



Veneto
The Land of Venice

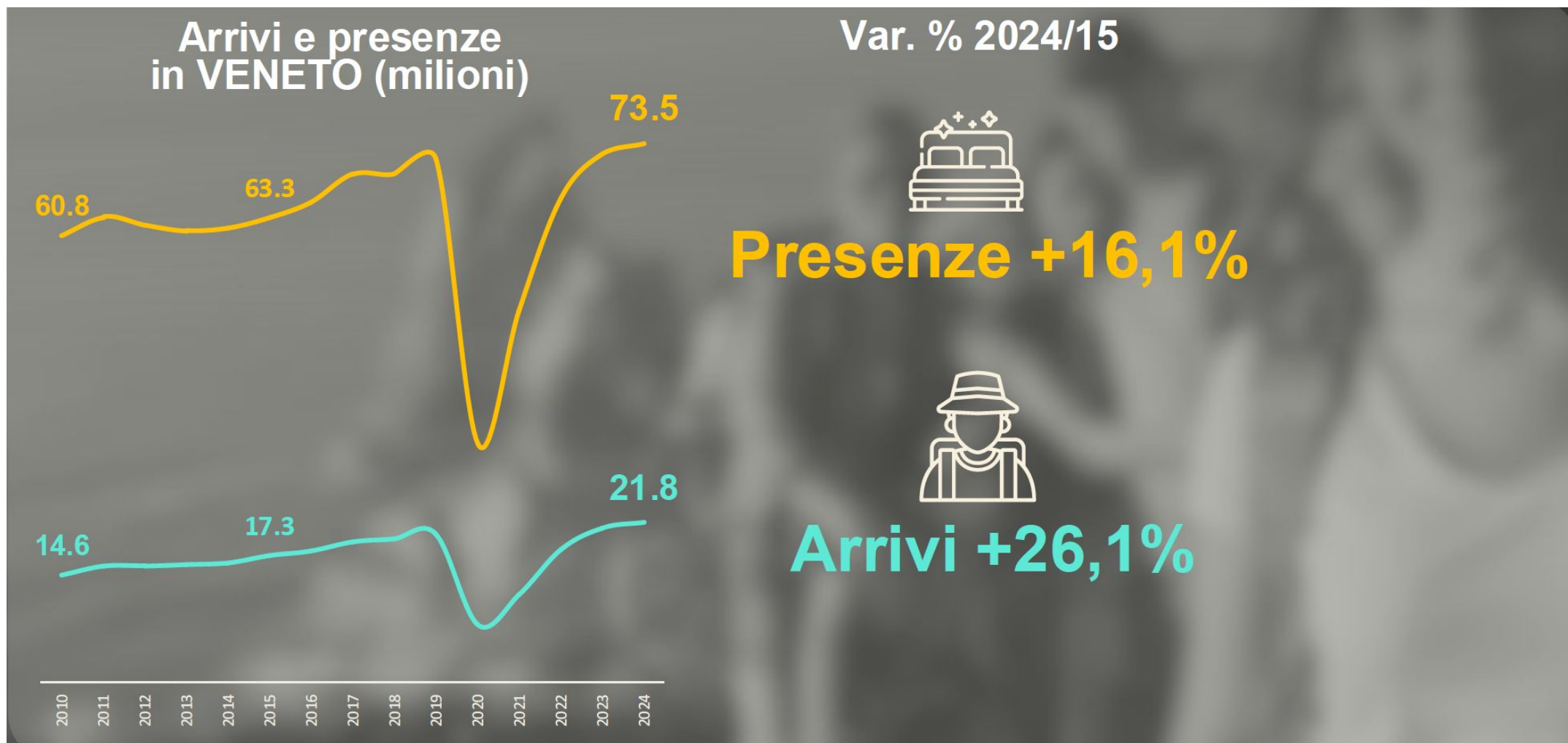
www.veneto.eu



Turismo Veneto Protagonisti del cambiamento

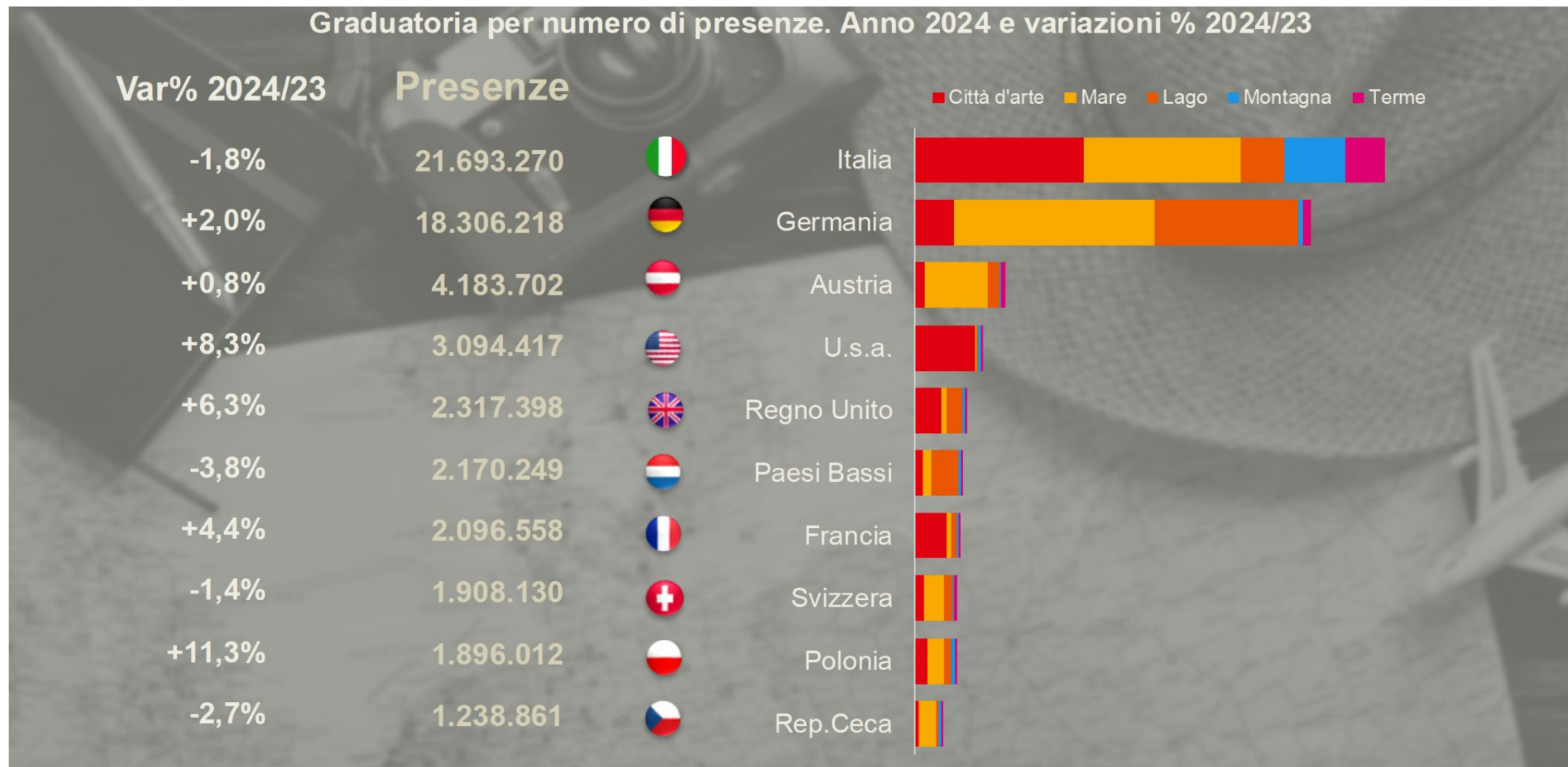

