



PIANO STRATEGICO DEL TURISMO VENETO 2021-2023  
Bozza rivista al 16 luglio 2021  
POSITION PAPER TAVOLO TEMATICO INNOVAZIONE DI PRODOTTO

**a. DOVE ERAVAMO**

Anche prima del Covid, il territorio della regione Veneto e le sue destinazioni “contenevano” una infinità di prodotti turistici, sia per motivi oggettivi dati dalla varietà delle risorse di attrazione, che per motivi soggettivi, derivanti dalla organizzazione di quelle ed altre risorse (umane, creative, organizzative, strutturali, ecc.) in modo finalizzato alla creazione, produzione e vendita di tali prodotti.

Prodotti-destinazione, ma anche prodotti-motivazione sia tradizionali, magari anche “maturi”, ma anche innovativi, e sempre più affiancati da prodotti del tutto nuovi.

E pure prodotti sovra-consumati ed affollati, tutti nello stesso luogo nello stesso giorno alla stessa ora, come pure prodotti rarefatti, trascurati, ancora in attesa di essere scoperti.

Al riguardo occorre ricordare che, a differenza di altri, il prodotto turistico è tale solo quando ed in quanto “comprato”, e non è definito dalle risorse che lo sostanziano e dal pensiero di chi lo produce e lo offre, quanto piuttosto dall’aspettativa, dall’idea, dall’emozione e dal ricordo di chi lo compra.

In questa logica, se si esce dalle categorie tradizionali (mare, città, terme, montagna, lago, ecc., peraltro tutte presenti in Veneto) e si allarga lo sguardo alla domanda turistica attuale e potenziale con un approccio più qualitativo, emerge un turista che cerca sempre di più di sostituire il “vuoto” della vacanza tradizionale con il “pieno” delle cose da fare e delle esperienze da vivere e di cui emozionarsi.

**b. LA RESTITUZIONE**

Come sottolineano molte delle indagini sui cambiamenti della domanda, è probabile che la fase di ripartenza del turismo post COVID accentui una sempre maggiore attenzione da parte del pubblico verso prodotti turistici “*slow e green*” per un turismo più responsabile nella fruizione e più sostenibile nella proposta. In tal senso assumono ancora maggiore attualità i provvedimenti varati nella scorsa legislatura da parte del Consiglio regionale relativi alla valorizzazione del cicloturismo e per l’organizzazione dell’offerta turistica collegata ai Cammini.

Si tratta, a ben vedere, della ricerca e del sostegno ai “nuovi assi di senso” che con ogni probabilità definiranno non solo le precondizioni di attrattività dei territori nel prossimo futuro, ma anche costituiranno alcune delle famiglie motivazionali in maggiore sviluppo.

Appare pertanto importante dare conto qui di come si intende dare seguito alle attività previste dalle due leggi e dai rispettivi provvedimenti attuativi e collegarle alle altre iniziative ad esse



connesse quali il progetto “*Cycling in the Land of Venice*”, una delle azioni di lancio previste dal Piano Strategico del Turismo Regionale.

Ovviamente obiettivo di queste attività è l’integrazione di questi prodotti con i prodotti turistici già affermati o “maturi” e di differenziazione dell’offerta turistica delle destinazioni venete. In tal senso una spinta importante all’innovazione e differenziazione di prodotto nelle destinazioni più mature e di integrazioni con i prodotti emergenti è venuta dalla programmazione POR FESR 2014-2020 con le azioni della misura 3.3.4. A) start up per innovazione di prodotto B) sostegno ad aggregazioni di imprese nella forma di club di prodotto C) rigenerazione delle strutture ricettive D) sostegno ad aggregazioni di imprese per la promozione sui mercati nazionali ed internazionali.

### **Prosecuzione progetto “Cycling in the Land of Venice”**

L’attività di coordinamento dei club di prodotto collegati al cicloturismo e al turismo slow e green, ha consentito nel corso degli anni precedenti di puntare su due principali tipologie di attività.

