

A Mira primo incontro di Intesa Sanpaolo e Destination Italia sul turismo 4.0 in Veneto

notizia pubblicata **26 Giugno 2018** alle ore **12:30** nella categoria **Eventi**



Si e' tenuto nella Villa Franceschi a Mira (Ve) il primo di una serie di incontri sul territorio organizzati da Intesa Sanpaolo con Destination Italia per fare il punto sulle prospettive del Turismo 4.0 italiano, in particolare quelle relative alle destinazioni turistiche del Veneto.

All'incontro sono intervenuti Renzo Simonato, direttore regionale Triveneto Intesa Sanpaolo che ha delineato le strategie di supporto al sistema turistico da parte della banca; Ilaria Sangalli, direzione Studi e Ricerche Intesa Sanpaolo che ha presentato una ricerca sul tema 'Valore e potenzialita? del turismo nell'attuale scenario competitivo'; Mirko Lalli, founder e CEO Travel Appeal che ha parlato di 'Data driven: come i dati cambiano il nostro comportamento, la comunicazione e la promozione turistica. Focus sulla reputazione delle strutture ricettive del territorio'.

Sono seguite poi le relazioni sul tema 'Destination Italia: come creare una destinazione di successo' di Marco Ficarra, co-founder & CEO Destination Italia, Giorgio Medina, product manager B2C Destination Italia, Emma Taveri CEO Destination Makers e Tommaso Peduzzi, Country Manager Treksoft in Italia.

Destination Italia, una online travel agency nata dalla partnership tra Lastminute.com e Intesa Sanpaolo con la mission di rendere prenotabile a un turista straniero l'esperienza di viaggio in Italia, la destinazione turistica e culturale piu? desiderata al mondo secondo il 'Country Brand Index'. La piattaforma www.destinationitalia.com serve sia i turisti stranieri che desiderano organizzare e prenotare direttamente i

propri viaggi e le attività? nei territori, sia i grandi TO internazionali alla ricerca di prodotto di qualità? da offrire ai loro clienti più? esigenti. In particolare, i partner del progetto hanno illustrato il Destination Master Program, dedicato agli operatori turistici sul territorio che offrono esperienze, percorsi, attività?, corsi, visite, ticketing, trasporto, noleggio, come anche rivolto alle associazioni turistiche e alle Destination Management Organization (DMO) delle singole località?. Gli operatori affiliati, i cosiddetti 'Destination Master', potranno scegliere di operare a tre diversi livelli – Tech Master, Product Master e Storytelling Master, in funzione delle proprie esigenze – e già? al primo livello potranno realizzare, con un modesto investimento, la prima esigenza di un operatore turistico: rendere digitale e prenotabile con un solo click la propria offerta, eventualmente appoggiandosi alle licenze di Destination Italia per poter gestire booking e transazioni.

Si è quindi tenuta la tavola rotonda 'Esperienze sul territorio, tendenze e prospettive di crescita. L'impatto economico della filiera del turismo per lo sviluppo delle destinazioni sul territorio' a cui hanno preso parte: Fabrizio Alfano, direttore commerciale Imprese Triveneto Intesa Sanpaol; François Droulers, presidente Sezione Turismo Confindustria Venezia Area Metropolitana Venezia Rovigo; Alessandro Rizzante, vicepresidente Fidimpresa Fiditurismo Jesolo; Edi Sommariva, project manager Reti di Impresa Confcommercio e Matteo Pasqualotto, co-founder e marketing manager Veronality.

Dalla ricerca di Intesa Sanpaolo è? emerso che l'Italia si classifica tra le prime cinque top destination mondiali, grazie ad una crescita a due cifre dei turisti non residenti negli ultimi 9 anni (+42,9% gli arrivi e +31,1% le presenze).

A livello regionale, è? il Veneto a rappresentare il principale attrattore turistico, con il 16% circa delle presenze totali di turisti in Italia (69,2 milioni su 427, nel 2017); percentuale che sale al 22% se consideriamo solo le presenze dei turisti non residenti (47,1 milioni in Veneto nel 2017, su 212 milioni in Italia), per un grado di internazionalizzazione che sfiora il 70%. Sono cresciute le presenze dei turisti provenienti dai paesi emergenti; più? che raddoppiate quelle di cinesi e russi, che insieme sfiorano ormai i 2 milioni annui.

