

**PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE TURISTICA
DELLA MONTAGNA VENETA****PIANO D'AZIONE PER L'ANNO 2008/2009****1. PREMESSE**

Nel corso dell'anno 2007 e nella stagione invernale 2007/2008 è stata data attuazione al Piano di Promozione e Valorizzazione della Montagna Veneta approvato provvedimento n. 3663 del 20 novembre 2007. La Regione Veneto ha quindi potuto realizzare una serie di azioni per lo sviluppo integrato e sostenibile della montagna veneta nell'ottica di un quadro complessivo di interventi al fine di consolidare il settore per una verifica del mercati e delle potenzialità dai medesimi offerte.

Le iniziative si sono concluse con successo e apprezzamento da parte delle Strutture coinvolte e si ritiene continuare nell'attività di promozione mantenendo quello stretto collegamento e raccordo operativo tra Strutture associate e Ente pubblico come indicato nel provvedimento di approvazione del primo anno di attività.

Con il presente provvedimento si intende dare continuità alle azioni intraprese e, in considerazione degli esiti positivi, avviare anche nuove iniziative sia ampliando verso l'estero i mercati di riferimento per la promozione, sia avviando un progetto pilota di DMS (Destination Management System) che può essere definito come un sistema informativo integrato di località, che consenta di raccogliere in modo centralizzato tutte le informazioni inerenti alle attrattive turistiche e ai servizi offerti, rendendoli disponibili per la promozione e la commercializzazione attraverso sistemi innovativi di divulgazione e informazione.

In relazione quindi alle aspettative proprie degli operatori intese anche come continuità delle attività avviate e alle "attese" delle aree montane e del territorio nel suo complesso, si ritiene opportuno mantenere un ruolo dell'agire pubblico quale elemento catalizzatore e di indicazione di strategia per l'attività degli imprenditori che in tale settore operano.

Con l'implementazione quindi delle azioni della presente seconda annualità del Piano si ritiene possano essere perseguite le seguenti finalità ed obiettivi:

- consolidamento e sviluppo delle presenze turistiche nella montagna veneta;
- integrazione dei fattori di sviluppo turistico con quelli di un corretto utilizzo delle risorse naturali;
- ampliamento degli elementi motivazionali del turista della montagna;
- accrescimento dell'immagine del turismo invernale in Veneto;
- riposizionamento dell'attività turistica della montagna estiva;
- coordinamento e raccordo delle iniziative promozionali in Italia e all'estero;
- accrescimento dell'efficacia dell'azione promozionale del segmento montagna.

Va indubbiamente precisato che tali obiettivi non possono che essere perseguiti avendo la capacità di uno stretto coordinamento dell'azione complessiva regionale che oltre al programma in parola si esplica anche attraverso l'ordinario strumento di programmazione previsto dall'articolo 15 della legge regionale 33/2002 e cioè il Programma Esecutivo Annuale.

Il presente programma, tenendo conto delle specifiche normative di settore e delle progettualità e proposte generatesi a livello locale, prevede una serie di azioni di promozione e comunicazione nazionale ed internazionale delle attività, preminentemente di quelle che saranno realizzate nella stagione invernale.

Iniziative successive potranno essere attuate in relazione alla efficace attuazione delle azioni previste dal presente Piano, tendo conto che le problematiche del settore richiedono politiche che necessariamente devono essere sviluppate in un arco temporale sufficientemente ampio.

2. INIZIATIVE ED AZIONI

Azioni di promozione e comunicazione

In relazione a quanto previsto dalla legge regionale 4 novembre 2002, n. 33 "Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo", con deliberazione n. 542 del 6 marzo 2007, la Giunta regionale ha approvato il PEA per l'anno 2008, prevedendo in particolare alla Linea di Progetto 1) Promozione integrata delle attività turistiche e marketing territoriale-azioni specifiche per far conoscere il territorio e le sue peculiarità mediante l'utilizzo dei molteplici mezzi a disposizione e sfruttando le nuove tecnologie che possono essere di valido aiuto per iniziative prodromiche e sinergiche a quella propria delle imprese di settore.

Le iniziative di promozione e comunicazione saranno attuate mediante un'azione della Giunta regionale concertata con gli organismi associati del territorio interessato, in cui la funzione di indirizzo e di coordinamento è attribuita alla Regione stessa, mentre alla struttura associata "Belle Dolomiti" è attribuita la funzione esecutiva con il coinvolgimento delle altre strutture associate il cui ambito di competenza interessa la montagna veneta: Consorzio Asiago, Consorzio Vicenza è, Consorzio Verona Tuttintorno, Consorzio Lago di Garda è, Consorzio Marca Treviso.

