

## **COMUNICATO STAMPA**

### **INTESA SANPAOLO PER IL TURISMO 4.0 IN VENETO E LA VALORIZZAZIONE DELLE FILIERE**

**Evento in collaborazione con Destination Italia**

**A livello regionale, il Veneto rappresenta il principale attrattore turistico, con il 16% circa delle presenze totali di turisti in Italia (69,2 milioni su 427, nel 2017); si 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%**

**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.**

**Per gli operatori del territorio opportunità di rendere digitale la propria offerta e di promuoversi con il Destination Master Program di Destination Italia.**

*Mira, 26 giugno 2018.* Si è tenuto presso la splendida cornice di Villa Franceschi a Mira (Ve) il primo di una serie di incontri sul territorio organizzati da Intesa Sanpaolo in collaborazione con *Destination Italia*, per fare il punto sulle prospettive del Turismo 4.0 italiano, in particolare quelle relative alle destinazioni turistiche Veneto, e valorizzare le potenzialità delle filiere.

All'incontro sono intervenuti Renzo Simonato, direttore regionale Triveneto Intesa Sanpaolo che 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 potenzialità 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 Trekksoft in Italia.

Dopo un breve intervallo si è 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 Sanpaolo, François Droulers, presidente Sezione Turismo Confindustria Venezia Area Metropolitana Venezia Rovigo, Alessandro Rizzante, vice presidente 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 destinations mondiali, grazie ad una crescita a due cifre dei turisti non residenti negli ultimi nove 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 **ISP 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"**.

Inoltre Intesa Sanpaolo partecipa a due iniziative imprenditoriali che mettono a disposizione piattaforme digitali per la promozione del territorio:

**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 più desiderata al mondo secondo il “Country Brand Index”. La piattaforma [www.destinationitalia.com](http://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 tour operator 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 modestissimo 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.

***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.

*“Poiché il Veneto rappresenta il principale attrattore turistico, la sfida per la crescita di questa regione si gioca sulla capacità di creare valore in questo settore attraverso un’offerta integrata che punti sull’unicità dei nostri territori. – spiega Renzo Simonato, direttore regionale. – Dobbiamo far scoprire le nostre secret destination, valorizzando l’unicità del nostro territorio, non solo in termini di accoglienza ma anche attraverso le proposte agroalimentari, la cultura e il tempo libero. Intesa Sanpaolo crede fermamente che il turismo sia uno dei motori di crescita del nostro Paese nel medio-lungo periodo, per questo mette a disposizione soluzioni che consentano di estendere al turismo anche le opportunità offerte dal Piano Industria 4.0. Le imprese di questo settore sono oggetto di particolare valorizzazione nelle nostre valutazioni di merito creditizio e commerciale, dove teniamo in considerazione anche la coerenza dei loro progetti di sviluppo e la loro capacità di coinvolgere altri settori trainanti dell’economia dei territori.”*

*“Poter incontrare gli operatori del territorio veneto insieme a Intesa Sanpaolo è un privilegio e una straordinaria opportunità – dice Marco Ficarra CEO Destination Italia. – Insieme ai nostri partner, abbiamo messo a punto uno strumento tecnologicamente avanzato, in grado di relazionarsi sia con i singoli turisti sia con i grandi t.o. internazionali: intendiamo soddisfare i viaggiatori più esigenti con assistenza e servizi personalizzati in tutto il Paese, non solo sulle mete tradizionali. E per fare questo – conclude Ficarra - intendiamo includere nel nostro progetto il più alto numero di operatori italiani qualificati, gli unici in grado di raccontare l’Italia e l’Italian lifestyle, quello che tutto il mondo ci invidia”.*

Informazioni per la stampa

**Intesa Sanpaolo**  
Media Banca dei Territori e Media locali  
Tel. 049 6539835 – cell. 335 1355936  
[stampa@intesaspaolo.com](mailto:stampa@intesaspaolo.com)