

La Giunta regionale, con DGR n. 191 del 27 febbraio 2024, ha approvato il **Piano Turistico Annuale (PTA) 2024**, quale strumento di programmazione e coordinamento dell'operatività della valorizzazione dell'offerta turistica e della sua promozione sui mercati nazionali ed esteri, tenendo conto del **Programma Regionale per il Turismo (PRT) 2022-2024**. A distanza di oltre due anni dall'approvazione dell'attuale PRT è stato avviato il percorso partecipativo per l'elaborazione e condivisione del nuovo Programma Regionale per il Turismo 2025-2027, che dovrà tenere conto dei mutati scenari del turismo e del complesso quadro geopolitico internazionale. Infatti, se da un lato i dati relativi agli arrivi e alle presenze turistiche nella nostra Regione hanno fatto registrare il superamento dei flussi turistici pre Covid, è altrettanto vero che tale recupero è avvenuto principalmente nelle strutture ricettive open air (campeggi e villaggi turistici) e nelle altre strutture ricettive extralberghiere, in particolare le locazioni turistiche. In alcuni contesti, soprattutto nelle realtà urbane, questo pone a volte questioni di sostenibilità sociale del fenomeno turistico, in altri (ad esempio nelle località montane e balneari) di rapporto tra ambiente, servizi da erogare e dimensione organizzativa e gestionale delle destinazioni.

Anche l'appuntamento delle **Olimpiadi invernali di Milano Cortina 2026** impone un'attenzione specifica al miglioramento della cultura dell'accoglienza e nel fornire servizi adeguati alla risonanza internazionale che l'evento avrà.

Dai processi partecipativi sono emerse indicazioni di carattere programmatico ed organizzativo da declinare nei seguenti punti:

- **Qualità sostenibile:** La sostenibilità va intesa come elemento di durevolezza nei territori; la sostenibilità va posta al centro dell'agire quotidiano attraverso la tutela delle risorse e l'integrazione dell'offerta.
- **Innovazione pervasiva:** L'innovazione, anche nel turismo, è un fatto costante. Non si basa solo sulle tecnologie digitali ma anche sulla ricerca, sui processi, sui prodotti, sul marketing, sui valori e presuppone il passaggio da uno sviluppo innovativo da verticale a orizzontale. È comunque necessario restare al passo con la tecnologia; coinvolgere operatori, residenti e imprese; diffondere le conoscenze - l'Osservatorio del Turismo Regionale Federato come strumento di raccolta e diffusione di dati e buone pratiche; innovare il prodotto.
- **Modelli e prodotti:** È necessario integrare la governance e le politiche territoriali; si punta ad estendere le stagioni; vanno ripensate le modalità con cui si comunica all'esterno; è necessario migliorare l'offerta.
- **Marca, luoghi, governance:** Fare turismo di territorio coinvolgendo le comunità ospitanti; evolvere il ruolo delle organizzazioni che presidiano le destinazioni, concentrando l'attenzione sulle funzioni che le OGD possono svolgere andando oltre la promozione e investendo sul capitale umano; favorire il passaggio da "Marca a marchi" - puntando su un sistema identitario che integri il turismo con le altre filiere (cultura, artigianato, enogastronomia, industria, etc.)
- **Impresa e lavoro:** È necessario garantire soddisfazione dei lavoratori e la conciliazione dei tempi vita-lavoro; va ridotto il "gap" tra domanda e offerta di lavoro; va mantenuto il sostegno a favore di imprese e territori; è necessario valorizzare ulteriormente la contrattazione di secondo livello; va migliorata la qualità delle imprese anche attraverso la formazione continua.

La ricchezza e la varietà dell'offerta turistica veneta rappresentano un punto di forza che consente la creazione di prodotti integrati e trasversali, sia sotto il profilo territoriale che tematico. Questo approccio favorisce esperienze capaci di completare e arricchire l'offerta delle singole destinazioni, contribuendo al contempo alla diversificazione e alla destagionalizzazione del turismo.