DAVIDE BUSETTO

IL TURISMO IN VENETO, UN BILANCIO DI DIECI ANNI



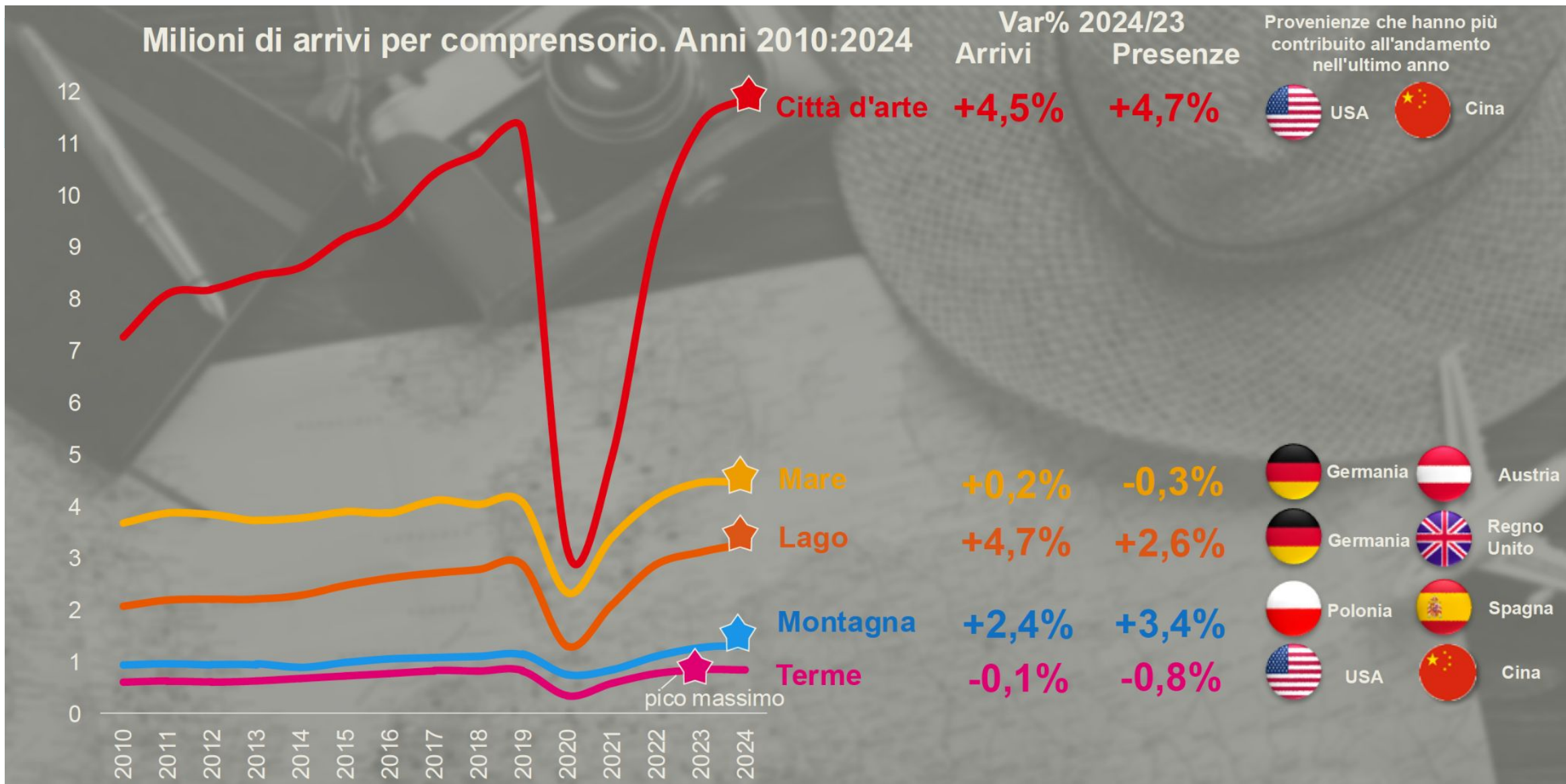
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