Le iniziative che sono previste dal Piano d'azione regionale sono quelle di seguito riportate.

1. PARTECIPAZIONE CONGIUNTA ALLA MANIFESTAZIONE DENOMINATA SKIPASS A MODENA 2°ANNO .

Tale fiera internazionale si svolge a Modena nei primi giorni del mese di novembre e rappresenta la più importante manifestazione per le attività turistiche invernali. Vede la partecipazione delle principali aree sciistiche con la presenza attiva degli operatori singoli e delle strutture associate del territorio montano. Si ritiene determinante che la Regione mantenga una presenza a tale fiera con una immagine coordinata ed unitaria, allestendo un proprio stand al cui interno possano essere ricompresi tutti gli operatori presenti alla manifestazione. Si ritiene inoltre aumentare l'azione comunicativa rivolta al grande pubblico presente incrementando a 128 mq l'area dello stand. Ciò permetterà la destinazione di un adeguato spazio per ogni area montana e l'allestimento di uno spazio dedicato alla degustazione-presentazione dei prodotti tipici. Il maggior spazio permetterà inoltre l'organizzazione di una conferenza stampa direttamente all'interno dello stand veneto.

2. INIZIATIVA COORDINATA DI INFORMAZIONE CONDIZIONE NEVE DELLA MONTAGNA INVERNALE 2008/09.

Il network Skiinfo ha sviluppato prodotti e servizi per il turismo invernale, risultando leader nella diffusione e distribuzione automatica attraverso internet, telefonia mobile, media e carta stampata.

I Bollettini Neve delle località del Veneto verranno distribuiti in formato multilingue (Italiano, Inglese, Tedesco, Francese, Olandese, Norvegese, Svedese, Ceco, Polacco, Slovacco e Danese) tramite il network di Skiinfo, www.skiinfo.it, www.skiinfo.fr, www.skiinfo.nl, www.skiinfo.be, www.skiinfo.co.uk, www.skiinfo.de, www.skiinfo.no, www.skiinfo.se, www.skiinfo.co.at, www.skiinfo.ch e www.skiinfo.dk e dei suoi partner nazionali ed internazionali tra cui:

Mediavideo di Canale 5, Italia 1 e Rete4, Televideo, RAI, SKY Meteo 24, SKY Interactive, Internet, Google, Virgilio/Alice, Network europeo di Via Michelin, Il sito del quotidiano Il Corriere, Il sito del quotidiano Il Messaggero, Network europeo di Excite, Network europeo di Yahoo, Il sito del quotidiano La Nazione, Il sito del quotidiano La Stampa, Il sito di Montebianco.it, Il sito del quotidiano Bild, Freenet, Il sito della Federazione Sci Tedesca DSV, Corriere della Sera, Gazzetta dello Sport, La Stampa, La Nazione.

Il bollettino neve verrà gestito direttamente dal Consorzio Dolomiti che curerà la raccolta dei dati con la collaborazione delle strutture associate della Montagna Veneta, delle società impianti di risalita attraverso lo specifico data base già utilizzato nell'annata scorsa. Il bollettino continuerà a trovare posto inoltre nel portale www.veneto.to, nel portale www.belledolomiti.it e nei portali delle strutture associate della montagna veneta.

Sui portali di Skiinfo in particolare il progetto prevede la pubblicazione di diverse pagine di informazione della situazione meteo, di innevamento, del numero degli impianti aperti, della qualità dell'innnevamento oltre che delle immagini delle web cam delle varie località sciistiche.

Come già avvenuto per l'edizione passata dell'iniziativa, visti i considerevoli risultati ottenuti, saranno visualizzate sulle pagine del bollettino di Skiinfo, sul portale Belledolomiti.it, sul portale Veneto.to le immagini fornite dalle

3Gcam per tutte le stazioni turistiche delle Dolomiti e della Montagna Veneta (che hanno funzionato anche per il periodo estivo), ulteriormente potenziate in alcune stazioni da vere e proprie telecamere.