In questo scenario, il turismo balneare occupa una posizione strategica nel sistema turistico regionale. Tuttavia, nei prossimi anni dovrà affrontare importanti sfide strutturali, tra cui la riqualificazione delle destinazioni, con interventi mirati a contrastare l'erosione costiera e a rinnovare il patrimonio immobiliare. La Regione del Veneto ha già definito le modalità e le procedure per l'assegnazione delle concessioni demaniali da parte dei Comuni, in conformità alla direttiva Bolkestein. È fondamentale che questa disciplina venga applicata con l'obiettivo di promuovere interventi che migliorino la qualità ambientale, paesaggistica e sociale dell'offerta turistica. In tale contesto, anche la gestione del fenomeno delle mucillagini e l'adozione delle priorità della Blue Economy assumono una rilevanza cruciale, con significative implicazioni per il turismo costiero. Un'attenzione crescente è necessaria anche per il turismo invernale. L'innalzamento delle temperature impone una revisione della pianificazione per le destinazioni montane, con l'obiettivo di sviluppare un modello turistico più sostenibile. Parallelamente, la Regione intende valorizzare il potenziale naturalistico e storico dei Laghi e della rete fluviale, attraverso nuovi itinerari e percorsi che ne esaltino le caratteristiche. Le grandi ciclovie nazionali in fase di realizzazione rappresentano un'opportunità straordinaria per promuovere il cicloturismo e favorire una mobilità sostenibile. Un altro settore strategico è il turismo termale, con un'offerta incentrata su salute, riabilitazione e un concetto di benessere in senso olistico che è in grado di favorire l'integrazione con altri prodotti. La Regione intende tutelare e sviluppare l'eccellenza delle destinazioni termali. Ciò richiede un aggiornamento della normativa regionale sul termalismo, il sostegno alla ricerca scientifica e un rafforzamento dei rapporti con il sistema sanitario. Infine, le Città d'arte continuano a registrare una crescita significativa dei flussi turistici, consolidandosi come attrattori di rilievo. Tuttavia, questa attrattività necessita di una gestione attenta e di un'organizzazione efficace per evitare che l'eccessiva pressione turistica generi impatti negativi sui territori, compromettendone l'equilibrio.

Per lo sviluppo sostenibile del turismo è infatti necessario migliorare la qualità e l'integrazione dell'offerta, valorizzando tutti gli ambiti di attrazione, ambientali, paesaggistici, artistici e culturali e promuovendo tutto il territorio veneto. Servono **investimenti mirati** per ampliare e migliorare i servizi a supporto della presenza turistica, a partire dall'ammodernamento della rete alberghiera e dal miglioramento del rapporto qualità-prezzo. Vanno promosse ed estese **nuove formule dell'offerta**: ampliamento della stagionalità, percorsi tematici e specialistici per incentivare la domanda nei nuovi segmenti, in particolare dell'offerta turistica "lenta", sostenibile e personalizzata (ciclovie, percorsi a piedi, ecc.).

Va proseguito inoltre l'impegno a sostenere l'adeguamento, l'aggiornamento e la riconversione delle **professionalità nel settore**, attivando specifici interventi di politica attiva e investendo su un modello di occupazione stabile, che faccia riferimento ai CCNL sottoscritti dalle OO.SS. maggiormente rappresentative e che possa andare oltre ai periodi di stagionalità in tutta la filiera. Risulta, infatti, particolarmente critico il contesto occupazionale del comparto che, pur avendo visto da dopo la pandemia un'impennata nella crescita degli occupati, presenta una richiesta di profili professionali di bassa qualifica. La maggior parte delle nuove assunzioni, infatti, è prevalentemente a qualificazione bassa, registrando un elevato "overqualification", ovvero l'impiego con posizioni di bassa qualifica anche per persone con un elevato livello formativo. Per queste ragioni il comparto turismo costituisce uno dei settori economici a maggior incidenza del cosiddetto "lavoro povero", ovvero relativo a quelle persone che pur lavorando registrano un reddito annuo inferiore agli 8 mila euro. Questo dato, incrociato con l'elevata presenza di lavoratori giovani e lavoratrici donne, sembra far emergere una fattispecie peculiare del lavoro nel turismo che, connesso alla stagionalità quale elemento strutturale, concorre, da un lato, ad esporre i lavoratori del comparto a crescenti difficoltà di reddito e, dall'altro, a dimostrare quanto l'applicazione dei CCNL riconosciuti non sia una condizione sufficiente a garantire la generazione di benessere diffuso. Non è un caso, infatti, che il settore turismo da tempo denunci una elevata difficoltà nella ricerca di personale. La Regione, dunque, intende impegnarsi per realizzare un monitoraggio puntuale delle condizioni di lavoro del settore turistico, con particolare riguardo alle tipologie di contratto applicato e al numero di giornate lavorative.

