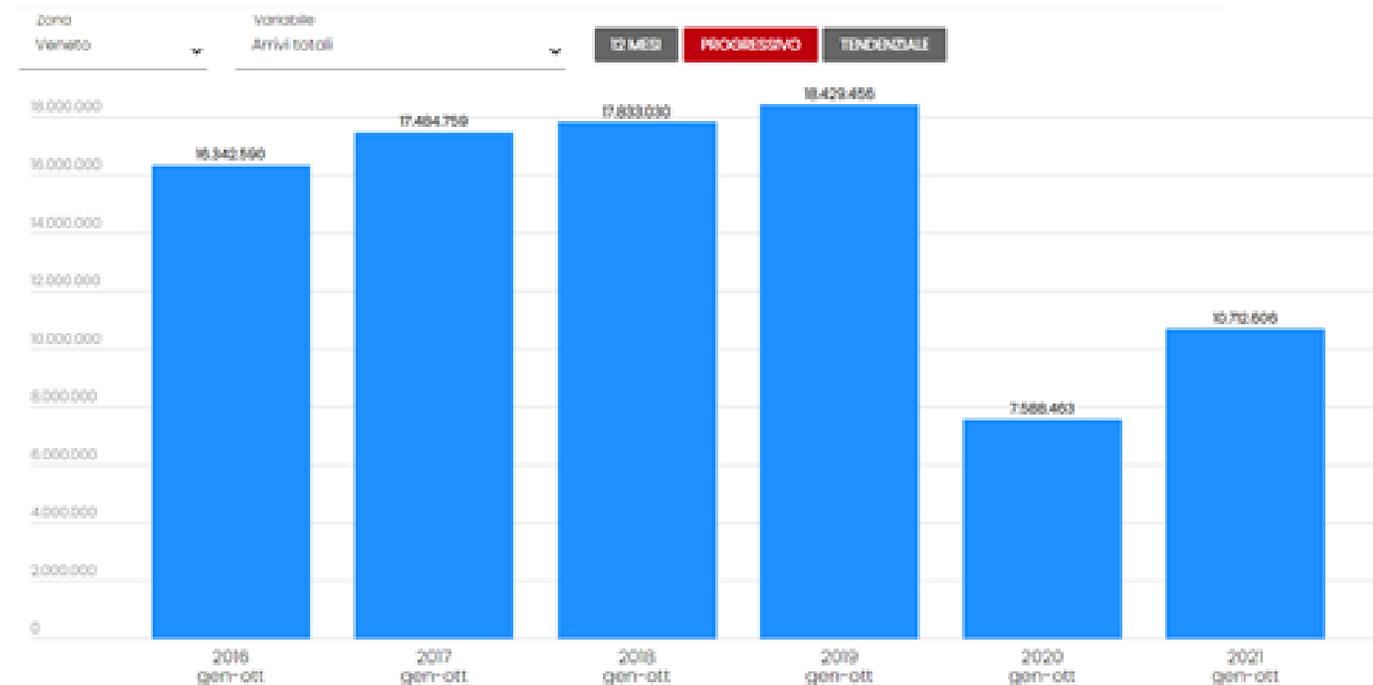
Arrivi internazionali nel mondo

Serie storica (mln)



IL TURISMO IN VENETO NEL 2021

Osservatorio del Turismo Regionale Federato



IL FUTURO PROSSIMO?

“Il futuro che avrai domani non sarà lo stesso che avevi ieri”

cit. Chuck Palahniuk

Totale somministrazioni



Totale con almeno una dose

48.845.238

90,44 % della popolazione over 12
(persone con almeno una somministrazione)



Totale ciclo vaccinale

47.170.491

87,34 % della popolazione over 12
(persone che hanno completato il ciclo vaccinale)



Totale guariti

864.899

1,60 % della popolazione over 12
guarita da al massimo 6 mesi

Totale con almeno una dose + guariti da al massimo 6 mesi

49.710.137

92,04 % della popolazione over 12



Totale dose addizionale/richiamo (booster)