E’ stato ultimato il percorso di condivisione per l’adozione di una **Carta dei Servizi** che fungerà da minimo comune denominatore per tutti i club e le aziende che ne compongono le rispettive reti per poter proporre, anche sui mercati internazionali, un’offerta turistica con standard di qualità omogenei e rispondenti alle richieste di questa specifica famiglia motivazionale della domanda. In tal senso è stato realizzato un approfondimento con i 9 club di prodotto di questo segmento, attraverso un questionario su prodotti e rispettive carte dei servizi e nel 2021 e si è proseguito con un’attività di *audit* sul campo e con un benchmark internazionale con altre regioni europee fortemente orientate al cicloturismo (es. Loira, Baviera, Alto Adige, etc.).

**Azioni di comunicazione e promozione**, rafforzate proprio da comuni standard di qualità, che consentano di presentare in modo unitario e integrato l’offerta turistica veneta collegata a questo specifico segmento.

Le azioni del PTA 2021 puntano a consolidare tali iniziative - che l’anno scorso hanno subito un forte rallentamento - anche attraverso la realizzazione di appositi materiali informativi e promozionali, una adeguata presenza nella specifica sezione dedicata al cicloturismo nel sito [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu) con offerte dedicate e l’utilizzo del DMS regionale – Deskline 3.0 per la successiva commercializzazione dell’offerta turistica nei siti delle rispettive reti di impresa.

### **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, prevedendo la realizzazione di iniziative di valorizzazione di percorsi cicloturistici e per lo sviluppo di nuovi prodotti turistici basati sul bike.

Nel corso del 2020 la Giunta regionale ha dato concreta attuazione alla legge, sia attraverso misure di disciplina degli adempimenti previsti dalla legge stessa (Criteri per la costituzione e il riconoscimento dei soggetti gestori degli itinerari cicloturistici; Istituzione e prima attivazione del Registro dei percorsi cicloturistici), sia attraverso misure di miglioramento infrastrutturale degli itinerari e delle Escursioni della REV - Rete Escursionistica Veneta, attraverso una convenzione con



Veneto Strade per l'adeguamento della segnaletica. Grazie a questa convenzione e nonostante le difficoltà operative legate al *lockdown* è stato possibile revisionare le 7 escursioni cicloturistiche della Rete Escursionistica Veneta, valutare il grado di ciclabilità e il valore turistico dei percorsi per poi procedere con la sostituzione della segnaletica cicloturistica. Quest'ultima azione si è resa necessaria per sostituire i segnali ammalorati posati nel 2010 - 2011 e per adeguare il progetto di segnaletica al "Manuale grafico della segnaletica per il cicloturismo, l'escursionismo e il turismo equestre" adottato con DGR n.1704 del 24/10/2017.

### **Iniziative di attuazione della legge regionale 30 gennaio 2020, n. 4 "DISPOSIZIONI PER IL RICONOSCIMENTO, LA VALORIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEI CAMMINI VENETI"**

La legge ha quale finalità la diversificazione dell'offerta turistica con nuove forme di offerta di turismo ecosostenibile tramite percorsi fruibili a piedi, organizzati nella Rete dei Cammini Veneti (RCV).

La RCV prevede itinerari, da percorrere a piedi, di interesse storico, culturale, religioso, naturalistico, ambientale, paesaggistico ed enogastronomico e comprende sia itinerari culturali riconosciuti dal Consiglio d'Europa, sia cammini nazionali individuati nell'Atlante dei Cammini dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, sia cammini di interesse regionale riconosciuti dalla Regione.

Nel corso del 2020 si è data applicazione alla legge attraverso le seguenti disposizioni attuative approvate con deliberazioni della Giunta regionale:

- Criteri per il riconoscimento dei cammini di interesse regionale (DGR 1261/2020)
- Istituzione del Registro della RCV Rete Cammini veneti (DGR 962/2020);
- Criteri per la costituzione dei Consorzi di Gestione dei Cammini (DGR 1389/2020).