COME CRESCE IL TURISMO NELLE DESTINAZIONI



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

COME CRESCE IL TURISMO NELLE DESTINAZIONI

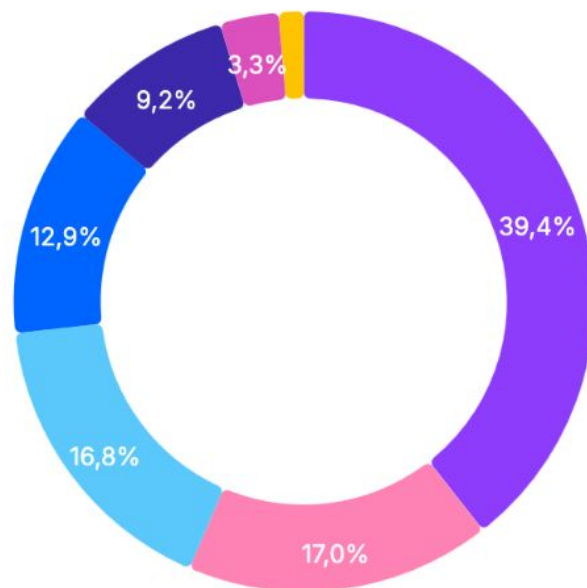


Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

LA REPUTAZIONE DEL VENETO

Grazie alla collaborazione con Data Appeal, l'Osservatorio Turistico può monitorare il livello di gradimento e la reputazione online su un bacino di **70.000 POINT OF INTEREST (POI)**

Volume totale POI **70,0k**



● Locali E Ristorazione ● Affitti Brevi
● Attrazioni ● Ricettività ● Trasporti
● Intrattenimento ● Agricoltura

SENTIMENT complessivo del Veneto (posizionamento medio-alto) e disponibile anche per singola Destinazione e/o comparto



Le **TRACCE DIGITALI** ammontano a:

- Oltre 10,5 milioni tra il 2023 e il 2025
- Oltre 17 milioni negli ultimi 5 anni

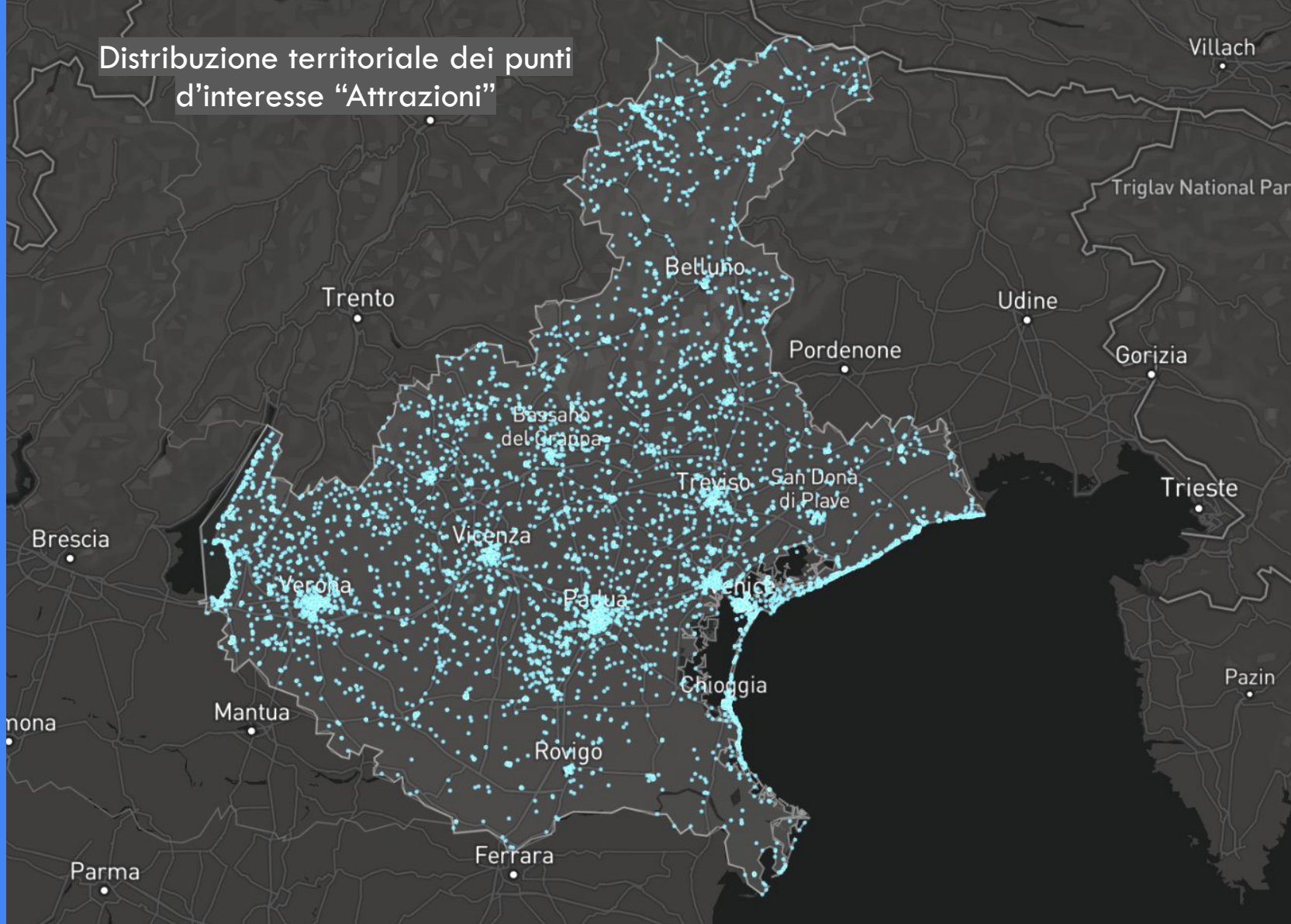
Osservatorio del Turismo Regionale Federato