Anche l'appuntamento delle Olimpiadi invernali di Milano Cortina 2026 impone un'attenzione specifica al miglioramento della cultura dell'accoglienza e nel fornire servizi adeguati alla risonanza internazionale che l'evento avrà.

In tal senso, con riferimento al Programma "**Veneto in Action**", volto alla pianificazione di azioni in vista dell'evento Olimpico invernale 2026, verrà data attuazione alle attività previste dalla DGR n. 371 del 9 aprile 2024, con particolare riferimento al "turismo accessibile" nell'ambito dei bandi PR FESR dedicati al turismo e all'applicazione della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" nelle località dell'area dolomitica

maggiormente coinvolte dai Giochi Olimpici invernali Milano-Cortina 2026, nonché all'organizzazione e realizzazione di eventi e materiale promozionale legati ai giochi.

Altri strumenti di programmazione di riferimento sono quelli relativi alle **Politiche di Coesione 2021-2027** (Programma Regionale FESR 2021-2027 e Programma Regionale FSE+ 2021-2027). Gli interventi a sostegno del turismo nell'ambito delle Politiche di Coesione si rifanno alle cinque Priorità previste dall'Unione europea. In particolare, nell'ambito della Priorità 1 (Un'Europa più competitiva intelligente), le misure dell'obiettivo specifico 2 sono orientate a sostenere l'organizzazione dell'offerta turistica delle destinazioni venete (Organizzazioni di Gestione della Destinazione OGD e Marchi d'Area) e delle loro imprese con il digitale; gli interventi dell'obiettivo specifico 3 puntano invece a sostenere la competitività delle PMI attraverso:

- a) **rigenerazione e innovazione delle strutture ricettive** per l'evoluzione in termini di piena accessibilità, sviluppo tecnologico, transizione digitale ed ecologica, innovazione di servizi e prodotti;
- b) creazione, sviluppo e consolidamento di **club di prodotto** per favorire il riposizionamento differenziato delle imprese e delle destinazioni turistiche venete;
- c) attivazione, sviluppo e consolidamento di **aggregazioni di imprese** per la promozione sul mercato nazionale e internazionale favorendo l'aggregazione tra imprese turistiche, dell'artigianato alimentare e artistico, e imprese culturali e creative;
- d) partecipazione a **manifestazioni fieristiche** in Italia e nel Mondo, per la promozione turistica e culturale a regia regionale;
- e) favorire la rimozione per le persone con disabilità di ogni barriera fisica, cognitiva e sensoriale che impedisca o limiti la fruizione delle nostre città d'arte, che devono essere aperte alla libera fruizione e al libero accesso delle persone.

Inoltre, nell'ambito della Priorità 5 (Un'Europa più vicina ai cittadini), l'obiettivo specifico 2, prevede interventi volti a sostenere le attività di affiancamento per lo sviluppo di strategie che portino alla **costituzione di marchi d'area** quali strumenti di governance per destinazioni turistiche emergenti.

Le Politiche di Coesione e il PRT, unitamente alle attività di **cooperazione transfrontaliera e ai progetti europei**, costituiscono quindi la base per la definizione degli obiettivi della presente Missione.