### **"DISPOSIZIONI REGIONALI PER IL TURISMO EQUESTRE E LA VALORIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ CON GLI EQUIDI"**

La legge promuove ed incentiva lo sviluppo e la diffusione del turismo equestre, quale strumento di diversificazione delle attività turistiche regionali, di integrazione al reddito delle imprese agricole, di valorizzazione e promozione delle attività con gli equidi, di sviluppo del territorio nel rispetto della sostenibilità ambientale e della qualità del paesaggio rurale.

#### **c. IN MEZZO AL GUADO**

I numerosi nuovi prodotti, non ancora necessariamente maturi e che tuttavia sono caratterizzati anch'essi da un "ciclo di vita", sono in evoluzione, necessitano comunque e sempre di diversificazione e devono attenersi ai ritmi delle innovazioni.

Si tratta quindi e sempre di ricercare e valorizzare i cosiddetti prodotti "star", che per attrarre a sé la domanda devono distinguersi nell'immenso panorama dell'offerta globale.



Ci si riesce solo interpretando in maniera evolutiva gli stessi bisogni, mostrando caratteri innovativi, mantenendo alta su di loro l'attenzione: da un lato brillano di luce propria, mostrandosi portatori di messaggi alternativi, dall'altro si alimentano con le tendenze della domanda, anticipandone le richieste.

La domanda, attuale e potenziale, abbraccia quindi una serie di tendenze di comportamento, alcune delle quali possono sembrare anche in antitesi tra di loro, ad esempio: turismo *slow*, ricerca dell'avventura (intesa in un senso ampio del termine), del contatto con il luogo, vacanze "attive".

Ad esempio, ed in particolare, le iniziative che si prevede di attuare da parte della Giunta nel corso del 2021, per le finalità di promozione e valorizzazione del **Cicloturismo** sono:

- la prosecuzione delle attività previste dalla Convenzione con Veneto Strade, con il completamento dell'adeguamento della segnaletica anche lungo gli itinerari di lunga percorrenza della REV inseriti nel Registro regionale delle Ciclovie; di recente, in collaborazione con Veneto Strade, è stato avviato un percorso partecipativo di coinvolgimento degli attori territoriali, per un aggiornamento degli itinerari ed escursioni della REV e per un confronto sull'offerta cicloturistica regionale.
- ulteriori iniziative a carattere infrastrutturale, finalizzate alle attività di manutenzione straordinaria e alla realizzazione di piccole infrastrutture e segnaletica con per un importo di € 200.000,00;
- la realizzazione di attività di promozione, informazione, comunicazione e animazione turistica dei percorsi cicloturistici attraverso la gestione dei bandi per la concessione di contributi affidati mediante convenzione ad Avepa;
- attività di formazione degli operatori del settore turistico, in particolare ai fini dell'accompagnamento di singoli o gruppi in itinerari cicloturistici e la contestuale disciplina dell'elenco regionale degli accompagnatori cicloturistici

Quanto ai **Cammini** veneti, nel 2021 le risorse allocate dalla legge verranno concretamente utilizzate – nel perseguimento delle finalità del PSTV, ed in particolare di quelle dell'Asse 1 (Nuovi prodotti turistici) e dell'Asse 2 (Infrastrutture turismo slow) – attraverso due bandi la cui gestione amministrativa è stata posta in capo ad AVEPA mediante apposita convenzione con la Regione:

- iniziative a carattere infrastrutturale, finalizzate alle attività di realizzazione, manutenzione straordinaria, localizzazione e posa di segnaletica cicloturistica, ecc.
- attività finalizzate alla conoscenza e fruibilità dei Cammini da parte dei turisti, sia realizzate da parte della Regione che attraverso la concessione di contributi.

