

IL MANIFESTO DELL'ANNO DEL TURISMO

#INLOMBARDIA

29 MAGGIO 2016 / 29 MAGGIO 2017



L'Anno del Turismo proclamato da Regione Lombardia è un **palinsesto di iniziative, progetti, eventi e promozioni** che coinvolgeranno **territori, operatori, cittadini, stakeholders e turisti** per fare sempre più della Lombardia la regione dell'accoglienza e dell'attrattività.

L'Anno del Turismo è un viaggio lungo un anno che ci accompagnerà in una **continua scoperta**: dai grandi laghi alle città d'arte,

dalle ricchezze enogastronomiche ai grandi eventi internazionali, sempre accompagnati dalla **bellezza** di una terra unica..

L'Anno del Turismo è l'inizio di un'epoca **nuova** in cui la Lombardia si affermerà come **una delle prime destinazioni turistiche europee**.

È una grande sfida che ci aspetta e che vogliamo affrontare insieme.

Per visionare il manifesto aggiornato visitate in sito explora.in-lombardia.it/anno-del-turismo/il-manifesto

1) RIFORMA DEL TURISMO

REGIONE LOMBARDIA HA APPROVATO NEL 2015 LA RIFORMA DEL TURISMO, RINNOVANDO NORME CHE RISALIVANO AGLI ANNI '80. IL NUOVO TESTO PUNTA SU **SEMPLIFICAZIONE, INNOVAZIONE, INTEGRAZIONE E TRASPARENZA**. A TUTTI GLI OPERATORI DELLA **FILIERA DELL'ATTRATTIVITÀ** È RICHIESTO UN **NUOVO PROTAGONISMO**, CHE SAPPIA COGLIERE LE ESIGENZE DEI MODERNI TURISTI E OFFRIRE UN'ESPERIENZA DI VIAGGIO UNICA E IRRIPETIBILE.

2) #INLOMBARDIA

#INLOMBARDIA È IL NUOVO "BRAND OMBRELLO" CHE HA LO SCOPO DI METTERE IN ATTO UNA **COMUNICAZIONE** E UNA **PROMOZIONE COORDINATE**, CHE **VALORIZZINO I BRAND LOCALI** E I VALORI CHE LE DESTINAZIONI PORTANO CON SÉ, E CHE FAVORISCANO LA NASCITA DI UNA **COMMUNITY ALLARGATA** DI STAKEHOLDERS, ISTITUZIONI, OPERATORI, OPINION LEADER, TURISTI E CITTADINI.

3) RETI DI IMPRESA E FILIERA ESTESA: AGGREGARSI PER COMPETERE

LA **CONDIVISIONE**, LA **COLLABORAZIONE** E LA **CREAZIONE DI RETI DI IMPRESA TRA OPERATORI** NEI CAMPI DELL'ACCOGLIENZA, DELL'OSPITALITÀ, DELLA RISTORAZIONE, DELLA MOBILITÀ E DELLA CULTURA DEVONO DIVENTARE **BENE COMUNE DEL TURISMO**, ATTIVANDO NUOVI MODELLI DI SERVIZI E DI ATTIVITÀ.

4) SMART TOURISM: CREAZIONE DI NUOVA IMPRESA INNOVATIVA

REGIONE LOMBARDIA METTE A DISPOSIZIONE **IMPORTANTI RISORSE** PER LA CREAZIONE DI **NUOVE IMPRESE INNOVATIVE** IN AMBITO TURISTICO. COME NELL'IMPRESA MANIFATTURIERA, ANCHE NEL TURISMO L'INNOVAZIONE È LA PRINCIPALE CHIAVE DI ACCESSO E DI CRESCITA SUI NUOVI MERCATI INTERNAZIONALI CARATTERIZZATI DA ALTISSIMI LIVELLI DI DINAMICITÀ E CONCORRENZA.

PER REALIZZARE TUTTI QUESTI OBIETTIVI E RILANCIARE UN GRANDE PROGETTO DI ATTRATTIVITÀ, REGIONE LOMBARDIA METTE A DISPOSIZIONE INVESTIMENTI MAI VISTI PRIMA PER CIRCA 60 MILIONI DI EURO.

5) FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DEL CAPITALE UMANO

IL **FATTORE UMANO** È UNO DEGLI ELEMENTI DECISIVI PER SVILUPPARE UN TURISMO DI ECCELLENZA ED ELEVARE LA QUALITÀ DELL'**ACCOGLIENZA**. PER QUESTO REGIONE LOMBARDIA FAVORISCE RELAZIONI TRA IL **MONDO DELLA SCUOLA** E IL **MONDO DEL LAVORO** PER QUALIFICARE LA CRESCITA DEGLI OPERATORI MEDIANTE FORME DI **COACHING**, CON FOCUS SULL'ALFABETIZZAZIONE DIGITALE E SULL'INTRODUZIONE DI MECCANISMI DI AUTOVALUTAZIONE.