Fonte D/AI Destinations, The Data Appeal Company (analisi su 2025)

OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

LA REPUTAZIONE DEL VENETO

Verso un presidio sempre più
capillare della qualità percepita
dell'offerta turistica



Osservatorio del Turismo Regionale Federato

Fonte D/AI Destinations, The Data Appeal Company (analisi su 2025)

OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

NUOVI SCENARI

“Europa. Il modello su cui si basava sembra finito: la difesa fornita dagli Stati Uniti, l’export in gran parte verso la Cina, l’energia a buon mercato dalla Russia” **(Mario Draghi - The Global Boardroom)**

«L’intelligenza artificiale sta rivoluzionando il marketing e avrà un’influenza enorme sul modo in cui le destinazioni interagiranno con i viaggiatori. Le DMO prevedono che l’impatto dell’intelligenza artificiale sarà più rilevante nella creazione di contenuti, con quasi la metà (49%) che prevede un impatto significativo. Un numero crescente di strumenti di intelligenza artificiale stanno trasformando i processi creativi, dai contenuti di lunga durata ai post sui social media.

Il 40% delle DMO vede un potenziale significativo nell’intelligenza artificiale per l’analisi predittiva e le previsioni, il 38% per l’analisi e l’interpretazione dei dati e il 37% per la personalizzazione dei contenuti di marketing»

(DIGITAL TOURISM THINK TANK - State of Destination Marketing 2024)

Principali direttrici di cambiamento impattanti nel settore turistico

Cambiamento socio-demografico



L’invecchiamento della popolazione e il progressivo innalzamento del tasso di alfabetizzazione digitale rappresentano due tendenze demografiche determinanti con implicazioni dirette per il settore turistico.

- Propensione a rimanere in contatto
- Cambiamenti nel processo di acquisto
- I nativi digitali come principali consumatori del turismo intelligente
- Spinta all'apprendimento permanente
- Invecchiamento della popolazione

Progresso tecnologico



La crescita della connettività e delle infrastrutture distribuite stanno rendendo la trasformazione digitale sempre più accessibile e capillare. I dati rappresentano il carburante essenziale per la maggior parte di queste forze.

- Big Data
- Sistemi di raccomandazione
- Cloud computing
- Realtà aumentata
- Intelligenza artificiale
- Sensori ed evoluzione nell'IoT
- Sicurezza informatica e blockchain
- Metaverso
- Robotica per il turismo

Sviluppo sostenibile



Già in atto da prima della crisi da COVID-19, si prevede che queste forze guidino il cambiamento verso un'economia più inclusiva, economicamente e ambientalmente sostenibile.

- Turismo Responsabile
- Crescente uso della sharing economy
- Turismo Accessibile e Inclusivo
- Nuovi modelli di business e turismo rigenerativo

Fonte:

Smart Tourism Destinations SI2.843962, Luglio 2022
Presentato da PwC EU Services EESV, Intellera Consulting,
CARSA e l'Università di Malaga

per la Commissione Europea Direzione Generale Mercato Interno, Industria, Imprenditoria e PMI (DG GROW).



