

MISSIONE 07 **TURISMO**

PROGRAMMA DI GOVERNO 2025-2030
 Capitolo 9 – Veneto, una comunità
 orgogliosa delle sue bellezze

DESCRIZIONE MISSIONE

Il Programma regionale per il Turismo (PRT) è stato adottato dalla Giunta regionale con Deliberazione n. 141/CR del 25 novembre 2024 ed approvato dal Consiglio regionale con proprio provvedimento n. 3 del 14 gennaio 2025. Il **Programma Regionale per il Turismo Veneto (Piano Strategico del Turismo veneto) 2025-2027, "Protagonisti del Cambiamento: Veneto Aperto, Attento, Attivo, Attuale"**, è un piano strategico che si articola su quattro assi principali, interconnessi e complementari, per guidare lo sviluppo del turismo veneto nei prossimi anni. Il PRT 2025-2027 intende, infatti, consolidare il ruolo della Regione come leader del turismo nazionale e internazionale, affrontando le sfide del cambiamento climatico, demografico, tecnologico ed economico. La sua struttura si basa su un approccio metodologico partecipativo, con l'obiettivo di integrare le esigenze degli operatori con le strategie di sviluppo del territorio. Il Piano si articola in **4 assi principali, da cui derivano 8 obiettivi, 14 linee strategiche e 39 azioni concrete**.

Il Veneto vuole essere protagonista del cambiamento grazie a una visione ampia e integrata che coniuga tradizione e innovazione:

1. Veneto Aperto: questo asse è incentrato su un sistema di accoglienza permanente, sull'allargamento della stagione turistica, puntando sulla diversificazione e sulla destagionalizzazione dell'offerta, facendo perno sulle seguenti leve:

- *La leva del lavoro:* mira a migliorare le condizioni di lavoro nel settore turistico, incentivando la conciliazione vita-lavoro e rendendo le professioni turistiche più attraenti. Le azioni includono politiche aziendali per il benessere dei lavoratori, contrattazione di secondo livello per la destagionalizzazione, collaborazioni con i Paesi di provenienza dei potenziali lavoratori e ricerca di soluzioni per il problema dell'alloggio e del trasporto dei lavoratori.
- *La leva dei prodotti:* questa linea strategica è rivolta alla creazione di prodotti turistici integrati e innovativi, valorizzando il rapporto costa/città/entroterra e promuovendo il turismo lento (cammini, cicloturismo, ecc.). Le azioni prevedono supporto alla creazione di Club di Prodotto, integrazione di nuovi itinerari culturali, collaborazione multi-stakeholder, attenzione all'accessibilità e inclusività, e promozione di Enti e attività locali.
- *La tutela delle risorse:* questo gruppo di azioni sottolinea l'importanza di mettere al centro dell'agire quotidiano la sostenibilità ambientale e sociale. Le azioni includono premialità per territori e imprese che adottano pratiche sostenibili e certificazioni, iniziative per l'eliminazione di prodotti monouso e campagne di comunicazione per comportamenti responsabili.
- *L'integrazione dell'offerta:* questa linea strategica punta a favorire sinergie tra diversi settori economici (commercio, agricoltura, artigianato, tecnologia). Viene inoltre affrontato il tema della gestione intelligente delle risorse e della digitalizzazione, anche con riferimento all'implementazione del DMS regionale.

2. Veneto Attento: questo asse si focalizza sulla qualità dell'offerta turistica, puntando su inclusione, sostenibilità e attenzione alle esigenze delle comunità locali e degli operatori. Le sue linee strategiche principali sono:

- *Fare turismo di territorio:* questa linea strategica è incentrata sul coinvolgimento delle comunità locali nell'accoglienza turistica, attraverso l'utilizzo di strumenti come la Carta dell'Accoglienza e progetti di inclusione sociale.
- *Figure professionali:* mira a migliorare le competenze manageriali degli operatori attraverso il coaching, progetti pilota e formazione, con l'obiettivo di attrarre e fidelizzare i lavoratori. Questo punto include anche l'investimento nel capitale umano per rispondere alle nuove esigenze del settore.

- *Organizzazione e governance*: si focalizza sull'evoluzione delle OGD (Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni) e sulla gestione coordinata degli uffici IAT, incentivando la collaborazione tra Regione, Unioncamere e OGD/DMO, con un'attenzione particolare all'utilizzo del DMS e alla promozione del marchio ombrello "Veneto, the Land of Venice".
- *Risorse finanziarie*: Sostenere imprese e destinazioni dando continuità ai finanziamenti già avviati; rafforzare il partenariato pubblico privato anche nella gestione e manutenzione delle infrastrutture; favorire l'accesso al credito privato per le imprese turistiche.

3. Veneto Attivo: questo asse mira a rafforzare la competitività del turismo veneto attraverso l'innovazione e la diffusione delle conoscenze. Le sue linee strategiche sono:

- *Supportare la programmazione a tutti i livelli* e il monitoraggio degli impatti: la linea strategica è incentrata sul miglior utilizzo dei dati per aumentare la conoscenza dei turisti e dei loro bisogni, attraverso l'integrazione di diversi sistemi informativi e lo *sviluppo del ruolo dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato*.
- *Diffondere le conoscenze (Hub buone pratiche)*: prevede la creazione di canali e luoghi di ascolto di buone pratiche, azioni di benchmark con altri settori, e formazione degli operatori tramite study visit e utilizzo delle nuove tecnologie per migliorare i processi di lavoro.
- *Sviluppare gli strumenti per crescere*: favorire azioni di formazione degli operatori della filiera e declinare le nuove tecnologie per migliorare i processi di lavoro.