6) INNOVAZIONE E DIGITAL MARKETING

MULTICANALITÀ, IPERCONNETTIVITÀ, DIGITALIZZAZIONE, REPUTATION, UTILIZZO DEI BIG DATA HANNO RIVOLUZIONATO IL MODO DI VIAGGIARE, DI INFORMARSI E DI PRENOTARE. PER QUESTO REGIONE LOMBARDIA STA **INVESTENDO SU UNA COMUNICAZIONE ONLINE E SOCIAL DI QUALITÀ**, CON CANALI COINVOLGENTI E PARTECIPATIVI CHE PREMIO L'INTERAZIONE DEGLI UTENTI, UN PORTALE E PIÙ SITI WEB VERTICALI PER RACCONTARE AL MEGLIO LE ESPERIENZE CHE LA DESTINAZIONE PUÒ OFFRIRE.

7) GRANDI EVENTI COME VOLÀNO DI ATTRATTIVITÀ

I GRANDI EVENTI RAPPRESENTANO UN VERO E PROPRIO **VOLÀNO PER LO SVILUPPO DEL TURISMO E DELL'ATTRATTIVITÀ DELLA LOMBARDIA**, COME DIMOSTRANO I DATI DI ARRIVI E PRESENZE TURISTICHE NEI MESI DI **EXPO 2015** E NEI MESI SUCCESSIVI. NELL'ANNO DEL TURISMO LA LOMBARDIA OSPITERÀ IMPORTANTI APPUNTAMENTI IN AMBITO TURISTICO, COME IL **TOURISM THINK TANK**, LA **SECONDA EDIZIONE DEL TOURISM ACT**; IN AMBITO ARTISTICO, COME L'INSTALLAZIONE "THE FLOATING PIERS" DI CHRISTO SUL LAGO D'ISEO; OLTRE AI **GRANDI EVENTI FIERISTICI** E SPORTIVI.

8) PRODOTTO TURISTICO E SITI UNESCO

I NUOVI ORIENTAMENTI DEI TURISTI ITALIANI E STRANIERI IMPONGONO UN CAMBIO DI CONCEZIONE: DAL "**PRODOTTO/SERVIZIO TURISTICO**" ALL' "**ESPERIENZA TURISTICA**". REGIONE LOMBARDIA STA REALIZZANDO IL GRANDE PIANO "**DA EXPO AL GIUBILEO**" CHE SOSTIENE TRA GLI ALTRI LA **VALORIZZAZIONE DEI SITI UNESCO**. SONO OGGETTO DEL PIANO ANCHE ALTRI PROGETTI DI TURISMO ESPERIENZIALE: IL CICLOTURISMO, LE CITTÀ D'ARTE, L'ENOGASTRONOMIA, IL TURISMO RELIGIOSO.

9) UNA STRATEGIA CONGIUNTA TRA REGIONI E TRA CITTÀ

REGIONE LOMBARDIA **COLLABORA CON ALTRE REGIONI, CITTÀ E CON LA MACROREGIONE EUSALP** PER RENDERE PIÙ VISIBILE E COMPETITIVA LA SUA OFFERTA TURISTICA ESPERIENZIALE. SONO GIÀ STATI FIRMATI UN **PROTOCOLLO D'INTESA CON LIGURIA E PIEMONTE** PER VALORIZZARE PERCORSI DI **CICLOTURISMO**, GRAZIE A UNA CABINA DI REGIA CON I TRE ASSESSORI AL TURISMO. PROGETTI CONGIUNTI SONO IN PROGRAMMA CON **VENETO** E **PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO** PER LA **VALORIZZAZIONE DEL LAGO DI GARDA**, CON **EMILIA-ROMAGNA** SUL SEGMENTO **FOOD** E CON LA **VALLE D'AOSTA SUI PROGETTI DI ECCELLENZA**. IN QUEST'OTTICA SI COLLOCA ANCHE IL **GEMELLAGGIO TRA MANTOVA**, CAPITALE ITALIANA DELLA CULTURA 2016 E **MATERA**, CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA 2019.

10) EXPLORA, STRUMENTO PER LA PROMOZIONE DELLA LOMBARDIA

EXPLORA È LA DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION DI REGIONE LOMBARDIA E DELLE CCIAA LOMBARDE. LA SUA MISSION È **PROMUOVERE L'OFFERTA TURISTICA DELLA LOMBARDIA**, VALORIZZANDO IN MODO SINERGICO, E SEMPRE PIÙ DIGITALE, LE ECCELLENZE DEL TERRITORIO; STRUTTURANDO COLLABORAZIONI CON IL SISTEMA DELLE IMPRESE E OFFRENDO STRUMENTI ALLE DESTINAZIONI PER LA PROMOZIONE, LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO DEL PRODOTTO TURISTICO.