Piano Strategico del Turismo Veneto 2025 - 2027

I TEMI DEL PSTV

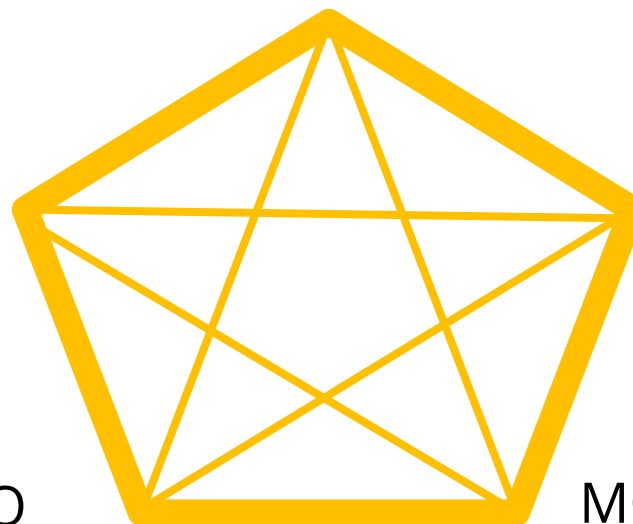
QUALITÀ SOSTENIBILE

GOVERNANCE,
DESTINAZIONI, MARCA

INNOVAZIONE PERVASIVA

IMPRESA E LAVORO

MODELLI E PRODOTTI



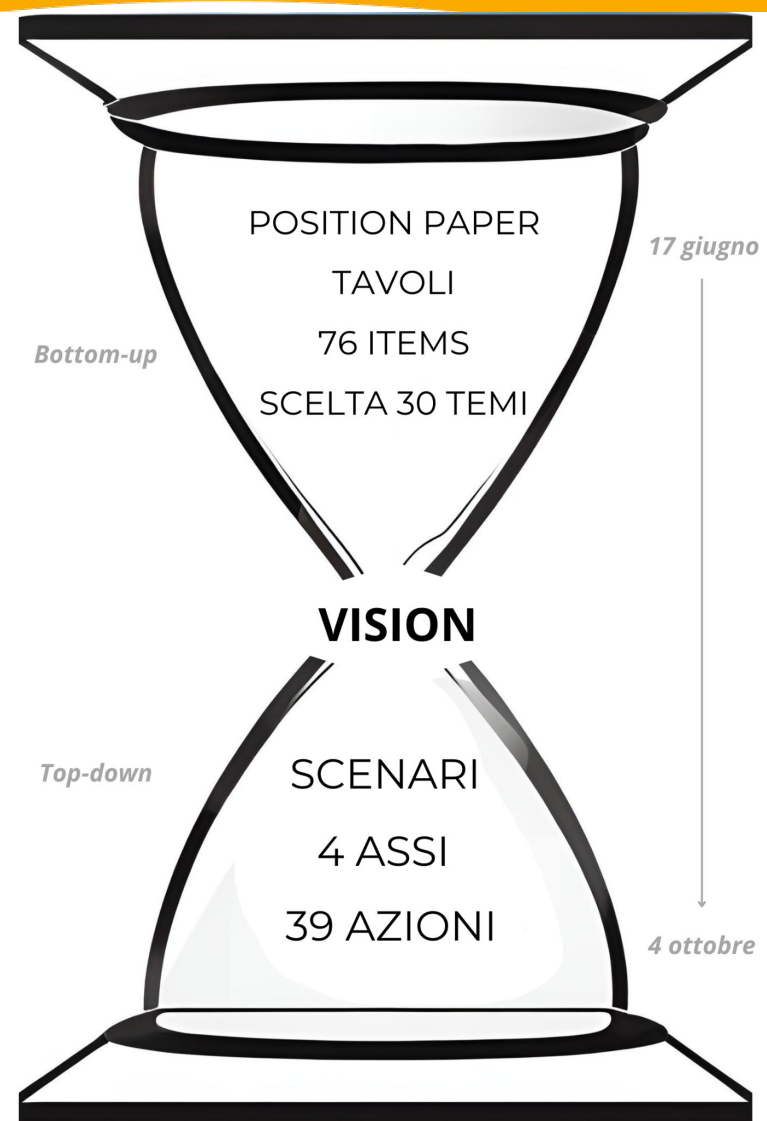
Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu

5 tavoli, 5 temi, 10 interrelazioni



Piano Strategico del Turismo Veneto 2025 - 2027



Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu



Piano Strategico del Turismo Veneto 2025 - 2027

LA VISION – PROTAGONISTI DEL CAMBIAMENTO

VENETO APERTO

Un sistema di accoglienza permanentemente aperto, anche oltre le diverse specifiche stagionalità.

VENETO ATTENTO

Continuare a praticare la virtù dell'attenzione, sfuggendo a semplificazioni, slogan, ricette e facilonerie.

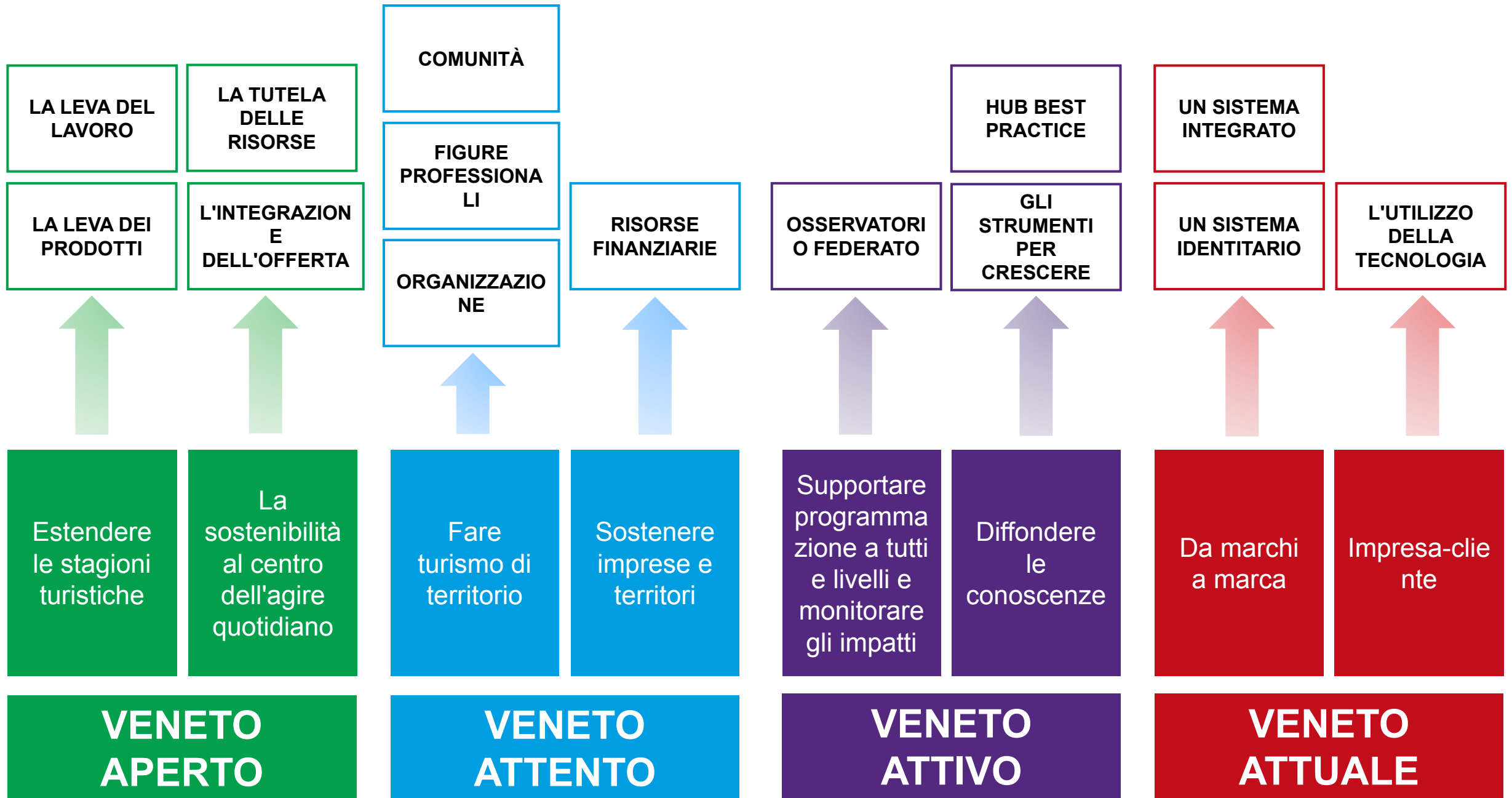
VENETO ATTIVO

Un soggetto-sistema sempre più affiancato al soggetto-Regione, a partire dalle CCIAA ed esteso ad imprese e stakeholder anche di altri settori e alle Comunità locali.