3. CAMPAGNA DI PROMOZIONE DELLE LOCALITÀ TURISTICHE DELLA MONTAGNA VENETA.

In funzione dell'attività svolta lo scorso anno si ritiene essenziale continuare l'attività di comunicazione e informazione a sostegno della stagione invernale con i seguenti obiettivi:

- Informare il pubblico europeo di Skiinfo e dei suoi media partner sulle attrazioni della località, suscitando aspettative positive nei confronti della vacanza.
- Raggiungere un target di sciatori ed altri sportivi della neve.
- Garantire la presenza di Dolomiti e Montagna Veneta su numerosi media generalisti (nella sezione viaggi/montagna/lifestyle) e di settore collegati a Skiinfo.
- Fornire un'ampia visibilità alle stazioni delle Dolomiti e Montagna Veneta sui mercati target, permettendo di gestire con flessibilità i contenuti della comunicazione.
- Proporre in via sperimentale un sistema di gestione della destinazione Dolomiti sul web che consenta di raccogliere, coordinare e presentare tutte le informazioni inerenti ai servizi offerti, rendendoli possibili ed attivi per la promozione e commercializzazione, anche in collegamento con il portale interregionale visitdolomites.
- Generare un ampio flusso di traffico verso i portali di riferimento delle strutture associate interessate e di Veneto.to e favorire il SEO, ovvero il posizionamento sui principali motori di ricerca.

Continueranno ad essere interessate le principali emittenti televisive regionali, della bassa Lombardia ed Emilia-Romagna, tradizionale bacino di utenza per l'inverno nelle Dolomiti e Montagne Venete, al fine di veicolare non in un momento di emergenza ma in anticipo, con elasticità di preparazione del messaggio, spot tv sull'apertura degli impianti, sull'innervamento delle piste, sulle offerte turistiche correlate, sugli eventi principali.

In questo secondo anno di attività, in considerazione della necessità di mantenere e incrementare la presenza di turisti dall'estero sia dai paesi confinanti che da quelli dell'est da poco entrati nella Comunità europea, si propone l'ampliamento della campagna promozionale all'estero, individuando gli strumenti di marketing più adeguati in funzione delle caratteristiche del paese destinatario del messaggio promozionale.

Vengono proposti i seguenti mercati di riferimento con le relative azioni previste:

UK e Paesi Bassi

La campagna prevede 10 articoli pubbliredazionali (advertorial) relativi da distribuire a scadenze concordate prima dell'inizio della stagione. Gli advertorial comprendono generalmente testi (con la possibilità di inserire link interni, detti text-link), immagini, grafici e cartine ed altri contenuti multimediali più complessi.

Si caratterizzano per essere a tutti gli effetti dei contenuti informativi che godono della fiducia del lettore e di una notevole efficacia in termini di persuasione, in quanto perfettamente inseriti nella linea editoriale del media che li pubblica.

Germania, Austria e Svizzera

La campagna prevede due servizi fondamentali gestiti direttamente dall'ufficio tedesco di Skiinfo: 10 articoli pubbliredazionali, *online Pr.*

Viene garantita la pubblicazione degli advertorial su oltre 20 portali da noi serviti, quali *bild.de*, *freenet.de*, *ski-online.de* (*Deutscher Skiverband*). La pubblicazione avviene anche sull'homepage dei portali afferenti al network invernale di Skiinfo in lingua tedesca.

Numerosi saranno i link di approfondimento che permetteranno all'utente di accedere direttamente ai siti ufficiali ricordati sopra, convogliando così una massiccia quantità di utenti interessati in particolare alle offerte di soggiorno.

Europa Centro Orientale

L'Europa dell'Est è l'area più promettente per sviluppare la propria immagine e per attrarre nuovi turisti, appassionati soprattutto degli sport invernali. La comunicazione sarà indirizzata a segnalare le Dolomiti – Montagna Veneta come meta turistica internazionale al fine di esercitare un'attrazione specifica verso i numerosi sportivi presenti. I paesi che verranno raggiunti dalla campagna sono: Polonia, Repubblica Ceca e Slovacchia.

Con 3 portali leader, gestiti dalla sede di Zilina, Skiinfo offre la possibilità di comunicare in modo economico ed efficace sui 4 paesi target.

Su ciascun portale verranno pubblicati 10 articoli pubbliredazionali lungo l'arco della stagione. Ciascuno rimarrà in homepage almeno una settimana e verrà diffuso anche mediante la newsletter periodica degli abbonati di ciascun paese.

La campagna raggiungerà direttamente un pubblico di oltre 1.2 milioni di utenti posizionati sul target degli sport invernali. A questi verranno aggiunti quelli afferenti ad ulteriori media. Il portale ski.sk, che funge da capofila per i mercati dell'Est Europa, è multilingue e si rivolge in particolare anche agli utenti ungheresi. La campagna comprende la possibilità di accedere a traduzioni professionali dall'inglese ad opera della redazione di Zilina.