31.803.978

80,44 % della popolazione potenzialmente oggetto di
dose addizionale o booster che hanno ultimato il ciclo vaccinale da
almeno quattro mesi

Somministrazione platea 5-11 anni



Totale con almeno una dose

1.095.190

29,96 % della popolazione 5-11
(persone con almeno una somministrazione)



Totale ciclo vaccinale

365.536

10,00 % della popolazione 5-11
(persone che hanno completato il ciclo vaccinale)



Totale guariti

319.234

8,73 % della popolazione 5-11
guarita da al massimo 6 mesi



**OVERTOURISM VS DETOURISM?
LA SOSTENIBILITA' NEL TURISMO E'
ORMAI UNA PRECONDIZIONE**



**NON SI PUÒ GUARDARE INDIETRO:
E' ARRIVATO IL TEMPO PER RIPENSARE IL
NOSTRO FUTURO**

COME POTREBBE CAMBIARE IL TURISMO POST CORONAVIRUS ?



Un turismo più sostenibile nella proposta
e più responsabile nella fruizione?



Più attento alla salute personale?



Più attento alla sicurezza?



Una diversa prossimità?



ARIA, SALUTE , NATURA ?

**UN TURISMO PIU'
'SLOW' ?**





**DESTINAZIONI PATRIMONIO
DELL'UMANITA' ?**



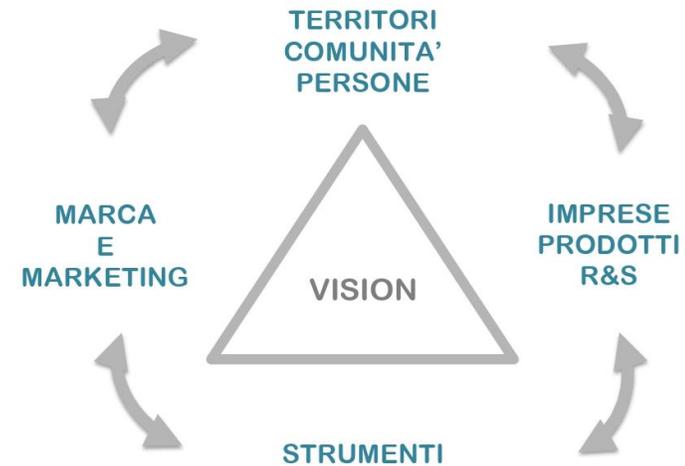
COSA STA FACENDO IL VENETO ?

1. *L'Osservatorio turistico regionale federato – comprendere per programmare* **OTRF** OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO
2. *Prodotti turistici “slow and green” per un turismo più sostenibile”*
3. *Ripensare la “Meeting Industry” del post COVID*
4. *Attività di sostegno a nuovi prodotti turistici*
5. *Evolgere il ruolo delle Organizzazioni di Gestione della Destinazione*
6. *“Carta dell’Accoglienza e dell’Ospitalità” diffusione e declinazioni territoriali*
7. *Informazione e accoglienza diffusa: IAT, info-point e il progetto editoria e immagine coordinata*
8. *“Le Porte dell’accoglienza” – seconda fase”*
9. *“Digital Tourism” e “DMS Veneto” per la gestione on line dell’offerta turistica*
10. *‘Veneto, the Land of Venice’ la diffusione del “Marchio ombrello”*

