

Lo sviluppo del turismo a Montecchio Maggiore

Linee di indirizzo del Comune di Montecchio Maggiore

1. Perché delle linee guida per lo sviluppo del turismo di Montecchio Maggiore?	1
1.1 Gli obiettivi strategici della destinazione turistica Montecchio Maggiore	3
1.2 La destinazione turistica Montecchio Maggiore e il suo territorio	5
2. Il turismo a Montecchio Maggiore oggi	7
2.1 Analisi di visitatori, arrivi e presenze turistiche	7
3. La destinazione turistica Montecchio Maggiore	10
3.1 Montecchio Maggiore parte dell'OGD "Terre vicentine"	11
3.2 Montecchio Maggiore destinazione culturale	11
3.3 Montecchio Maggiore e il turismo business	12
3.3.1 Il turismo MICE	12
3.3.2 Il business travel	14
4. Costruire la destinazione turistica mediante la creazione di prodotti turistici	15
4.1 Costruire e gestire il sistema locale di offerta turistica	15
4.1.1 Una governance partecipata e integrata	15
4.1.2 Rapporto tra la società consortile per il turismo e la cultura e gli operatori privati del turismo	16
4.1.3 Raccolta, analisi e condivisione sistematica dei dati turistici	17
4.2 Comunicare il territorio e i suoi prodotti turistici	18
4.2.1 Rafforzare l'identità e il posizionamento della destinazione	18
5. Organizzare e fornire servizi per il turismo	20
5.1 Migliorare l'offerta di servizi pubblici per il turismo	20
5.1.1 I servizi di IAT e infopoint e gli altri servizi per il turismo	20
5.1.2 Altri servizi per il turismo connessi ai servizi di IAT e infopoint	25
5.1.3 Lo IAT di Montecchio Maggiore in connessione con gli altri IAT del territorio	26
5.1.4 Potenziamento delle funzioni di Convention bureau	26
5.1.5 La gestione delle "venues" pubbliche di Montecchio Maggiore	27
6. Considerazioni finali e orientamenti di prospettiva	29

1. Perché delle linee guida per lo sviluppo del turismo di Montecchio Maggiore?

Questo documento contiene delle linee di indirizzo del Comune di Montecchio Maggiore per lo sviluppo del turismo da attuare anche mediante la nuova società in-house per il turismo e la cultura nel contesto dell'ODG Terre Vicentine.

Il Comune di Montecchio Maggiore ha competenza sulla definizione delle politiche per il turismo in virtù di quanto disposto dalla Legge Regionale 11 del 2013. In particolare, è tenuto a occuparsi di informazione, di accoglienza turistica e di programmazione locale dei servizi per il turismo. Per la comunicazione e la pianificazione della gestione della destinazione Montecchio Maggiore, il Comune opera nel contesto dell'Organizzazione di Gestione della Destinazione "Terre Vicentine".

Lo svolgimento da parte del Comune di Montecchio Maggiore di attività in ambito turistico con l'impiego di risorse prevalentemente pubbliche, richiede che tali attività siano strettamente e direttamente collegate con finalità di interesse pubblico chiaramente identificate.

Per il Comune è legittimo e sostenibile in termini di responsabilità sociale continuare a investire in servizi a favore del turismo a condizione che:

[1.] tali investimenti siano destinati a servizi programmati, qualificati e professionali di informazione e assistenza ai visitatori e turisti e ad attività di programmazione e organizzazione della destinazione turistica Montecchio Maggiore;

[2.] queste attività di servizio siano strettamente collegate a finalità di interesse pubblico chiaramente identificate;

[3.] queste attività, nella loro esecuzione, siano costantemente coordinate con la programmazione culturale del Comune di Montecchio Maggiore.

Per quanto riguarda la prospettiva al punto [1.], in più parti di questo documento strategico sono tracciate le direttrici per la realizzazione - a partire da quanto di già positivo ed efficace è stato negli anni realizzato dal *Consorzio Vicenza* - di un'operazione di consolidamento e sviluppo dei servizi che saranno forniti dalla società risultante dalla trasformazione del Consorzio. Queste indicazioni di carattere strategico troveranno più puntuale definizione nei documenti operativi che daranno attuazione e applicazione alle strategie qui delineate.