VENETO ATTUALE

Incorporare e assecondare la velocità del cambiamento, che deve diventare un connotato della Marca regionale, superando ed integrando il "sistema di marchi".

OBIETTIVI E LINEE STRATEGICHE



L'INNOVAZIONE NEL TURISMO VENETO

1. *L'OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE FEDERATO*
2. *PRODOTTI TURISTICI "SLOW AND GREEN" PER UN TURISMO PIÙ SOSTENIBILE" (BIKE, CAMMINI, PARCHI LETTERARI, TURISMO MUSICALE)*
3. *RIPENSARE LA "MEETING INDUSTRY"*
4. *NUOVI PRODOTTI PER UN TURISMO ACCESSIBILE*
5. *EVOLVERE LE ORGANIZZAZIONI DI GESTIONE DELLA DESTINAZIONE (STD)*
6. *"CARTA DELL'ACCOGLIENZA E DELL'OSPITALITÀ" DIFFUSIONE E DECLINAZIONI TERRITORIALI VERSO MILANO CORTINA 2026*
7. *INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA DIFFUSA: IAT, INFO-POINT E IL PROGETTO EDITORIA E IMMAGINE COORDINATA*
8. *"LE PORTE DELL'ACCOGLIENZA: DAGLI HUB AEROPORTUALI E FERROVIARI AI SITI UNESCO*
9. *"DIGITAL TOURISM" E "DMS VENETO" PER LA GESTIONE ON LINE DELL'OFFERTA TURISTICA*
10. *'VENETO, THE LAND OF VENICE' - DIFFUSIONE DEL MARCHIO OMBRELLO*
11. *LA VENETO MyCARD*

OSSERVATORIO DEL TURISMO REGIONALE FEDERATO

Dati e Indicatori



Dati ufficiali

Sistema dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto

[vai alla sezione](#)



Arrivi e Presenze

Visualizzazione mappe e grafici degli indicatori basati sui dati ufficiali

[vai alla sezione](#)



Sentiment e Reputation

Dashboard interattiva per il monitoraggio del feedback dal pubblico online

[vai alla sezione](#)



Data Intelligence

Dashboard interattiva per il monitoraggio dei dati di prenotazione

[vai alla sezione](#)



Spesa turisti ed escursionisti

Dashboard interattiva per il monitoraggio della spesa di turisti ed escursionisti in Veneto

[vai alla sezione](#)



Customer Journey

Analisi del comportamento dei turisti sulla destinazione Verona fino al 2022

[vai alla sezione](#)

[Osservatorio del Turismo Regionale Federato](#)

OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM

Uno strumento unico
per la Gestione integrata
delle funzioni delle Destinazioni

Destination Management
Destination Marketing



INFORMAZIONE



ACCOGLIENZA



PROMOZIONE



COMMERCIALIZZAZIONE

Organizzare e gestire le destinazioni turistiche del futuro

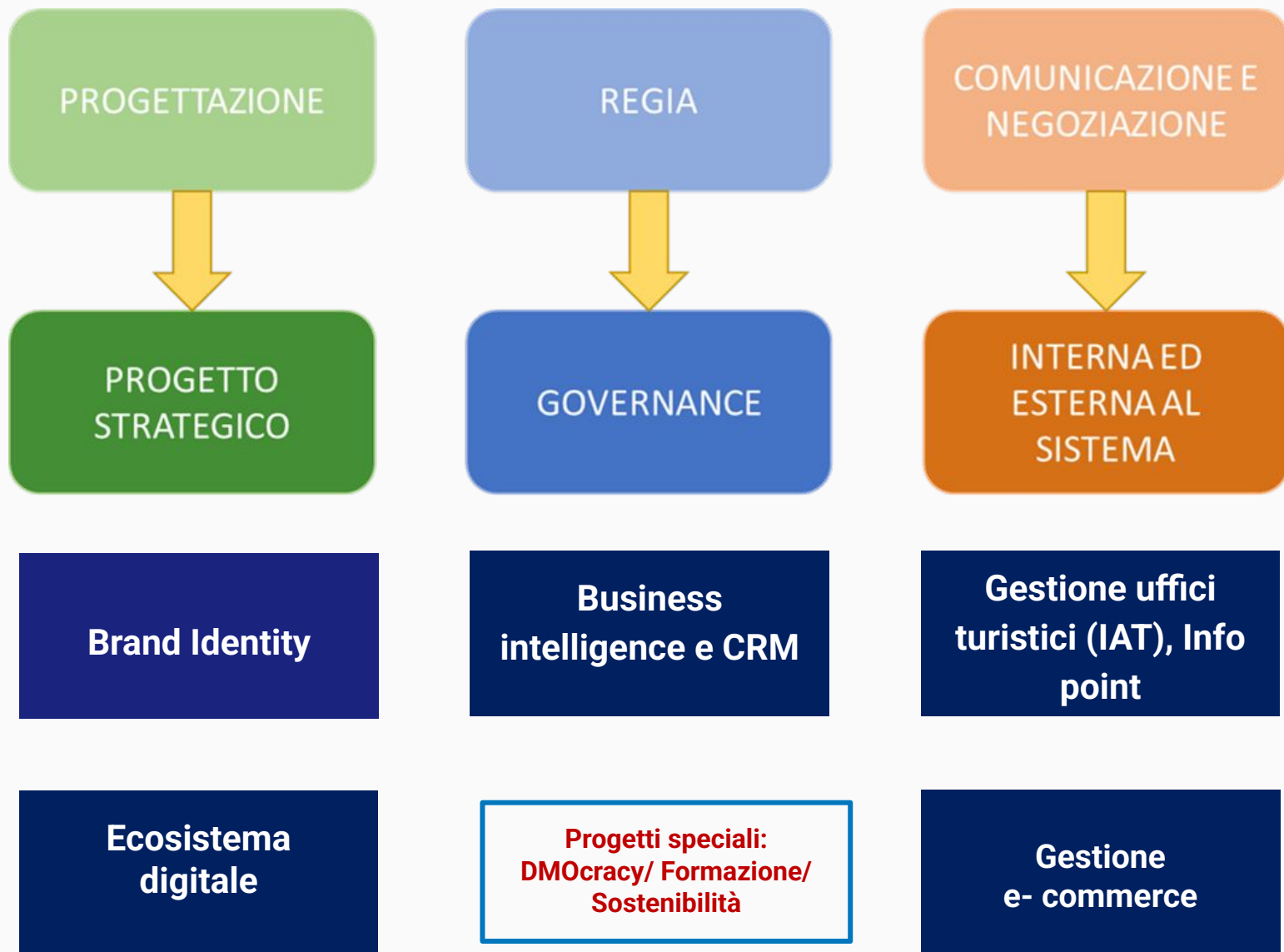
L'importanza di una destinazione organizzata