4. CONCORSO FOTOGRAFICO MONTAGNA VENETA

La realizzazione di un Concorso fotografico è un'occasione importante per raccogliere a livello nazionale spunti d'autore e diffondere l'immagine delle nostre splendide vette. Il materiale raccolto messo a disposizione della Regione e quindi delle Strutture Associate servirà in seguito per le altre azioni previste dai programmi promozionali consortili come utile base dati ed immagini.

La mostra è prevista dal 18 al 27 ottobre in collaborazione con il CAI di Cittadella che fin dal 1975 organizza a cadenza biennale il Concorso fotografico sulla montagna. Tale evento potrà essere riproposto anche in alcune delle diverse località delle Dolomiti e Montagna Veneta in un intenso momento di promozione territoriale e di evidenziazione al pubblico delle offerte turistiche legate alle diverse stagioni a cominciare da quella invernale.

5. VALORIZZAZIONE DELLE TRADIZIONI, DELLA GASTRONOMIA E DEL PAESAGGIO DELLA MONTAGNA VENETA (LE TIPICITÀ CULINARIE MONTANE E LIBRO FOTOGRAFICO)

La valorizzazione della montagna non può non fare riferimento anche alle ricchezza delle produzioni tipiche e delle ricette sapientemente tramandate dalla tradizione delle genti di montagna.

Si propone pertanto di provvedere ad una pubblicazione che raccolga le ricette maggiormente rappresentative di tutta l'area della Montagna Veneta con particolare riferimento alle produzioni tipiche tradizionali e certificate.

6. PROGETTO PROMOZIONE DOLOMITI MONTAGNA VENETA IN POLONIA E UNGHERIA

La Polonia rappresenta una dei mercati maggiormente interessati al prodotto Montagna ed in particolare a quello legato alle Dolomiti ed alla Montagna Veneta.

Nel contesto della stagione invernale nelle Dolomiti Bellunesi, per esempio, è il secondo mercato estero di poco distante ormai da quello tedesco.

Gli obiettivi del progetto sono quelli di:

- Rafforzare la conoscenza delle Dolomiti e Montagna Veneta;
- Mantenere ed incrementare l'interesse per la vacanza attiva invernale;
- Rendere le Dolomiti e la Montagna Veneta appetibili anche come destinazione estiva;

Con base la notevole esperienza creatasi in questi ultimi anno in ambito dolomitico vengono proposte le seguenti azioni promozionali:

- Partecipazione al Tour Ciclistico della Polonia, uno dei giri più importanti a livello europeo dai notevoli riscontri di immagine a livello di media televisivi e di stampa. Durante lo svolgimento del tour sono previste l'inserimento di banner e cartellonistica pubblicitarie lungo i percorsi delle tappe, la distribuzione di cataloghi dedicati in lingua polacca sull'offerta turistica della montagna invernale veneta, realizzazione di work shop in tre delle città inserite nel tour;
- Organizzazione di una conferenza stampa in occasione dell'inaugurazione del Tours & Travel di Varsavia;
- Realizzazione di una edizione in lingua polacca della rivista Veneto&Veneti dedicata esclusivamente alla promozione della stagione invernale delle Montagne del Veneto;
- Distribuzione di materiale promozione alle fiere di settore a Pznan, Cracovia e Varsavia;
- Organizzazione della Mostra itinerante "Maschere e Riti dei Carnevali arcaici delle Dolomiti" nelle seguenti città Ungheresi: Zalau, Szekesfehervar, Kozpont, Bistrita, Alba Lilia Cluj Napoca e a Baia Mare;
- Realizzazione e distribuzione di un allegato su TTG Hungary. La Rivista TTG Hungary è il punto di riferimento nell'informazione turistica per i principali tour operator, agenzie di viaggio, istituzioni locali nonché compagnie aeree.