In relazione alla necessità di definire con precisione le finalità di interesse pubblico del punto [1.] che guideranno le attività della nuova società, riportiamo di seguito quelle che - sulla base del

contesto di riferimento e dell'esperienza già maturata - possono essere identificate quali finalità principali, rinviando l'indicazione più precisa e dettagliata delle finalità di interesse pubblico ai documenti operativi che saranno predisposti nei prossimi mesi anche in relazione a specifiche azioni o progetti programmati.

In sintesi, le attività che il Comune di Montecchio Maggiore svolge e svolgerà - sia direttamente, sia mediante la sua società in-house in materia di servizi per il turismo incoming e di organizzazione della destinazione turistica assieme agli operatori privati - consentiranno di perseguire le seguenti finalità di interesse pubblico:

- contribuire a *rendere il soggiorno o la visita di turisti e visitatori un'esperienza organizzata ed efficiente anche al fine di favorire un rapporto positivo dei cittadini nei confronti dei flussi turistici*;
- consentire agli operatori del turismo organizzato di *considerare la destinazione Montecchio Maggiore come una meta di visita o viaggio*, potendo essi contare su un servizio di informazione e supporto professionale, utile alla definizione e costruzione da parte di questi operatori dei loro servizi da offrire sul mercato del turismo, con vantaggi economici diretti e indiretti - aumento di fatturato e dell'occupazione - per le imprese di Montecchio Maggiore che gestiscono strutture ricettive e i servizi per turisti;
- contribuire in modo significativo a fornire alle attività del commercio al dettaglio, della ristorazione, dell'artigianato di servizio, dei servizi in genere, un potenziale aggiuntivo di clienti, migliorando quindi le situazioni economiche di tali operatori locali a vantaggio della possibilità che essi continuino ad essere attivi, a generare profitti e ad assumere personale;
- incrementare la domanda di servizi del territorio, in particolare quelli culturali e commerciali, con la domanda aggiuntiva di visitatori e turisti, con l'effetto di elevare la qualità complessiva dei servizi offerti ai cittadini.

I servizi in materia di turismo e cultura¹ svolti da Comune e società in-house sono fattori essenziali e decisivi per far crescere arrivi/presenze turistiche e visitatori nelle strutture ricettive della città e il numero dei visitatori dei suoi musei e dei suoi beni culturali, con effetti positivi diretti e indiretti sul sistema economico locale.

Investire da parte del Comune anche in sistemi informatici avanzati per la gestione dei servizi per il turismo *incoming* ha l'obiettivo di elevare significativamente la qualità dei servizi per visitatori e turisti con un parallelo incremento atteso della produttività e redditività degli investimenti di risorse pubbliche comunali e private nei servizi per i turisti. In sostanza, il processo di sviluppo qualitativo del sistema dei servizi di offerta turistica della città e del suo territorio è necessario anche per far crescere

¹ Nel seguito di questo documento, laddove è scritto "servizi turistici" con riferimento alle funzioni e ai compiti assegnati dal Comune alla società consortile in-house, si deve intendere "servizi in materia di turismo e cultura".

le entrate del sistema museale e dei beni culturali della città, generando risorse da utilizzare per sostenere la manutenzione e gestione di questo sistema, il funzionamento dello IAT e dei servizi di organizzazione del sistema turistico locale. Assumendo questa ottica, è auspicabile che entro qualche anno il settore dell'incoming turistico di Montecchio Maggiore possa garantire un suo equilibrio economico: una situazione nella quale per ciascun euro investito per il turismo in città, il Comune sia in grado di ottenere sotto forma di incassi per la vendita dei biglietti di ingresso ai siti cittadini e di imposta di soggiorno applicata ai servizi ricettivi, un valore di almeno un euro, così da poter sostenere autonomamente questi servizi.

In un'ottica di ulteriore sviluppo delle entrate turistiche e di maggiore efficienza dei servizi, il Comune e la sua società in-house possono mirare a ottenere risorse aggiuntive da destinare all'innovazione e al miglioramento dei beni culturali e dei servizi cittadini per turisti e visitatori.