Si sta inoltre avviando un percorso a regia regionale con l'apporto di UNPLI Veneto che - dopo un benchmark internazionale e nazionale e processi partecipativi di coinvolgimento dei soggetti associativi proponenti o gestori di cammini - porti ad evolvere quello che è ancora un approccio evocativo, in vero e proprio prodotto turistico fruibile dalla domanda di mercato. Il modello è quello di graduale strutturazione dell'offerta (da potenziale risorsa a prodotto turistico) che ha già caratterizzato l'evoluzione della proposta cicloturistica.



Infine per le attività di **equiturismo** nel corso del 2021 potranno essere programmate iniziative integrative dell'attività già realizzata da Unpli Veneto, nell'ambito della convenzione stipulata fra Regione e Unpli nel 2018, al fine di consolidare e rafforzare il nuovo prodotto turistico equestre "Via delle Prealpi", valutando anche il collegamento con altre ippovie regionali esistenti o in itinere.

La "**Meeting Industry**" è certamente uno dei settori più colpiti dalle conseguenze della pandemia sull'economia internazionale. Inoltre, la crisi originata dalla diffusione del COVID 19 ha accelerato - anche in questo caso - alcuni processi di cambiamento che erano già in atto, ivi compreso un forte orientamento del segmento business verso l'utilizzo del digitale per incontri on line anziché in presenza. Tutto questo deve portare ad un radicale ripensamento e riorganizzazione di questo importante segmento turistico che è sempre stato caratterizzato da una grande professionalità di tutta la filiera e da un alto valore aggiunto delle sue ricadute. E' probabile, infatti, che in futuro si rafforzino nuove tendenze come quella del *bleisure*, dello smart working da destinazioni *leisure* e il riutilizzo di spazi di convegnistica e congressi anche per attività di coworking. Questo comporta anche un aggiornamento delle strategie regionali con il coinvolgimento del gruppo di lavoro del segmento MICE costituito dai componenti del network dei Convention Bureau del Veneto, 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 Internazionalizzazione.

## LA NUOVA NORMALITÀ

In questi anni tutte le azioni dell'Asse 1 "Prodotti turistici" sono state improntate all'esigenza di innovare i prodotti turistici esistenti e di favorire la creazione di nuovi prodotti. Per non sviluppare prodotti turistici scollegati dai contesti territoriali è apparso opportuno calare questo tipo di attività anche all'interno di progettualità già esistenti che potevano favorire il coinvolgimento degli attori territoriali. Nel 2020, grazie a progetti di cooperazione internazionale e transfrontaliera si è riusciti ad attivare in alcuni casi (Tourism 4All) momenti di formazione per approfondire alcuni segmenti della domanda (turismo accessibile), in altri casi (*Cult Create*) dei veri e propri laboratori di prodotto attraverso processi partecipativi in grado di coinvolgere gli *stakeholder* territoriali, in particolare le imprese turistiche, gli enti locali ed altri soggetti delle filiere di volta in volta interessate.

**Il contributo delle imprese culturali creative al turismo in Veneto.** Con il progetto *Cult Create*, promosso dalla Direzione di Bruxelles della Regione del Veneto, si sta cercando di sperimentare l'integrazione della filiera turistica con quella delle imprese culturali e creative anticipando una collaborazione tra turismo e cultura che sarà probabilmente alla base del POR FESR 2021-2027. Il progetto Cult-CreaTE, che comprende 8 partner europei, mira a rafforzare la sinergia tra il sistema turistico e le imprese culturali-creative presenti nelle diverse regioni coinvolte. La Regione Veneto (partner di progetto) si è posta l'obiettivo di creare nuove esperienze turistiche a Padova e sui Colli Euganei sviluppando tre filoni tematici: letterario, musicale e cinematografico.

Nel 2021, si prevede di realizzare tre azioni specifiche:



1. Co-creazione di un itinerario musicale a Padova, la città del compositore Tartini e dell'inventore del pianoforte Bartolomeo Cristofori: un'azione pilota per sostenere la competitività delle CCI e lo sviluppo del CCT;
2. Creazione dell'esperienza "Euganea Film Tour";
3. Sviluppo di un percorso letterario sui Colli Euganei e disciplinare di prodotto tra gli operatori locali.