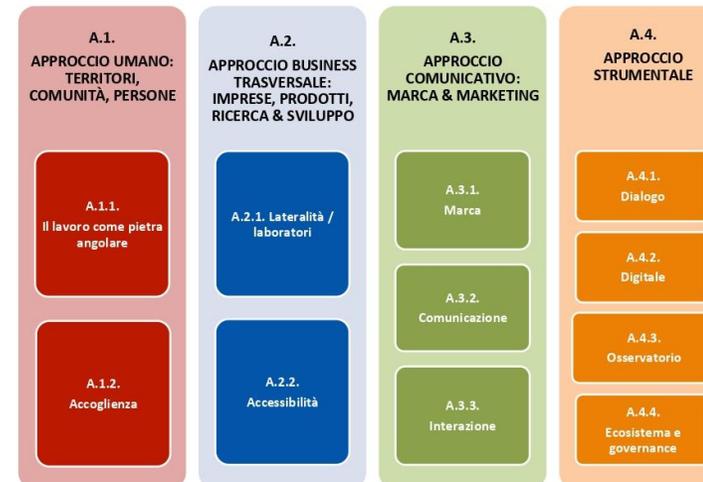


IL NUOVO PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO 2021-2023

PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO 2021-2023



UN APPROCCIO "TRASVERSALE" PER UN PIANO DI SISTEMA



<https://osservatorioturismoveneto.it/>



Osservatorio del Turismo Regionale Federato


DAVIDEBUSETTO

Destination Management System

Uno strumento unico
per la Gestione integrata
delle funzioni OGD

DESTINATION MANAGEMENT
DESTINATION MARKETING



INFORMAZIONE



ACCOGLIENZA



PROMOZIONE



COMMERCIALIZZAZIONE

CAORLE

JESOLO

CHIOGGIA

VERONA

VERONA
TERRE DEL SOAVE
VALPOLICELLA - LESSINIA
PIANURA VERONESE

LAGO DI GARDA:

MALCESINE
LAZISE
BARDOLINO

**CITTA' D'ARTE E VILLE
VENETE DEL TERRITORIO
TREVIGIANO**

TREVISO – VALDOBBIADENE -
TERRE DI ASOLO E MONTE
GRAPPA

DOLOMITI

ARABBA - CORTINA -
VALCOMELICO - VALBELLUNA
MARMOLADA - CADORE -
CIVETTA - FALCADE

TERME E COLLI EUGANEI

PADOVA

PADOVA
VALLE AGREDO

**RIVIERA DEL BRENTA
E TERRA DEI TIEPOLO**

PO E SUO DELTA
ROSOLINA – DELTA DEL PO

**PEDEMONTANA VENETA
E COLLI**

Le destinazioni
sono in rete e possono
collaborare tra loro



10.500

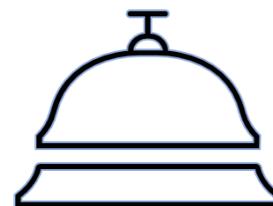
Utenti e fornitori
DMS



500+
Esperienze
prenotabili

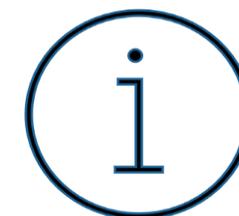


100+
Operatori OGD e lat
con diritti attivi
sui fornitori di servizi



9000+
Strutture
ricettive

3600+
Prodotti camera
configurati e vendibili



200+
Operatori lat



**INNOVARE E DIFFERENZIARE L'OFFERTA
TURISTICA**

PRIORITA' 1: Un'Europa più competitiva e intelligente attraverso la promozione di una trasformazione economica innovativa e intelligente e della connettività regionale alle TIC

Os ii) Permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione

Destinatari: soggetti pubblici e partecipati, capofila di destinazioni o marchi d'area che utilizzano il DMS regionale

Os iii) Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi

Destinatari: PMI della filiera turistica, in forma singola o aggregata

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

Destinatari: nelle **Aree interne**, i soggetti pubblici capofila di marchi d'area turistici

Totale specificatamente dedicato al settore turistico nel PR FESR: circa € 80.000.000

P1 Os ii)
Permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione

Organizzazione dell'offerta turistica sul digitale

Sostegno dell'organizzazione dell'offerta turistica delle destinazioni venete (Organizzazioni di Gestione della Destinazione OGD e Marchi d'Area) e delle loro imprese sul digitale, attraverso il **pieno utilizzo del DMS regionale, con l'integrazione nei siti di destinazione delle funzioni di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione**, il collegamento con i canali di distribuzione e vendita e la **sperimentazione di azioni pilota per l'avvio dell'Ecosistema Digitale Veneto**