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.**

Fabbisogni, competenze, funzioni

I cambiamenti di scenario in ambito turistico hanno fatto emergere nuovi fabbisogni e nuove funzioni per le destinazioni turistiche, ma anche il ripensamento di quelle preesistenti, che necessitano di nuove competenze e di capitale umano adeguato sia dal punto di vista numerico che delle professionalità



Buone pratiche

Regione del Veneto e Unioncamere del Veneto hanno commissionato alcune analisi per accompagnare l'evoluzione delle destinazioni turistiche verso un approccio di Smart Tourism

Si ringraziano:

Bologna Welcome - Just Good Tourism

Avv. Prof. Giovanni Sala

Studio Giaccardi e associati



FONDAZIONE
AREZZO intour



Bologna Welcome

**INNS'
BRUCK**



**LANGHE
MONFERRATO
ROERO**

The Home of BuonVivere

Fundació Visit
VALENCIA

Vorarlberg Tourismus } **VOR
ARL
BERG**

lloret
de mar

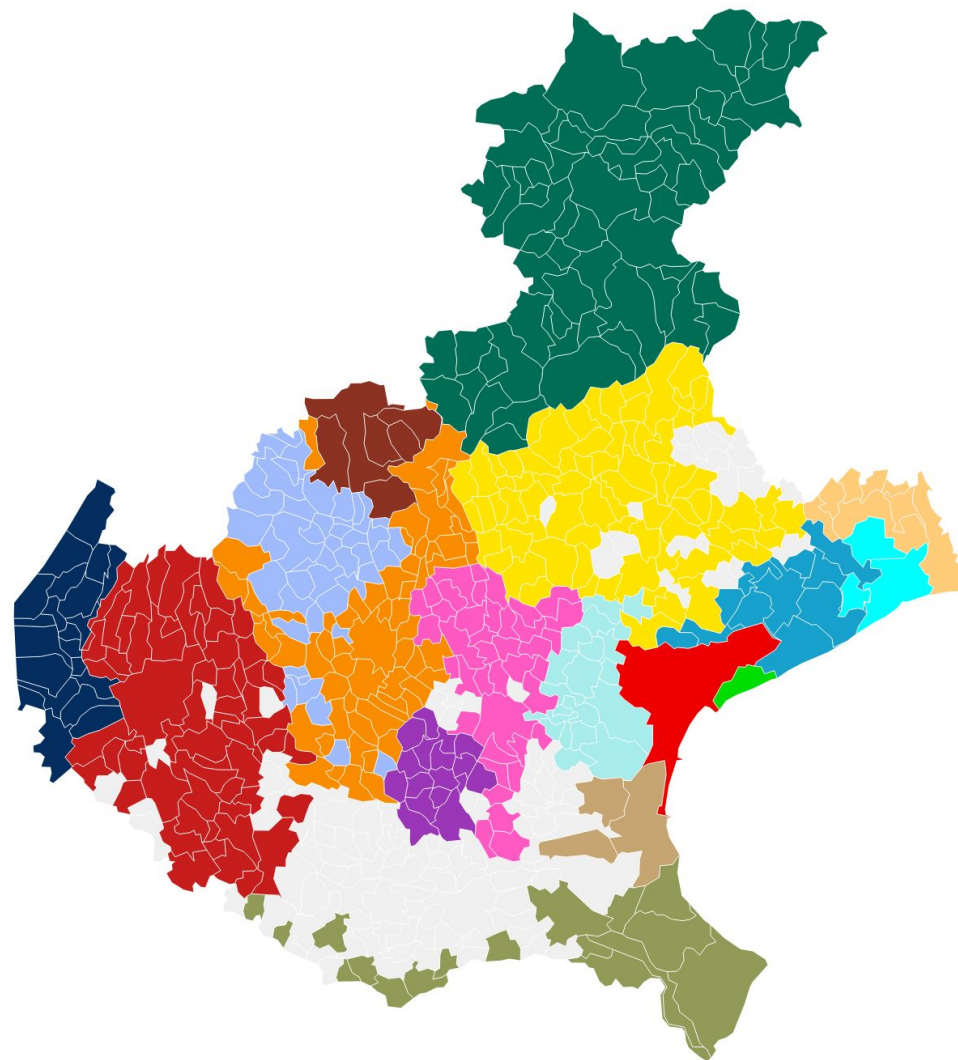
LUZERN 
INCERNE
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