**Azioni di avvio e sviluppo del geoturismo nell' area del Bene Dolomiti Unesco Patrimonio dell'Umanità: Dolomiti Geotrail - Veneto.** Il riconoscimento delle Dolomiti come Patrimonio Mondiale dell'Umanità da parte dell'Unesco comporta, oltre a misure di tutela e protezione del Bene, anche azioni di valorizzazione e sviluppo turistico sostenibile dell'area. Fra queste, il "geoturismo" rappresenta una valida risorsa per sviluppare un segmento turistico basato sui siti e sulla storia della geologia del Bene Unesco, che costituisce uno dei due criteri (Geologia e Paesaggio) del riconoscimento da parte di Unesco.

Nell'ambito delle attività sviluppate dalla Fondazione Dolomiti Unesco, di cui la Regione Veneto è socio fondatore e che pertanto siede nel Consiglio di Amministrazione, è stato creato il "Dolomiti Geotrail", un itinerario basato sulla geologia, che interessa tutti e 9 i siti seriali del Bene Unesco, ed in particolare la Provincia di Belluno, con una quota rilevante dell'intero Geotrail.

A latere di questa azione di studio, identificazione e descrizione del percorso - fatta nell'ambito della programmazione 2020 della Fondazione Dolomiti Unesco - è in corso di realizzazione anche una "Cartoguida Geotrail".

#### **d. ORIZZONTE 2030**

I mutati scenari conseguenti agli impatti del COVID, impongono di ripensare, anche per il Veneto, il modello di sviluppo del turismo conosciuto fino al 2019 e che – pur con risultati di tutto rilievo - aveva evidenziato alcuni elementi di criticità e sostenibilità anche economica.

Oggi vi è ancora più l'esigenza di innovare e differenziare l'offerta turistica di imprese e destinazioni favorendo:

- la creazione di nuove imprese turistiche e appartenenti alla filiera turismo-riferita, orientate allo sviluppo di nuovi/diversificati/rinnovati prodotti turistici;
- la creazione e 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 sui mercati nazionale ed internazionali per riattivare la domanda verso le destinazioni venete dopo il forzato stop delle attività turistiche a causa del Covid-19.

Alcuni esempi:

- Favorire l'adozione di certificazioni ambientali per imprese e destinazioni in ottica di sostenibilità, attraverso percorsi quali la certificazione di sostenibilità ambientale e



responsabilità sociale secondo i criteri e gli standard del Global Sustainable Tourism Council (GSTC).

- Con la programmazione 2021-2027 favorire l'integrazione della filiera turistica con quella delle imprese culturali e creative per sviluppare nuovi prodotti turistici (es. turismo dei luoghi letterari, turismo musicale, film-induced tourism, etc.), che consentano l'allungamento della permanenza media nelle destinazioni urbane - spesso caratterizzate invece dalla logica degli short break - ed incentivando forme di turismo esperienziale, alla scoperta del genius loci e valorizzando/recuperando il patrimonio storico-artistico e culturale, rilanciando il tessuto commerciale urbano. Ciò potrà essere fatto attraverso forme di tematizzazione dell'offerta, l'incentivazione di reti di imprese integrate tra cultura e turismo, nonché la creazione di nuove imprese, sostenendo il recupero del patrimonio materiale e immateriale e favorendo lo sviluppo di centri commerciali naturali nei centri storici.
- Si ritiene necessario e strategico, realizzare infrastrutture verdi, perseguendo l'obiettivo di tutelare e valorizzare le risorse naturali del territorio, recuperando quelle presenti in quello fortemente antropizzato, ovvero l'ambiente urbano, dove il conflitto tra artificialità e naturalità è molto alto ed è causa di perdita di biodiversità e di qualità dei servizi ecosistemici. L'attenzione quindi si concentrerà su territori urbani/periurbani in cui il sistema naturale necessita di tutela individuando quali soggetti gestori/beneficiari della programmazione gli enti pubblici di gestione delle aree naturali protette regionali (Comuni, Province, Enti Parco, etc.).
- E' necessario favorire nelle aree ancora turisticamente marginali 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 attività di affiancamento alle aree interne che portino alla costituzione di tavoli di coordinamento degli stakeholders territoriali da evolvere poi in forme di presidio organizzato del marchio d'area e incentivando la costituzione di club di prodotti trasversali nella forma di reti di imprese.