Interventi rivolti principalmente a



Soggetti pubblici e partecipati, capofila di destinazioni o marchi d'area che utilizzano il DMS regionale

P1 Os iii)
Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi

Rigenerazione e innovazione delle imprese turistiche

Supporto per l'**evoluzione** in termini di: **piena accessibilità, sviluppo tecnologico, transizione digitale ed ecologica, innovazione di servizi e prodotti**

Creazione, sviluppo e consolidamento di club di prodotto

Supporto, attraverso le **reti di impresa**, dei club di prodotto per favorire il **riposizionamento differenziato delle imprese** e delle **destinazioni turistiche venete**

Attivazione, sviluppo e consolidamento di aggregazioni di imprese per la promozione sui mercati nazionali ed internazionali

Supporto per la **promozione sul mercato nazionale e internazionale** favorendo l'aggregazione tra **imprese turistiche, culturali e creative**

Partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia e nel Mondo per la promozione turistica e culturale

Azione, a **regia regionale**, per favorire lo **scambio di rapporti b2b** sia attraverso l'uso di **piattaforme online**, che mediante il recupero di **incontri in presenza**

Interventi rivolti principalmente a



PMI in forma singola o aggregata (espressione di filiere distrettuali o produttive/di servizi e aggregazioni di PMI) e in cooperazione con Amministrazioni pubbliche e formazioni sociali.

Per gli interventi particolarmente strutturati e di impatto sul territorio, può essere previsto il coinvolgimento anche delle Grandi Imprese.

P5 Os ii)
Sviluppo
sociale,
economico e
ambientale
integrato e
inclusivo nelle
Aree interne

Attività di affiancamento per lo
sviluppo di strategie che portino alla
costituzione di marchi d'area quali
strumenti di governance per
destinazioni turistiche emergenti

Valorizzazione degli asset culturali,
sociali, economici, identitari, ambientali,
paesaggistici delle aree interne al fine di
migliorare l'attrattività dei territori delle aree,
aumentando i servizi di interesse per i
visitatori turistici nonché per tutta la
cittadinanza, attraverso la creazione di
modelli di organizzazione e gestione integrata
delle destinazioni, attraverso lo sviluppo di
"marchi d'area" quali strumenti di
governance turistica

Interventi rivolti
principalmente a



Le autorità competenti delle aree interne, in
particolare i soggetti pubblici capofila di marchi
d'area



L'IMPORTANZA DI UNA DESTINAZIONE ORGANIZZATA

Oggi più che mai quindi, per le destinazioni turistiche *“community”*, il raggiungimento o il mantenimento di posizioni di competitività sul mercato, dipendono dalla **effettiva capacità di adattarsi ai cambiamenti che hanno modificato e continuano a condizionare il fenomeno turistico a livello globale.**

In particolare, emerge con forza la **necessità per le destinazioni di darsi una dimensione organizzativa e gestionale adeguata ai tempi.**

