



PIANO PER LO SVILUPPO DEL TURISMO E DELL'ATTRATTIVITÀ

2023 – 2025

Linee strategiche

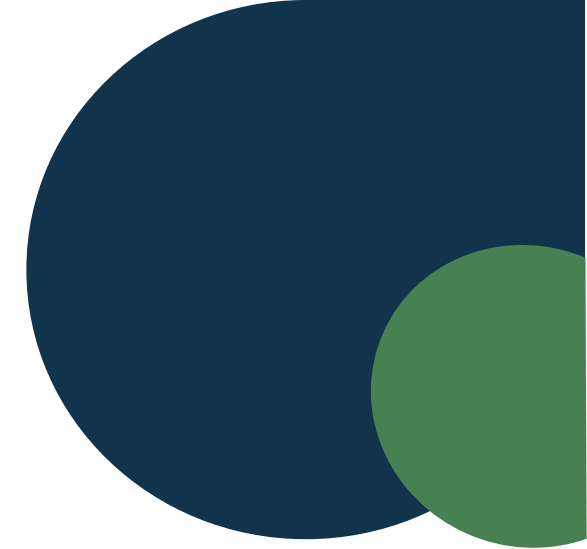


Indice

- 1.** IL CONTESTO DI RIFERIMENTO
 - 2.** LE POLITICHE REGIONALI PER IL TURISMO NEL 2020-2022
 - 3.** LA STRATEGIA REGIONALE 2023-2025
-



1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO



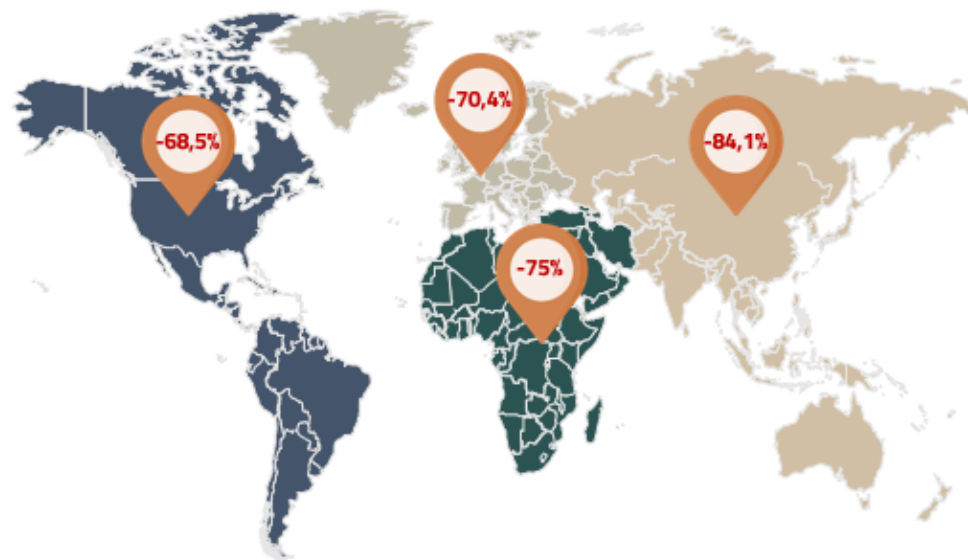
Gli effetti della pandemia nel mondo

nel triennio 2020-2022

2020

Il crollo dei viaggi internazionali ha causato una **perdita stimata di 1.300 miliardi di dollari di entrate turistiche internazionali** - più di 11 volte superiore alla perdita registrata durante la recessione del 2009.

La pandemia ha colpito, seppure in maniera diversa, **tutte le aree del mondo**: Asia e Pacifico, Medio Oriente, Africa, le Americhe e l'Europa.

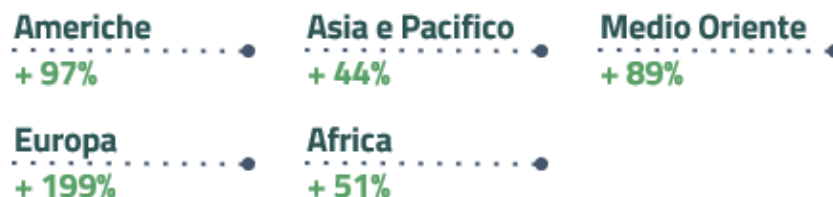


2021

Seppure la ripresa della spesa per turismo internazionale nel 2021 sia stata debole, si è registrato un **incremento del +6% delle entrate mondiali da turismo internazionale**, raggiungendo i **509 miliardi di euro**.