È necessario perseguire un tendenziale equilibrio economico tra quanto il Comune incassa dal turismo che gravita su Montecchio Maggiore e quanto spende e investe per servizi per turismo, Ciò significa che:

- da un lato la quantità della spesa e degli investimenti del Comune nel turismo devono essere strettamente correlati a quanto il Comune può ricavare dalle attività turistiche che si svolgono sul suo territorio;
- dall'altro, deve essere assicurata un'elevata qualità ed efficacia della spesa e degli investimenti del Comune per il turismo.

Lo sviluppo di una politica turistica con obiettivi chiari e strumenti ben identificati è una necessità intrinsecamente connessa all'approccio dell'attuale amministrazione comunale e un dovere nei confronti del patrimonio territoriale di beni e servizi che Montecchio Maggiore ha costituito nel tempo e che è chiamata a custodire (beni ambientali, qualità urbana, spazio pubblico, servizi di ricettività e accoglienza...) anche per offrire accoglienza, soggiorno e attività culturali, in linea con le linee di indirizzo che il Comune ha approvato nel tempo.

1.1 Gli obiettivi strategici della destinazione turistica Montecchio Maggiore

Montecchio Maggiore si percepisce come destinazione turistica ma la situazione effettiva del settore economico del turismo del territorio si caratterizza per iniziative frammentate e isolate di singoli attori e per una sostanziale difficoltà a definire una governance (intesa come governo + organizzazione del sistema turistico locale) che coordini il sistema nel suo insieme. Questo è in parte dovuto al modello in uso nel settore manifatturiero vicentino, nel quale gli operatori privati agiscono autonomamente e stringono eventuali intese con altri operatori del territorio sulla base delle rispettive

convenienze, all'interno di un contesto economico che non ha visto finora la necessità di un'azione di coordinamento e di una governance centralizzata della manifattura vicentina da parte di una o più entità pubbliche.

Il trasferimento di questo modello al settore turistico vicentino determina una situazione non efficiente di frammentazione operativa in un ambito nel quale è necessaria **anche** un'azione pubblica per almeno quattro aspetti:

- mettere a sistema il patrimonio di beni culturali di proprietà degli enti pubblici, che costituiscono una parte significativa delle attrattività del territorio per visitatori e turisti;
- programmare e organizzare i servizi di informazione e accoglienza turistica che contribuiscono in modo significativo a qualificare la qualità dell'offerta dei servizi per il turismo di una destinazione;
- spingere verso l'utilizzo di soluzioni digitali standardizzate e interoperabili da parte del maggior numero possibile di operatori pubblici e privati del territorio per favorire la più elevata integrazione tra i servizi che compongono l'offerta di destinazione e superare le criticità derivanti dalla disomogeneità degli strumenti digitali per il turismo attualmente in uso;
- gestire e regolamentare l'utilizzo del territorio per fini turistici in un'ottica di sostenibilità, con particolare riguardo alle risorse naturali e culturali e della comunità locale.

Per consolidare e sviluppare la destinazione turistica Montecchio Maggiore devono essere preliminarmente individuati gli obiettivi strategici che orientino e indirizzino le attività di organizzazione e coordinamento della destinazione a partire da quei fattori di base che consentono a una destinazione turistica di definirsi tale. Obiettivi strategici che devono essere:

- riferiti all'intero sistema territoriale pubblico e privato che contribuisce ai servizi e all'offerta turistica e non soltanto al tavolo di coordinamento dell'OGD o alle altre forme di coordinamento - quali ad esempio la Consulta Turismo del Territorio² (C.T.T.) -;
- chiari, misurabili, ma soprattutto **sostenibili sulla base delle risorse economiche e organizzative effettivamente a disposizione, che si traducano in azioni, strumenti, risorse, risultati.**

La definizione di obiettivi strategici è indispensabile in un momento di adeguamento del *Consorzio Vicenza* alle disposizioni normative in materia di partecipazioni pubbliche e della sua conseguente trasformazione in società in-house.

² C.T.T. è un accordo di collaborazione tra Camera di Commercio di Vicenza, Provincia di Vicenza, OGD Montagna Veneta, OGD Pedemontana Veneta e Colli, OGD Terre Vicentine.