GLI OBIETTIVI REGIONALI

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI PRIORITARI
Sviluppare relazioni con i mercati nazionale e internazionali.	Rigenerare e innovare l'offerta turistica regionale anche attraverso la riqualificazione strutturale ed infrastrutturale e la valorizzazione di nuovi prodotti turistici orientati al turismo lento (cicloturismo, cammini, etc.) esperienziale e nuovi percorsi di visita del territorio veneto.
	Promuovere, valorizzare e qualificare le risorse turistiche nei mercati nazionale e internazionali.
Sviluppare nuove forme di organizzazione del lavoro e nuovi modelli di produzione.	Turismo digitale per organizzare e gestire l'offerta turistica regionale anche sul digitale ed intercettare le richieste della domanda turistica attraverso le ICT
Incentivare il turismo sostenibile e la diffusione della mobilità dolce.	Rigenerare e innovare l'offerta turistica regionale anche attraverso la riqualificazione strutturale ed infrastrutturale e la valorizzazione di nuovi prodotti turistici orientati al turismo lento (cicloturismo, cammini, etc.) esperienziale e nuovi percorsi di visita del territorio veneto.
	Promuovere, valorizzare e qualificare le risorse turistiche nei mercati nazionale e internazionali.
Promuovere partnership tra pubblico e privato per il benessere collettivo.	Evolvere il ruolo delle organizzazioni che presidiano le destinazioni, ampliandone le funzioni, investendo sul capitale umano e favorendo un turismo di territorio con il coinvolgimento delle comunità ospitanti e dei residenti.

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI PRIORITARI
Promuovere partnership tra pubblico e privato per il benessere collettivo	Evolgere il ruolo delle organizzazioni che presidiano le destinazioni, ampliandone le funzioni, investendo sul capitale umano e favorendo un turismo di territorio con il coinvolgimento delle comunità ospitanti e dei residenti.

PROGRAMMA 07.01

SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL TURISMO

Tenendo conto del contesto internazionale, nazionale e regionale e dei mutati scenari del turismo, nell'ambito del Programma Regionale per il Turismo, nonché con riferimento alle Politiche di Coesione 2021-2027, si sono individuate le seguenti linee di programmazione:

- a) La governance delle destinazioni turistiche, anche in un'ottica di miglioramento della cultura dell'accoglienza e di una più sostenibile gestione dei flussi turistici.

Nell'ambito della propria progettualità strategica, la Regione del Veneto proseguirà nell'azione di sostegno all'evoluzione delle destinazioni turistiche venete da meri tavoli di concertazione a forme di presidio organizzato attraverso la costituzione di strutture dotate di propria personalità e soggettività giuridica ed operativa anche al fine di erogare finanziamenti regionali specifici. L'obiettivo è anche quello di favorire l'evoluzione delle funzioni delle OGD andando oltre le attività promozionali, investendo anche sul capitale umano e su nuove figure professionali. Negli ultimi anni la Regione ha inoltre avviato alcune azioni che coinvolgono direttamente tutte le destinazioni e che proseguiranno attraverso le seguenti linee prioritarie:

- diffusione e applicazione a tutti i livelli di destinazione (locali e regionale) della Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità, con particolare attenzione alle destinazioni maggiormente coinvolte dai Giochi Olimpici 2026 e con il coinvolgimento delle comunità ospitanti;
- applicazione degli standard di accoglienza ed informazione omogenei per tutti i punti di contatto regionali (hub, uffici di informazione e accoglienza turistica, Infopoint, etc.) con riferimento a tutto il territorio regionale anche attraverso il coordinamento degli uffici territoriali da parte delle rispettive OGD/DMO;
- implementazione e ampliamento - in collaborazione con le OGD - delle attività di analisi e di ricerca dell'Osservatorio Turistico Regionale Federato e integrazione di nuovi indicatori e dataset che consentano una maggiore conoscenza e comprensione del fenomeno turistico e una più consapevole attività di programmazione e gestione del turismo da parte della Regione, delle destinazioni e delle loro imprese e la diffusione di buone pratiche.

- b) La "rigenerazione" qualitativa dell'offerta turistica.

I mutati scenari internazionali impongono ancora più l'esigenza di innovare e differenziare l'offerta turistica di imprese e destinazioni per una migliore gestione dei flussi turistici e delle nuove esigenze della domanda turistica. È in questo contesto che la Regione intende operare al fine di favorire:

- la trasformazione delle destinazioni turistiche venete in vere e proprie Smart Tourism Destination;
- la creazione e lo sviluppo di reti di imprese/club di prodotto per favorire l'aggregazione e il posizionamento competitivo;
- interventi per la rigenerazione e l'innovazione delle imprese e delle strutture esistenti, finalizzati a sostenere la valorizzazione turistica del territorio;
- il sostegno ad aggregazioni di imprese per la promozione turistica e culturale sui mercati nazionali ed internazionali delle destinazioni venete e dei loro prodotti turistici.