LE DESTINAZIONI IN VENETO

Organizzazioni di Gestione della Destinazione (OGD)

(Riconosciute da Regione del Veneto Dgr. 2286/2013 e Dgr. 190/2017)

DMO CAORLE DMO LAGO DI GARDA FONDAZIONE DMO DOLOMITI BELLUNESI OGD BIBIONE E
SAN MICHELE AL TAGLIAMENTO OGD CAVALLINO TREPORTI OGD CITTA' D'ARTE E VILLE VENETE DEL
TERRITORIO TREVIGIANO OGD ALTOPIANO ASIAGO 7 COMUNI OGD JESOLO ERACLEA OGD
PADOVA OGD PEDEMONTANA VENETA E COLLI OGD PO E SUO DELTA OGD RIVIERA DEL BRENTA
E TERRA DEI TIEPOLO OGD TERME E COLLI EUGANEI OGD TERRE VICENTINE OGD
VENEZIA OGD VERONA NESSUNA OGD FONDAZIONE DMO CHIOGGIA TOURISM



(ultimo aggiornamento settembre 2024)

Fonte: Direzione turismo - Regione Veneto • Creato con Datawrapper

Governance multilivello nel turismo

Livello regionale

- Legislazione e organizzazione turistica
- Piano strategico del turismo
- Standard e coordinamento della rete IAT/infopoint
- Gestione dell'Osservatorio del turismo e condivisione dei dataset con le destinazioni
- Disseminazione, networking, ricerca e sviluppo
- Incentivi a destinazioni e imprese
- Strategia di branding su più livelli: marchio ombrello, marchi derivati, linee guida per i marchi di destinazione
- Coordinamento e innovazione di prodotto quando lo spazio vitale va oltre la singola destinazione
- Promozione sui mercati interni e su quelli di medio-lungo raggio, in coordinamento con le destinazioni
- Piattaforme comuni (DMS e vetrina istituzionale)

DMO di area vasta

- Destination Management Plan (DMP) e programmazione strategica d'ambito
- Coordinamento di destinazione, applicazione degli standard IAT e gestione diretta degli IAT di rilevanza strategica
- Gestione della dashboard di destinazione, utilizzo dei dataset regionali e integrazione con dati proprietari
- Matrice prodotti di destinazione e costruzione del catalogo esperienze
- Strategia di branding di destinazione coerente e integrata con il marchio ombrello e con i marchi derivati regionali
- Promozione sui mercati interni e sui mercati di medio raggio, in coordinamento con il livello regionale
- Promo-commercializzazione avanzata e supporto tecnico a reti, consorzi e imprese

Ambito territoriale

- Piano esecutivo (declinazione del DMP a livello locale)
- Informazione, accoglienza e gestione degli IAT locali (non delegabile)
- Partecipazione alla costruzione dei prodotti e al catalogo di destinazione
- Inserimento di offerte ed esperienze nel DMS e commercializzazione diretta ove abilitati
- Applicazione corretta dei marchi regionali e di destinazione nella comunicazione locale, sensibilizzando e coinvolgendo le imprese
- Collaborazione alle attività promozionali della destinazione



TURISMO SOSTENIBILE



Veneto
The Land of Venice

®

www.veneto.eu

Le politiche europee definiscono il contesto per il turismo sostenibile:

- Green Deal Europeo e Legge sul Clima (EU Climate Law):
 - Riduzione emissioni -55% entro il 2030
 - Neutralità climatica entro il 2050
- Fit for 55: pacchetto di misure per energia, trasporti, edilizia e mobilità
- CBAM e regolamenti su imballaggi e inquinamento

Rilevanza per il turismo:

- Adeguamento delle strutture ricettive a standard ambientali
- Sviluppo di destinazioni e prodotti turistici a basso impatto
- Integrazione tra transizione verde e attrattività turistica

Incentivi nazionali a sostegno del turismo

- **Credito d'imposta fino all'80% per interventi su strutture ricettive e termali:**

- Riqualificazione edilizia ed energetica
- Accessibilità e abbattimento barriere architettoniche
- Realizzazione piscine e acquisizione attrezzature termali
- Digitalizzazione e innovazione tecnologica

- Contributi a fondo perduto fino al 50% delle spese, cumulabili con i crediti d'imposta

Obiettivo: sostenere la rigenerazione dell'offerta turistica nazionale in chiave qualitativa, sostenibile e accessibile.



PRIORITÀ 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 (Smart Tourism Destination):**

18 PROGETTI FINANZIATI

Destinatari: soggetti pubblici e partecipati, capofila di **destinazioni (OGD)** 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 (**rigenerazione imprese ricettive, club di prodotto, aggregazioni per la promozione**):

FINANZIATE OLTRE 500 IMPRESE (di cui 180 in ambito montano) e oltre 20 RETI/AGGREGAZIONI

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

PRIORITÀ' 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 (**affiancamento Aree Interne**):

6 PROGETTI FINANZIATI

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

TOTALE specificatamente dedicato al settore turistico nel PR FESR:
circa **€ 81 milioni** + 4 milioni Fondi Regionali, **già impegnati 70 milioni di Euro.**
CON IL POR FESR 2014-2020: **OLTRE 50 MILIONI DI EURO**
A FAVORE DELLE IMPRESE TURISTICHE

Smart Tourism Destination

Approccio multidimensionale al management delle destinazioni:

- definizione di strategie specifiche e modelli di governance efficaci;
- identificazione di flussi di dati e dataset rilevanti;
- strategie volte a migliorare la sostenibilità ambientale delle destinazioni;
- tecnologie e infrastrutture idonee;
- competenze e politiche orientate alle imprese dell'ecosistema turistico

Diventare una destinazione intelligente richiede un approccio globale





GRAZIE!



www.veneto.eu