Tre sono i macro obiettivi strategici individuati per la destinazione Montecchio Maggiore in relazione alle funzioni e al ruolo di Vicenza Turismo Cultura scarl:

- fornire al soggetto che risulterà dalla trasformazione del *Consorzio Vicenza* le competenze operative e tecniche di organizzazione e di coordinamento dei servizi del turismo di Montecchio Maggiore e del suo territorio;
- definire - sulla base della pluriennale esperienza del *Consorzio Vicenza* - i servizi, i luoghi/attrattori di interesse turistico e le modalità operative da adottare come sistema territoriale integrato di soggetti pubblici e privati, per assicurare efficacia e produttività delle azioni, degli investimenti pubblici e privati e la loro capacità di generare uno sviluppo solido e sostenibile del settore del turismo di Montecchio Maggiore;
- individuare le modalità con le quali garantire alla struttura operativa per il turismo di Montecchio Maggiore (e dell'OGD) le *risorse economiche necessarie* per fornire i servizi per il turismo ai soggetti pubblici e privati del territorio.

1.2 La destinazione turistica Montecchio Maggiore e il suo territorio

Questo documento va visto in stretto collegamento al Piano di gestione della destinazione che l'OGD "Terre Vicentine" è tenuta periodicamente ad approvare.

Con questo documento strategico il Comune di Montecchio Maggiore fornisce le indicazioni che è tenuto a dare alla comunità locale, agli operatori economici del territorio, alle altre amministrazioni pubbliche del territorio e alla propria società in-house che si occupa di servizi per il turismo e in particolare:

- le finalità di interesse pubblico che intende perseguire con le attività che il Comune svolgerà direttamente e mediante la sua società in-house;
- le risorse destinate al turismo e gli obiettivi che esso assegna alla propria società in-house e i servizi che essa è tenuta a svolgere.

Pertanto, questo documento e gli altri analoghi elaborati e predisposti dai altri Comuni dell'OGD, sono un contributo alla definizione del *Piano di gestione della destinazione* da parte dell'OGD "Terre Vicentine", tavolo di lavoro al quale partecipano i Comuni dell'OGD e gli altri attori locali che aderiscono all'ODG stessa.

Tab. 1 - Connessione tra Piano di gestione della destinazione e questo documento strategico

Documenti strategici	Soggetto	Funzione
Piano di Gestione della Destinazione (DMO)	OGD "Terre Vicentine"	Coordinare la gestione, promozione e sviluppo turistico della destinazione, integrando attori pubblici e privati. Ha il compito di valorizzare l'offerta turistica in modo strategico, sostenibile e coerente con l'identità territoriale.
Linee guida per lo sviluppo del turismo per la città di Montecchio Maggiore	Comune di Montecchio Maggiore	Definire i servizi offerti dalla propria società in-house e gli obiettivi strategici delle politiche per il turismo per la città

Con questo documento, il Comune di Montecchio Maggiore intende, quindi, contribuire alle linee di indirizzo della neonata C.T.T. (Consulta Turismo del Territorio) e favorire la creazione di sinergie tra le tre OGD della provincia di Vicenza.

Le sinergie tra la C.T.T. e OGD del territorio consentiranno anche di verificare l'efficacia dei risultati e delle risorse destinate al progetto con il quale l'OGD "Terre Vicentine" e l'OGD "Pedemontana Veneta e Colli" hanno partecipato al bando regionale *Smart tourism destination* (DGR 1639 del 22 dicembre 2023). Ad oggi il progetto è gestito dalla OGD "Pedemontana Veneta e Colli" anche per il territorio della OGD "Terre Vicentine" e prevede una raccolta e analisi di dati sui flussi turistici e la loro stratificazione, tramite collaborazioni con le strutture ricettive partner di progetto³. Il Comune di Montecchio Maggiore, quale socio del *Consorzio Vicenza* è e di *Vicenza Turismo e Cultura scarl*, è interessato a valutare i risultati di questo progetto ed è disponibile a mettere a disposizione di questo e altri progetti di sviluppo turistico del territorio le competenze tecniche e l'esperienza della società esito della trasformazione del *Consorzio Vicenza* è anche in ragione del fatto che essa ha quale fine statutario la progettazione e gestione di servizi turistici per il territorio vicentino.