- c) Lo sviluppo del turismo digitale.

La Regione del Veneto si è dotata da tempo di un Destination Management System, Deskline 3.0, ovvero di un software per la gestione integrata delle funzioni tipiche delle destinazioni turistiche, dall'informazione all'accoglienza, dalla promozione alla commercializzazione dell'offerta. Negli ultimi anni sono proseguite le iniziative per favorire il più ampio utilizzo del DMS regionale da parte dei

soggetti del sistema turistico veneto. Questa attività ha portato ad integrare la piattaforma regionale e i relativi contenuti in oltre 300 tra siti web, portali, app, etc.

Nei prossimi anni si intende continuare nella ulteriore diffusione del DMS regionale per favorire sempre più l'utilizzo delle funzionalità di booking e dynamic packaging, la collaborazione con altri strumenti digitali e l'interoperabilità con il costruendo Tourism Digital Hub nazionale. Inoltre, anche attraverso il pieno utilizzo del DMS regionale, potrà essere accelerata l'evoluzione delle destinazioni venete in Smart Tourism Destination.

d) Le strategie di comunicazione e promozione dell'offerta turistica veneta.

La Regione, in coerenza con l'obiettivo di una migliore gestione dei flussi turistici, intende promuovere la propria immagine e notorietà turistica attraverso una strategia di comunicazione e marketing territoriale in grado di rafforzare, sia in Italia che all'estero, la competitività dell'intero "sistema turistico veneto", differenziando e innovando l'offerta regionale alle mutate e diversificate esigenze della domanda turistica. Si punterà a favorire una gestione dinamica della selezione dei mercati di riferimento e delle aree geografiche su cui intervenire, valorizzando destinazioni e prodotti meno legati ai grandi flussi di massa, massimizzando l'utilizzo degli strumenti di comunicazione digitali in grado di promuovere il brand "*Veneto, the land of Venice*". In una prospettiva di sviluppo integrato l'azione regionale sarà inoltre orientata ad attivare, anche con il coinvolgimento delle imprese del settore, comprese quelle della cultura e dello spettacolo, capaci di creare opportune reti in grado di integrarsi nell'offerta turistica regionale, iniziative di promozione turistica come occasioni di marketing delle specificità e delle eccellenze territoriali, nella consapevolezza che il turismo possa rappresentare un fattore fondamentale per la ripresa economica e produttiva delle comunità locali. É inoltre previsto lo sviluppo di una strategia di allargamento dell'utilizzo del marchio ombrello "*Veneto, the Land of Venice*" ad altre filiere produttive.

É evidente che tali linee di programmazione dovranno gradualmente essere adeguate in conseguenza dell'avvio del percorso partecipativo per l'elaborazione e condivisione del nuovo Programma Regionale per il Turismo 2025-2027 e della sua successiva approvazione.

Risultati attesi

- 1 - Migliorare la gestione dei flussi turistici, qualificando la domanda in un'ottica di turismo sicuro e sostenibile puntando nel contempo ad una maggiore redditività per le imprese, a una maggiore tutela ambientale e a maggiori benefici per le comunità ospitanti.
- 2 - Favorire l'aumento degli standard qualitativi e della gamma dei servizi disponibili da parte delle PMI turistiche, incrementando la competitività, puntando anche sulla disintermediazione dell'offerta.
- 3 - Sviluppare e promuovere prodotti turistici emergenti (cicloturismo, enogastronomia, fluviale, rurale, siti inseriti nella lista Patrimonio UNESCO, ecc.) per favorire il riposizionamento delle destinazioni turistiche venete.
- 4 - Promuovere il turismo accessibile ed inclusivo anche potenziando la presenza di infrastrutture e ausili necessari a garantire la mobilità e la fruibilità delle strutture e dei servizi (come ad esempio quelli necessari a garantire nelle spiagge l'entrata in acqua).
- 5 - Potenziare ed innovare il sistema delle OGD- Organizzazioni di Gestione della Destinazione.
- 6 - Promuovere il turismo di prossimità.

Struttura di riferimento

Area Marketing territoriale, cultura, turismo, agricoltura e sport.