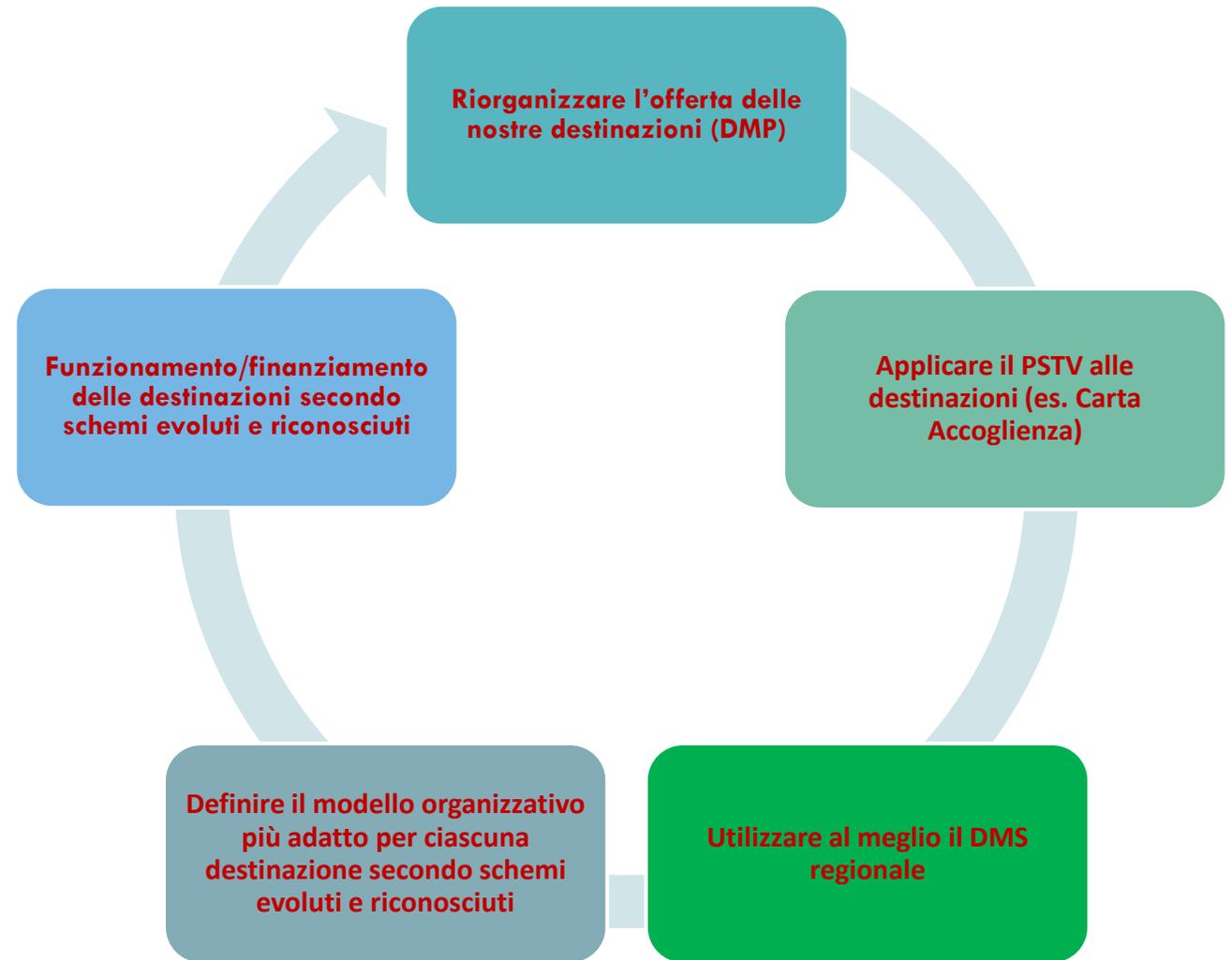
L' ORGANIZZAZIONE TURISTICA IN VENETO



LE ORGANIZZAZIONI DI GESTIONE DELLE DESTINAZIONI IN VENETO

OGD/DMO	STT di appartenenza
Verona	Città d'arte
Città d'arte e Ville Venete del territorio trevigiano	Città d'arte
Padova	Città d'arte
Terre Vicentine	Città d'arte
Riviera del Brenta e Terra dei Tiepolo	Città d'arte
Consorzio DMO Dolomiti	Dolomiti
Lago di Garda	Lago di Garda
Bibione/San Michele al Tagliamento	Mare e Spiagge
Caorle-Concordia Saggittaria	Mare e Spiagge
Cavallino Treporti	Mare e Spiagge
Jesolo-Eraclea	Mare e Spiagge
Chioggia: storia, mare e laguna	Mare e Spiagge
Pedemontana	Pedemontana e Colli
Delta del Po	Po e il Suo Delta
Terme e Colli Euganei	Terme Euganee e termalismo
Venezia	Venezia e la sua laguna

COSA POTREMMO FARE PER RIORGANIZZARE LE NOSTRE DESTINAZIONI?



GRAZIE!

STEFAN MARCHIORO