³ Recentemente la Regione del Veneto ha cofinanziato l'edizione successiva di *Smart tourism destination*, prevista dalla DGR n. 154 del 18 Febbraio 2025.

2. Il turismo a Montecchio Maggiore oggi

L'analisi dei flussi turistici della città consente di comprendere i trend generali e specifici per tipologia di struttura ricettiva e per luogo di origine dei visitatori. Sulla base di questi dati è più agevole identificare i principali target e coordinare una politica sul turismo che tenga conto del contesto.

2.1 Analisi di visitatori, arrivi e presenze turistiche

Per l'analisi dei visitatori, degli arrivi e delle presenze turistiche è stato effettuato un confronto tra i dati del 2019 e del 2024, escludendo i dati dal 2020 al 2022 che, a causa della pandemia di Covid-19 sono inadatti per essere posti in relazione a quelli degli anni di piena libera circolazione. Sono stati utilizzati i dati sulle presenze e gli arrivi turistici forniti dalla Regione del Veneto.

Tab. 2 - Presenze turistiche 2019-2024 nel Comune di Montecchio Maggiore. Differenza in valore assoluto e in percentuale

Paese	Presenze 2019	Presenze 2024	Differenza 2019-2024	% Differenza
Italia	49257	82426	33169	67.34%
Austria	467	102	-365	-78.16%
Belgio	253	228	-25	-9.88%
Croazia	512	668	156	30.47%
Danimarca	56	41	-15	-26.79%
Finlandia	95	69	-26	-27.37%
Francia	1326	1692	366	27.60%
Germania	1847	1198	-649	-35.14%
Grecia	320	119	-201	-62.81%
Islanda	mancante	2	/	/
Irlanda	179	53	-126	-70.39%
Lussemburgo	5	8	3	60.00%
Norvegia	45	80	35	77.78%
Paesi bassi	378	227	-151	-39.95%
Polonia	1773	dato non affidabile	/	/
Portogallo	558	3113	2555	457.89%
Regno Unito	493	301	-192	-38.95%
Repubblica Ceca	2229	2071	-158	-7.09%
Russia	653	46	-607	-92.96%
Slovacchia	181	46	-135	-74.59%
Slovenia	217	349	132	60.83%
Spagna	1505	3085	1580	104.98%
Svezia	45	104	59	131.11%
Svizzera-Liecht.	384	237	-147	-38.28%

Turchia	495	13457	12962	2618.59%
Ungheria	930	293	-637	-68.49%
Bulgaria	370	1127	757	204.59%
Romania	1479	3639	2160	146.04%
Estonia	42	591	549	1307.14%
Cipro	14	6	-8	-57.14%
Lituania	110	217	107	97.27%
Lettonia	87	61	-26	-29.89%
Malta	36	6	-30	-83.33%
Ucraina	955	2126	1171	122.62%
Altri Paesi Europa	2746	332	-2414	-87.91%
Canada	72	81	9	12.50%
U.S.A.	526	525	-1	-0.19%
Messico	70	42	-28	-40.00%
Venezuela	23	15	-8	-34.78%
Brasile	1713	250	-1463	-85.41%
Argentina	195	163	-32	-16.41%
Altri America	164	460	296	180.49%
Cina	20993	dato non affidabile	/	/
Giappone	67	45	-22	-32.84%
Corea del Sud	2415	2487	72	2.98%
India	2745	679	-2066	-75.26%
Altri Paesi Asia	427	1092	665	155.74%
Israele	764	83	-681	-89.14%
Altri Paesi Asia Occidentale	230	1317	1087	472.61%
Egitto	43	83	40	93.02%
Altri Paesi Africa Mediterranea	1356	3003	1647	121.46%
Sud Africa	24	7	-17	-70.83%
Altri Paesi Africa	336	118	-218	-64.88%
Australia	227	12	-215	-94.71%
Nuova Zelanda	10	10	0	0.00%
Altri Paesi	3	4	1	33.33%
Totale Stranieri	53188	61958	8770	16.49%
TOTALE	102445	144384	41939	40.94%

In sintesi, Montecchio Maggiore registra tra il 2019 e il 2024:

- forte crescita complessiva e domanda italiana come motore principale (presenze italiane (+67.34%); la dinamica più significativa è l'eccezionale incremento del mercato domestico. La ripresa post-pandemia non solo ha compensato, ma ha ampiamente superato il livello

pre-crisi della componente italiana. Crescita solida della componente internazionale (presenze straniere +16.49%): i flussi esteri evidenziano una crescita robusta, contribuendo al risultato complessivo, ma con una dinamica inferiore rispetto alla componente italiana. Le presenze totali registrano un aumento complessivo del +40.94%.