4. Veneto Attuale: questo asse si focalizza sulla costruzione di un'identità turistica unica (*da marchi a marca*) per il Veneto, valorizzando le specificità locali e promuovendo un'immagine di alta qualità della vita. Le sue linee strategiche sono:

- *Un sistema integrato*: mira a rafforzare l'identità del Veneto attraverso un'integrazione tra imprese di diversi settori per una comunicazione più efficace, valorizzando il marchio ombrello regionale.
- *Un sistema identitario*: questa linea strategica ha come focus la promozione del Veneto come destinazione unica, di alta qualità della vita e con un'accoglienza "avvolgente".
- *L'utilizzo della tecnologia*: questo punto mira a migliorare la capacità delle imprese di comunicare con il cliente attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale e delle tecnologie digitali, per ottimizzare l'esperienza turistica (customer journey).

La Giunta regionale, di anno in anno, con il Piano Turistico Annuale (PTA), programmerà le iniziative per la valorizzazione dell'offerta turistica e la sua promozione sui mercati nazionali ed esteri, in linea con gli assi strategici, gli obiettivi, le linee strategiche e le azioni del Programma Regionale per il Turismo (PRT) 2025 - 2027.

Anche l'appuntamento dei **Giochi olimpici e paralimpici invernali di Milano Cortina 2026** ha imposto un'attenzione specifica per il miglioramento della cultura dell'accoglienza e nel fornire servizi adeguati alla risonanza internazionale per l'evento. In tale prospettiva, proseguirà l'attività relativa alla realizzazione di eventi ed iniziative di comunicazione e marketing finalizzate a promuovere e valorizzare il territorio veneto e le sue eccellenze, in relazione anche al Grande Evento sportivo del 2026, nell'ambito del Programma **"Veneto in Action"** approvato con DGR n. 174 del 14 febbraio 2020 e aggiornato con DGR n. 82 del 4 febbraio 2025. In particolare, in occasione dei Giochi olimpici e paralimpici ha preso corpo il progetto "Casa Veneto", altamente strategico dal punto di vista della promozione e del marketing territoriale, in quanto mira a sfruttare la visibilità dell'importante evento sportivo per generare un effetto leva sul territorio bellunese e veneto e per raccontare le eccellenze del sistema produttivo regionale e il valore delle destinazioni turistiche venete. Con particolare riferimento al "turismo accessibile" si opererà attraverso un importante percorso formativo nell'ambito di un progetto di cooperazione internazionale volto proprio a favorire la massima accessibilità ed inclusività di imprese e destinazioni. Proseguiranno, inoltre, le attività di divulgazione e applicazione della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità".

Altri strumenti di programmazione di riferimento sono quelli relativi alle **Politiche di Coesione 2021-2027** (PR FESR 2021-2027 e PR FSE+ 2021-2027), di cui si stanno programmando e gestendo gli ultimi bandi. 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.

Nell'ambito della Priorità 2, invece, si stanno gestendo, con i soggetti beneficiari, i progetti relativi alle due edizioni dei bandi relativi all'azione 1.2.4 per l'evoluzione delle destinazioni turistiche venete in "Smart Tourism Destination". 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.

L'obiettivo generale a cui tendere è quello di un modello di turismo sostenibile, fondato sulla qualità dell'offerta e del lavoro e sulla tutela e valorizzazione ambientale.

In questa prospettiva la programmazione regionale e il Piano Turistico Annuale, anche attraverso l'efficace utilizzo dei Fondi di Coesione europei, devono garantire **investimenti strutturali e incentivazioni adeguate** su alcuni interventi prioritari, dando piena attuazione ai contenuti e agli obiettivi previsti dal Piano Strategico del Turismo Veneto 2025-2027.

La diversificazione, la destagionalizzazione, la pubblicizzazione e la gestione coordinata delle destinazioni, la riqualificazione e l'accessibilità delle strutture ricettive, la digitalizzazione e l'integrazione dell'offerta tra diversi settori economici e tra tutti i territori del Veneto sono leve fondamentali da promuovere e sostenere.

Altrettanto importante è intervenire per **migliorare le condizioni di lavoro e la disponibilità di servizi essenziali per favorire una migliore attrattività delle professioni turistiche**. A tal fine, è necessario potenziare l'attività di prevenzione e contrasto ai fenomeni di sfruttamento, al lavoro grigio e ai finti part-time, anche attraverso il monitoraggio sistematico delle retribuzioni orarie effettive, la verifica dell'applicazione dei CCNL più rappresentativi e la pubblicazione annuale dei dati sulle condizioni contrattuali nel settore turistico veneto, compatibilmente con i Relazione sistemi informativi regionali. applicare i CCNL sottoscritti dalle OO.SS. più rappresentative, ridurre il lavoro precario e sottopagato, estendere i periodi dell'attività lavorativa nel settore, rafforzare la formazione anche per la parte imprenditoriale. Il tema casa, la disponibilità di alloggi a costi sostenibili, continua inoltre ad essere determinante per avvicinare domanda e offerta di lavoro nel settore, in particolare per i lavoratori stagionali e nei centri storici e richiede soluzioni e interventi urgenti. Sarà dunque necessario favorire e sostenere soluzioni abitative accessibili per i lavoratori stagionali del settore turistico, anche attraverso il coinvolgimento degli enti locali e del terzo settore, come condizione per ridurre il lavoro irregolare e attrarre forza lavoro stabile nel settore.

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.

Elenco obiettivi operativi prioritari

-
- 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.
 - Turismo digitale per organizzare e gestire l'offerta turistica regionale anche sul digitale ed intercettare le richieste della domanda turistica attraverso le ICT.
 - Promuovere, valorizzare e qualificare le risorse turistiche nei mercati nazionale e internazionali.
 - 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.