2022

Un **raddoppio degli arrivi, +130%**, che ha coinvolto tutte le regioni del mondo, con un **aumento di 18 milioni**, è il dato che lascia bene sperare per la ripresa.



Il turismo in Italia

nel triennio 2020-2022



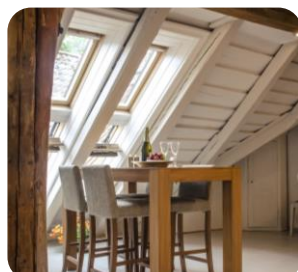
La spesa 2021 per **visite a città d'arte e destinazioni culturali** è cresciuta del **27%** rispetto al 2019



È aumentata del **21%** la spesa per **vacanze in località balneari**, che si sono confermate la meta più ambita



Nel 2021 il **28%** dei viaggiatori stranieri **ha scelto di arrivare in Italia utilizzando l'aereo**



Si è ampliata la quota di **pernottamenti in case in affitto**, a discapito di quelli in albergo o in villaggio turistico



Da uno studio delle piattaforme di prenotazione emerge che il **turismo all'aria aperta** ha registrato un **+16%**



Il **55%** dei consumatori preferisce le unità **abitative dei villaggi turistici**, seguite da **tende e camper**

La ripresa del turismo in Lombardia

iniziata nel 2021, continua nel 2022

- Il **2021** per la Lombardia è stato l'**anno della ripresa**, seppur non si sia ancora ritornati ai livelli pre-pandemia. Si sono registrati **oltre 3 milioni di arrivi** e **oltre 10 milioni di presenze**.
- Negli **arrivi**, è la **Città Metropolitana di Milano** a confermarsi la meta più ambita. La **provincia di Brescia** spicca invece per il numero di **presenze**.
- È cambiata la **percezione dei turisti**: quelli che scelgono la Lombardia si fermano in media un **numero maggiore di giorni** rispetto al passato (dai 2,4 del 2020 ai **2,94** dei 2021).
- Le **prime tendenze per il 2022**, mostrano invece, nel periodo gennaio-luglio, **flussi turistici sostanzialmente raddoppiati** rispetto allo stesso intervallo del 2021 (+98% del numero di arrivi e +102% del numero di presenze turistiche). Tale crescita è imputabile prevalentemente alla **componente straniera**.



+51,7%

Arrivi
turistici 2021
(rispetto al 2020)

+59,9%

Presenze
turistiche 2021
(rispetto al 2020)

+100%

Flussi turistici
gennaio-luglio 2022
(rispetto a stesso intervallo
2021)

2. LE POLITICHE REGIONALI PER IL TURISMO NEL 2020-2022





Le politiche attuate

nel triennio 2020-2022

Il Piano per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività del territorio lombardo per il triennio 2020-2022 ha guidato con la legge regionale 27/2015 un **ampio percorso di riforma del settore turistico**. Il Piano mette al **centro della strategia il turista**, non solo come consumatore, ma come reale organizzatore della propria esperienza di viaggio. Le linee di intervento indicate nel piano si basavano sui principi di:

- **accessibilità**, in termini di offerta del territorio lombardo;
- **innovazione**, come mezzo per la realizzazione di azioni di rete tra tutti i soggetti coinvolti nella filiera dell'offerta turistica;
- **sostenibilità**, come principio guida dell'elaborazione e dello sviluppo delle proposte di intervento.

In linea con i trend della domanda, le politiche attuate nel 2020-2022 hanno promosso il **turismo all'aria aperta**, integrato con il **turismo culturale ed enogastronomico** e il rapporto con la natura ed il territorio, favorendo una strategia di crescita e di valorizzazione dell'offerta.

OBIETTIVI

Competitività dell'offerta
territoriale

Cultura dell'ospitalità

Grandi eventi

Governance inter-istituzionale

Promozione di un'immagine e
identità coordinata

Politiche delle eccellenze

Sinergie con l'intero sistema
economico produttivo

Le linee strategiche del Piano

2020-2022

Nel triennio 2020-2022, le politiche regionali sono state dunque focalizzate sul riposizionamento dell'immagine turistica della Lombardia in chiave di **rilancio della reputation del territorio e di complessivo sostegno alla ripresa del settore** nel nuovo contesto. Si è puntato al raggiungimento di una visione sistemica che metta in correlazione l'**aumento degli arrivi** e della **permanenza media**, il **miglioramento della qualità dell'offerta** e della **capacità attrattiva del territorio** ed il **coordinamento con le iniziative promosse a livello nazionale**.