- mercati esteri con dinamiche contrastanti e rilevanti: i singoli mercati esteri mostrano variazioni estremamente diversificate, con alcuni indicatori di tendenze molto forti, sebbene alcune delle variazioni più estreme (in positivo e negativo) possano derivare da numeri assoluti ridotti, segnalando tendenze indicatrici piuttosto che movimenti strutturali consolidati. I mercati che hanno registrato una crescita eccezionale, spesso su numeri già significativi nel 2019, includono: Romania (+146.04%), Ucraina (+122.62%) contro ogni previsione legata al contesto geopolitico, indicando potenzialmente nuovi flussi di domanda, di tipo migratorio o di lungo soggiorno, Francia (+27.60%), Canada (+12.50%). Mercati in forte contrazione: Australia (-94.71%), Brasile (-85.41%), Austria (-78.16%), Paesi Bassi (-39.95%), Germania (-35.14%), Argentina (-16.41%).

3. La destinazione turistica Montecchio Maggiore

Attualmente l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) ritiene che una destinazione turistica si caratterizzi per la presenza di cinque componenti essenziali:

- spazio fisico o geografico: la destinazione è un luogo delimitabile, anche se i suoi confini possono essere amministrativi, funzionali o percettivi, nel quale *un visitatore può soggiornare almeno una notte*;
- presenza di risorse e prodotti turistici: deve offrire attrattori che possono essere di vario tipo (naturali, culturali o artificiali...) e servizi di supporto (ricettività, ristorazione, trasporti, informazione...);
- esperienza integrata del visitatore: è un contesto esperienziale composto da *un insieme integrato di prodotti, servizi, attività ed esperienze offerte in un determinato luogo*;
- gestione unitaria o coordinata: può essere oggetto di pianificazione, gestione e marketing coordinati, spesso attraverso organismi di gestione della destinazione (DMO – Destination Management Organization);
- percezione e immagine: l'identità della destinazione non è solo fisica ma anche immateriale, simbolica e percettiva: da un lato la sua immagine e la sua identità possono influenzarne la competitività sul mercato e dall'altro la destinazione è quella che viene percepita dal mercato turistico.

Sulla base di questa definizione, Montecchio Maggiore può a pieno titolo essere considerata una destinazione turistica, in quanto possiede tutti gli elementi fondamentali sopra citati. I Castelli di Giulietta e Romeo, Villa Cordellina Lombardi, Le priare, Fondazione Bisazza, Museo Zannato sono soltanto i principali fattori di attrattività di un territorio di snodo autostradale sulla direttrice Verona-Venezia, porta di accesso a alle valli dell'Agno e del Chiampo e non lontana dagli aeroporti di Verona, Venezia e Treviso.

Montecchio Maggiore è anche un territorio dal secondo dopoguerra in avanti è stato interessato da un intenso sviluppo manifatturiero che ha contribuito a modificare fortemente il paesaggio nel quale si combinano i segni di una forte identità culturale storica e le strutture di sistema manifatturiero di piccole e medie imprese. Ma, a differenza di altri centri veneti con caratteristiche analoghe, Montecchio Maggiore ha da tempo e con lungimiranza puntato ad essere una meta per visitatori e ciò rappresenta un fattore decisivo e originale che consente di proseguire con ulteriore slancio in questa direzione di sviluppo delle potenzialità turistiche del territorio.

3.1 Montecchio Maggiore parte dell'OGD "Terre vicentine"

L'Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD) "Terre Vicentine" è un tavolo di coordinamento che raccoglie soggetti pubblici e privati della provincia di Vicenza che collaborano per promuovere il turismo in modo integrato e strategico, in applicazione da quanto previsto dalla vigente legge sul turismo della Regione del Veneto.