L'offerta turistica veneta si configura tra le più? ricche di tematismi, che spaziano dal marino all'arte, dal lacuale al montano, abbracciando anche il termale e le tendenze più? recenti, come il turismo enogastronomico o sportivo/green. Anche dal lato del ricettivo emerge un primato del Veneto, che da solo offre il 27% dei posti letto alberghieri disponibili sul territorio italiano, con un'incidenza degli hotel a stellaggio alto (4 e 5 stelle) che sfiora il 40%, circa due punti sopra il dato nazionale.

Tuttavia, il potenziale turistico della regione risulta, ad oggi, sfruttato solo in parte. Nuove opportunità? di sviluppo emergono, infatti, dall'offerta di pacchetti multi-tematici, nell'ottica di un turismo di tipo esperienziale che possa innalzare, al contempo, anche il grado di sostenibilità? turistica delle mete d'arte più? ambite, come Venezia. La Riviera del Brenta, che ospita il convegno odierno, rappresenta un esempio di offerta turistica complementare che, con la sua varietà? di fattori d'attrattiva (patrimonio culturale, naturalistico e ricco calendario di eventi), può? dar vita a un importante gioco di sinergie, qualora si spinga maggiormente sulla leva della visibilità?, sia internazionale che nazionale, sfruttando le potenzialità? offerte dal web.

Le maggiori potenzialità? di crescita potranno riguardare le strutture in grado di allinearsi agli standard internazionali e arricchire la propria offerta. A tale proposito sono stati illustrati i servizi che Intesa Sanpaolo mette a disposizione degli imprenditori turistici: dai finanziamenti per gli investimenti necessari alla crescita e all'operatività? ordinaria, allo sviluppo del Programma Filiera per valorizzare la capacità? di fare sistema e trarre benefici in termini di miglior accesso al credito grazie all'appartenenza ad una catena

di valore che consente loro di essere indicate come strategiche per il Champion e quindi di beneficiare di migliori condizioni. Con lo stesso obiettivo c'è il nuovo Modello di Rating Qualitativo che valorizza anche gli elementi intangibili nel calcolo finale del merito di credito. L'attenzione alla valorizzazione del comparto avviene anche grazie all'associazione a una valutazione "tradizionale" di un'analisi "industriale" per consentire ai nostri Gestori la piena valorizzazione degli elementi qualitativi, dei progetti delle imprese turistiche e dei loro contenuti gestionali. Il Gruppo Intesa Sanpaolo inoltre offre supporto specialistico su progetti complessi attraverso il Desk Turismo di Mediocredito Italiano e finanza straordinaria grazie sia a Mediocredito Italiano sia a Banca IMI, formazione per la valorizzazione del capitale umano come leva strategica fondamentale per le imprese turistiche, supporto nella gestione dei programmi di Welfare Aziendale attraverso l'erogazione di premi aziendali ai propri dipendenti sotto forma di beni e servizi, servizi non finanziari attraverso Intesa Sanpaolo Forvalue (ad es. per costruire nuovi ricavi, acquisire nuovi clienti, allearsi con altre realtà, abbattere i rischi e selezionare collaboratori). L'accordo triennale di collaborazione con il MIBACT che mette a disposizione un plafond di 5 miliardi destinato alla predisposizione di un vero e proprio "Patto per il Turismo 4.0".

Intesa Sanpaolo partecipa anche a un'altra piattaforma digitale per la promozione del territorio: Destination Gusto, l'e-commerce di Intesa Sanpaolo a sostegno dei piccoli e medi artigiani della qualità agro-alimentare italiana per vendere online i loro prodotti di eccellenza.

Entrambe le piattaforme vogliono valorizzare strategicamente tutta quella componente del patrimonio turistico italiano costituita dalla grande varietà dei territori e dall'enorme numero di attrazioni, che rendono l'Italia una destinazione unica: città d'arte, siti archeologici, musei, destinazioni marine e montane, laghi e colline, passando per i borghi per arrivare alla gastronomia, ai vini e al fashion shopping.