Le linee strategiche individuate per il Piano 2020-2022 hanno considerato l'**improvvisa emergenza sanitaria** -che ha rapidamente e globalmente colpito l'intero settore con importanti ripercussioni nelle attività e nei processi di pianificazione-, la **difficoltà di prevedere** con esattezza gli **effetti futuri della pandemia** in corso e di conseguenza i **potenziali cambiamenti nel comportamento dei viaggiatori**, ed infine il **mantenimento di un'impostazione flessibile** -necessaria a garantire la migliore efficacia in relazione alle mutevoli condizioni della situazione emergenziale.

2020

€ 23,9 mln

Persone – proteggere i visitatori e i lavoratori
Imprese – garantire la sopravvivenza e supportare la ripresa delle imprese turistiche
Politica settoriale – promuovere il coordinamento per risposte mirate
Promozione della destinazione – rilancio dell'immagine turistica della Lombardia

2021

€ 6,530 mln

Centralità del turista – la qualità delle esperienze
Rilancio della Lombardia – in Italia e all'estero
Formazione e accompagnamento degli operatori – rispetto ai cambiamenti delle nuove esigenze
Promozione – itinerari storico-artistici, percorsi enogastronomici, parchi naturali, cammini
Rigenerazione e riqualificazione delle strutture ricettive
Valorizzazione della destinazione montagna

2022

€ 5,594 mln

Supportare la riqualificazione delle strutture ricettive
Consolidare la domanda regionale, nazionale ed internazionale
Consolidare la reputation e l'immagine turistica della Lombardia
Mettere al centro il territorio
Rafforzare il segmento del turismo montano

GOVERNANCE

- Iniziative di tipo normativo per il governo di settore:

(criteri dell'iniziativa per il consolidamento della rete di Infopoint, aggiornamento albo pro loco, nuova modulistica per locazioni turistiche, nuova procedura amministrativa per l'autorizzazione dei progetti di competenza comunale da concordare con la Regione, nuove modalità di accesso alla professione di direttore tecnico di agenzia di viaggi e turismo, elenco comuni turistici e città d'arte sul territorio lombardo.

- Collaborazioni con altre Istituzioni

(Governo, altre regioni, province e comuni lombardi

Commissione delle politiche per il turismo della conferenza delle regioni e delle province autonome,

Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività, Intesa tra Regione Lombardia, UPL, Province e Città metropolitana di Milano)

COMUNICAZIONE E SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE

- Iniziative rivolte al grande pubblico

(campagne stampa/di comunicazione, collaborazioni gruppi editoriali/aziende/*influencer*, portale inLombardia, ecosistema digitale turistico, progetto "Scopri l'Italia che non sapevi", Progetto interregionale «Italy Golf&More»)

- Iniziative rivolte agli operatori

(partecipazione a fiere di settore, organizzazione di percorsi formativi)

- "Piano Montagna"

- Azioni per lo sviluppo turistico dell'area del Sebino dell'area del Sebino e per il comprensorio delle "Tre Valli"

- "Piano Cina"

- La "Lombardia del *wedding*"

- Concorso "Ciak #inLombardia"

- Bando Viaggio #inLombardia

- Bandi "Turismo e attrattività" per la riqualificazione delle strutture ricettive

- Misura " *Lombardia To Stay*"

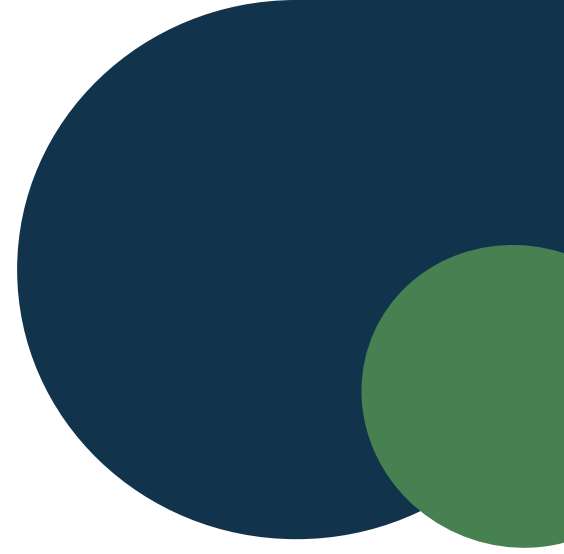
- Bando per l'amplificazione territoriale della campagna di promozione turistica