Vengono inoltre suggeriti:

#### **focus sul turismo esperienziale e sull'enogastronomia**

- **Artigianato**
- **Rurale**
- **Giovani**
- **Messa in rete dei luoghi UNESCO regionali**
- **filiera della ristorazione (show cooking, masterclass, ecc.)**





## integrazione con altri settori

- Integrazione attività agricole con turismo
- Integrazione risorse ambientali e risorse culturali
- Azioni di integrazioni con piani di settore trasporti: mobilità ciclistica, aree Unesco, ecc.
- cross promotion con altri settori es. alimentare
- prodotti turistici attenti a trasversalità dei territori e dei clienti. favorire eventi promozionali e commerciali in territori diversi
- fare dialogare di più settori es. artigianato

## adeguamento infrastrutture e progetti sostenibili

- Potenziamento infrastrutture che favoriscono i nuovi prodotti legati al turismo lento (mobilità, segnaletica, manutenzioni, ...)
- Tradurre la sostenibilità legata alla mobilità in azioni (colonnine, ...)
- realizzare un marchio sostenibilità del Veneto
- certificazione green (ISO 21401)

## MICE

- riposizionamento destinazione
- protocollo regionale sul congressuale
- eventi a rotazione tra destinazioni (recuperare)
- focus miche all'interno di Buy veneto
- fiere e workshop ma più eventi sul territorio
- promozione digitale
- osservatorio in ambito miche
- formazione
- Offerte per mercato italiano

## turismo sportivo

- distinguere tra comunicazione, eventi, partecipazione attiva: necessario approfondire
- servono investimenti se non si vuole che tutto si risolva ad offerte di ospitalità a prezzi stracciati
- sviluppare l'offerta sportiva sulla base delle vocazioni dei territori
- sport - trattare in maniera coordinata su tutto il territorio (es. maratone)

## turismo accessibile

- diffondere la conoscenza e fare patrimonio comune dell'esperienza dei tanti progetti sviluppati in regione
- potenziare l'accessibilità dei siti web





### prodotti da innovare nella gestione

- strade del vino prodotto trasversale che necessita di riconoscibilità e di maggior collegamento all'offerta turistica regionale
- escursionismo in mountain bike
- prodotto montagna veneta

### definizione ruoli pubblico e privato, OGD e operatori.

- es. OGD Padova, Marchio d'Area Rovigo
- es. città metropolitana (enti intermedi)

Più in generale -in prospettiva- vale la pena di riconsiderare la nuova piramide dei bisogni



IMPATTO SOCIALE



Auto-trascendenza

CHE CAMBIA LA VITA



Da' speranza



Auto-realizzazione



Motivazione



Eredita'



Affiliazione/  
appartenenza

EMOZIONALE



Riduce  
l'ansia



Mi  
premia



Nostalgia



Design/  
estetica



Marchio di  
valore



Benessere



Valore  
terapeutico



Divertimento/  
intrattenimento



Attrattiva'



Da'  
accesso

FUNZIONALE



Fa risparmiare  
tempo



Semplifica



Fa  
guadagnare



Riduce i  
rischi



Organizza



Integra



Mette in  
connessione



Riduce  
gli sforzi



Evita le  
scocciature



Riduce il  
costo



Qualita'



Varieta'



Appeal  
sensoriale



Informa

Fonte: Harvard Business Review