7. CANDIDATURA CAMPIONATI DEL MONDO DI MOUNTAIN BIKE 2011 "VENETO DOLOMITI"

Il Campionato del Mondo di Mountain bike rappresenta evento di particolare importanza per il territorio bellunese, biglietto da vista significativo per l'intero territorio dolomitico e del Veneto in generale. Significative, infatti, le ricadute economiche sui diversi fronti sia quello prettamente di divulgazione della pratica sportiva che, molto rilevante e di basilare importanza, del movimento turistico legato al territorio ed all'ambiente naturale. Le discipline della mountain bike stanno sempre più crescendo di interesse sia a livello agonistico che di semplice e gratificante fruizione e conoscenza di un determinato territorio. Un mercato turistico legato all'uso della bicicletta di basilare rilevanza, che annovera 20 milioni gli appassionati di MTB o di cicloturismo in generale in Europa e principalmente in Germania, Belgio, Paesi Bassi, Svizzera.

In Germania, come peraltro in Francia, infatti si “vive” la bicicletta che coinvolge migliaia di appassionati sportivi e di turisti favorendo lo sviluppo di attività sia dirette che indotte che hanno parecchie ricadute in molteplici settori. Interessare questo mercato significa considerare la mountain bike una risorsa importante per lo sviluppo complessivo della Montagna veneta e soprattutto, dal lato turistico, la possibilità di aumentare presenze nella bella stagione ma anche nelle stagioni turistiche d’ala e quindi in un ampliamento dei periodi di presenza e di vacanza.

Il progetto di candidatura prevede soprattutto azioni di Comunicazione e di promozione rivolta sia al mercato italiano che a quello estero ed in quei paesi di primaria consolidata importanza per il turismo veneto in generale e bellunese in particolare.

La strategia di promozione e commercializzazione turistica è a supporto della candidatura che se positiva negli esiti sarà ulteriore elemento progettuale nelle diverse fasi di svolgimento dei mondiali veri e propri.

Le azioni per il progetto di candidatura, in via esemplificativa, sono le seguenti:

- Realizzazione Brochure promozionale in lingua italiana, inglese e tedesca di presentazione del territorio bellunese nel contesto del Veneto (storia, cultura, folclore, tradizioni, gastronomia, ambiente, sport della bicicletta, ecc.).
- Presentazione dei tracciati di gara proposti e loro caratteristiche;
- Presentazione itinerari sportivo turistici della zona con abbinate le offerte promo commerciale di imprese e soggetti interessati all’evento;
- Acquisizione nuove immagini fotografiche sportivo/turistiche del territorio;
- Realizzazione marchio “mondiali”, video promo commerciale;
- Realizzazione di gadgets ed abbigliamento promozionali vari per successiva distribuzione in Italia ed all’estero;
- Trasferimento dati, notizie, sul portale di riferimento Veneto.to ed altri portali interessati;
- Presentazione della candidatura in manifestazioni fieristiche in Italia e all’estero;
- Realizzazione di una conferenza stampa di presentazione della candidatura e dei possibili sviluppi organizzativi a Venezia in sede regionale.

8. CAMPIONATI EUROPEI DI SCI ALPINISMO 2008/09

Durante la Stagione invernale 2008/2009 si svolgeranno per la prima volta i Campionati Europei di scialpinismo nell’area bellunese dell’Alpago. Si tratta di un appuntamento agonistico di altissimo livello che si caratterizzerà non solamente nella gara ma anche in una serie di iniziative collegate al mondo “scialpinismo”. Un’importante occasione per coinvolgere appassionati da tutta Europa in un’area della montagna che si presta in modo particolare a questo tipo di sport e già sede della Transcavallo una delle tappe della Coppa del Mondo di scialpinismo.

Il Consorzio Belle Dolomiti, capofila di tutto il progetto “Dolomiti Montagna Veneta” si farà carico, in collaborazione con il Comitato Organizzatore degli Europei, dell’attività di promozione dell’evento e di realizzazione di iniziative collaterali in grado di coinvolgere i numerosi giornalisti delle testate specializzate e non che saranno presenti alla manifestazione

L’impegno finanziario previsto per la realizzazione dei progetti sopra indicati è per la Regione pari a Euro 1.000.000,00. e ai sensi della legge regionale 33/2002, sono posti in essere mediante un accordo di programma fra la Giunta regionale e il Consorzio “Belle Dolomiti” che opera su delega e in nome e per conto anche delle altre strutture associate del territorio della Montagna Veneta.

Spetta al Dirigente della Direzione Promozione Turistica Integrata la gestione tecnica, finanziaria ed amministrativa dei procedimenti derivanti dalle attività previste.

Le attività di cui al capitolo dovranno essere realizzate entro il 31 marzo 2010.

Il termine potrà essere prorogato, previa richiesta di proroga debitamente motivata e approvata dalla competente struttura, fino e comunque non oltre il 31 dicembre 2010