- Bando "Ogni Giorno inLombardia"

SOSTEGNO E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA TURISTICA

3. LA STRATEGIA

2023-2025



La strategia di Regione Lombardia 23-25

la Visione

Lombardia **terra dei turismi e di esperienze da vivere** all'insegna della **responsabilità e sostenibilità**



La strategia di Regione Lombardia 23-25

da dove nasce

La strategia per il triennio 2023-2025 nasce da una “**visione**” che ha un respiro pluriennale e che porta con sé una **sintesi** di quello che Regione Lombardia intende attuare nei prossimi anni, anche in risposta agli impulsi derivanti da:



gli avvenimenti che hanno caratterizzato il triennio 2020-2022 e la loro ricaduta sul comparto turistico lombardo



il percorso di concertazione svolto con tutti i soggetti della filiera turistica



gli effetti delle politiche del turismo attuate nel triennio 2020-2022



la necessità di far fronte alle grandi sfide dei prossimi anni

(transizione digitale, transizione verde, sostenibilità, sviluppo della resilienza, maggiore inclusività e centralità della cittadinanza)



gli indirizzi normativi e le direttrici strategiche a livello europeo e nazionale

La strategia di Regione Lombardia 23-25

la struttura

La **visione** si articola in specifiche **linee strategiche**, che rappresentano i “pilastri” fondanti della strategia e che si declinano, a loro volta, in **obiettivi strategici**. Gli obiettivi raccontano “come” dare attuazione alle linee strategiche.

VISIONE

Lombardia **terra dei turismi** e di **esperienze da vivere** all'insegna della **responsabilità e sostenibilità**

LINEE STRATEGICHE

Strategia
condivisa,
indirizzo unitario

*Smart
Destination*

Il valore del
capitale umano

OBIETTIVI STRATEGICI

- **Programmare e governare il turismo secondo una strategia condivisa** dall'ecosistema di riferimento
- **Valorizzare le tecnologie di frontiera** per realizzare il “turismo del futuro”
- **Avere cura del territorio e dei “turismi”**, valorizzando le eccellenze lombarde
- **Puntare sulle persone e le competenze**, quali fattori abilitanti la trasformazione

La strategia di RL 2023-2025

le linee strategiche

Strategia condivisa, indirizzo unitario

quale **elemento cardine** per il governo di:



GRANDI EVENTI

Valorizzazione dei territori capitalizzando i grandi appuntamenti come Milano-Cortina 2026



AZIONI DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE

Comunicazione condivisa con altri Enti, coinvolgimento, *engagement* e disseminazione



INIZIATIVE E SCELTE SOSTENIBILI

Semplificazione, efficienza, lotta allo spreco di tempo, valorizzazione del ruolo della cittadinanza

***Azioni coordinate ed unitarie, sinergie,
progetti interdisciplinari e integrati***

La strategia di RL 2023-2025

le linee strategiche

Smart Destination

da concretizzare attraverso alcuni **fattori abilitanti**, quali:

DATI

Uso efficiente dei dati per la programmazione, l'attuazione e il monitoraggio delle politiche



TECNOLOGIE EMERGENTI

Arricchimento dell'offerta sfruttando realtà aumentata, metaverso, intelligenza artificiale



COMPETENZE

Diffusione di competenze per l'adozione di pratiche innovative di fruizione e promozione turistica



Sviluppo turistico in ottica "smart" e digitale





**Recupero del capitale umano
fuoriuscito e
attrazione di nuove risorse**

La strategia di RL 2023-2025

le linee strategiche

Il valore del capitale umano

puntando su **tre principali direttrici**:



SKILLING

Creazione di competenze di base e specialistiche per il settore turistico



RESKILLING

Riqualificazione/riconversione degli attuali profili (se obsoleti) verso nuove attività a valore aggiunto



UPSKILLING

Accrescimento delle competenze tecniche e di leadership per lo svolgimento del proprio ruolo



La strategia di RL 2023-2025

gli obiettivi strategici

Programmare e governare il turismo secondo una strategia condivisa dall'ecosistema di riferimento

attraverso le seguenti **azioni**:

1. **Armonizzazione dei rapporti istituzionali**
2. **Proseguimento del percorso di aggiornamento e monitoraggio della normativa regionale**
3. **Orientamento delle politiche di promozione e innovazione dei contenuti editoriali** attraverso nuove tecnologie, strumenti, linguaggi
4. **Potenziamento dell'immagine coordinata e definizione di un piano di promozione turistica**
5. **Organizzazione di tavoli di coordinamento con i territori**
6. **Attuazione di azioni sinergiche con *partner* pubblici e privati**
7. **Definizione di processi sinergici e di condivisione** per la filiera turistica, azioni integrate e **progetti interregionali**
8. **Innovazione e digitalizzazione dell'offerta con nuovi strumenti di comunicazione e nuovi linguaggi**
9. **Governance delle informazioni e *market intelligence***

**“Condivisione degli indirizzi,
governo unitario”**

La strategia di RL 2023-2025

gli obiettivi strategici

Valorizzare le tecnologie di frontiera per realizzare concretamente un modello di Smart Destination

attraverso le seguenti **azioni**:

1. **Espansione dell'attuale offerta digitale del turismo lombardo**, tramite l'interoperabilità tra l'Ecosistema Digitale del Turismo (EDT) e il *Tourism Digital Hub* (TDH)
2. **Definizione di accordi e strumenti per la condivisione di dati** tra tutti gli *stakeholder* dell'ecosistema regionale
3. **Attivazione di iniziative sperimentali per l'adozione diffusa delle tecnologie emergenti in ambito turistico** (realtà aumentata, metaverso, intelligenza artificiale, ecc.)
4. **Valorizzazione del portale regionale**, coinvolgendo il sistema turistico e fidelizzando gli utenti attraverso **esperienze innovative e personalizzate**
5. **Creazione/integrazione di un Hub dedicato alla "Via Olimpica"** all'interno del Portale inLombardia
6. **Creazione di competenze e strumenti** adeguati a **innovare processi, tecnologie e organizzazione** dell'attività turistica

"La tecnologia per proiettare il turismo lombardo nel futuro"



La strategia di RL 2023-2025

gli obiettivi strategici

Avere cura del territorio e dei “turismi”, valorizzando le eccellenze lombarde

attraverso le seguenti **azioni**:

1. **Iniziative a supporto della sostenibilità** e di accompagnamento e spinta propulsiva verso un approccio di tutela delle risorse
2. **Incentivi infrastrutturali** quali elementi strategici con investimenti finalizzati alla riqualificazione delle strutture ricettive
3. **Incentivazione e promozione delle buone pratiche** in ambito di turismo ambientale
4. **Incentivazione del ruolo e della partecipazione della cittadinanza**
5. **Attivazione di momenti di confronto tra aree omogenee** per lo sviluppo di politiche che valorizzino le diverse identità ed unicità territoriali
6. **Non solo promozione ma nuova narrazione**, sviluppando il tema dell'identità
7. **Valorizzazione del patrimonio territoriale, culturale, ambientale**, per favorire le mete meno conosciute
8. **Valorizzazione della montagna**, dall'orientamento sportivo alle attività “dopo sci”, anche in vista delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026

“Un turismo che rispetta l'ambiente e genera valore”

La strategia di RL 2023-2025

gli obiettivi strategici

Puntare sulle persone e le competenze, quali fattori abilitanti la trasformazione

attraverso le seguenti **azioni**:

1. **Analisi dei fabbisogni formativi** in funzione dei mercati e dei cambiamenti della domanda, per rafforzare ed individuare le nuove competenze da sviluppare/promuovere
2. **Incentivazione del dialogo con il mondo accademico, le associazioni di categoria e gli operatori turistici** per favorire processi sinergici e una cultura dell'accoglienza diffusa
3. **Analisi delle esigenze del turista** e incentivazione per incrementare servizi innovativi e supportare imprese innovative per rispondere a questi bisogni
4. **Accompagnamento, attraverso percorsi dedicati, per l'adeguamento alle nuove tecnologie e ai nuovi linguaggi**, al fine di fornire servizi di livello e coerenti con i diversi *target*
5. **Azioni sinergiche e coordinate** per sviluppare un piano delle competenze e **per favorire politiche attive** per il lavoro che tengano conto della specificità del settore



“ Puntare sulle persone e sulle competenze per il rilancio del turismo ”

La strategia di Regione Lombardia 23-25

il documento

Il **Piano per lo Sviluppo del Turismo e dell'Attrattività 2023-2025** è consultabile nella sua **versione** completa utilizzando il seguente **QR Code**:





REGIONE LOMBARDIA
DIREZIONE GENERALE TURISMO,
MARKETING TERRITORIALE E MODA
Piazza Città di Lombardia 1, 20124 Milano



www.regione.lombardia.it
www.in-lombardia.it