Il *Destination Management Plan* dell'OGD "Terre Vicentine" pubblicato nel 2016 aveva indicato degli obiettivi da raggiungere nel 2020, tra i quali: accrescere la percezione del territorio come destinazione turistica unitaria; prolungare la durata media del soggiorno dei turisti; aumentare la spesa media del visitatore; accrescere la positività e l'attitudine dei locali nei confronti dei turisti (*visitor friendly*). Anche a causa della pandemia di Covid-19 e di vincoli regionali non stringenti relativi agli obiettivi (definizione, aggiornamento e valutazione del loro raggiungimento) non ci sono state occasioni per aggiornare obiettivi e strategie di destinazione.

L'auspicio è, quindi, che quando si sarà perfezionata la trasformazione del *Consorzio Vicenza* è in società consortile per il turismo, sia possibile:

- per il Comune di Montecchio Maggiore, per la società consortile per il turismo e per gli altri Comuni dell'OGD "Terre Vicentine" contribuire - a partire da un aggiornamento delle strategie d'area - alla definizione di un piano operativo e concreto per l'incoming turistico della destinazione;
- mettere a disposizione del territorio - in primo luogo dei Comuni soci e partner - la "nuova" società consortile quale strumento operativo e flessibile, mediante il quale fornire assistenza e servizi tecnici in materia di turismo sul territorio vicentino.

Per intraprendere questo percorso di destinazione sarà necessario che tutti gli attori del territorio, pubblici e privati, assumano impegni e responsabilità in relazione alle competenze che la vigente normativa assegna loro.

3.2 Montecchio Maggiore destinazione culturale

Montecchio Maggiore presenta caratteristiche che la rendono una meta turistica di particolare interesse nel panorama vicentino, grazie alla combinazione di patrimonio storico-artistico e alla sua eccellente posizione geografica. L'offerta turistica si compone dei Castelli di Giulietta e Romeo, Villa Cordellina Lombardi, Le priare, Fondazione Bisazza, Museo Zannato, dei percorsi collinari e dalla presenza di importanti aziende vitivinicole.

Come per molte località venete di medio-piccole dimensioni, l'attrattività turistica di oggi è limitata da una debole integrazione digitale e da un'insufficiente accessibilità all'esperienza di visita attraverso strumenti di bigliettazione unificata. I siti culturali e gli eventi di rilievo non dispongono

ancora di un sistema di prenotazione e acquisto online, che permetta a visitatori e operatori turistici di programmare facilmente il soggiorno o la partecipazione alle iniziative. L'utilizzo da parte dei principali fornitori di servizi per il turismo di una piattaforma digitale di bigliettazione integrata costituirebbe quindi un passaggio strategico per Montecchio Maggiore, consentendo di trasformare un'offerta frammentata in un sistema coerente e accessibile, con vantaggi immediati in termini di visibilità, organizzazione e attrattività.

Un simile strumento, collegato alle reti provinciali e regionali della bigliettazione digitale — come quella prevista per il sito seriale Unesco “La città di Vicenza e le ville del Palladio nel Veneto” — permetterebbe di valorizzare Montecchio Maggiore non solo come tappa di un itinerario tra le ville venete, ma anche come porta di accesso a esperienze integrate legate alla cultura, all'enogastronomia e al turismo outdoor. La bigliettazione digitale diventerebbe così un motore di innovazione, capace di tradurre il potenziale turistico latente di Montecchio Maggiore in una vera e propria destinazione esperienziale, coordinata, prenotabile e riconoscibile sul mercato nazionale e internazionale.

3.3 Montecchio Maggiore e il turismo business

Il turismo d'affari o turismo business è una forma di turismo che ha un profondo radicamento in provincia di Vicenza. Con la sua vocazione industriale, con le sue decine di migliaia di imprese, con il suo quartiere fieristico oggi in espansione e riqualificazione, con il suo posizionamento tra le principali province italiane per valore di export pro capite, Vicenza ha le caratteristiche per incrementare in modo significativo questo settore, che genera sul territorio investimenti in infrastrutture, occupazione e sviluppo di relazioni nazionali e internazionali proficue. Ma lo sviluppo del turismo business che vede al centro il quartiere fieristico e il capoluogo, è in grado di generare vantaggi anche sulle località della nostra provincia - e tra queste Montecchio Maggiore - che dispongono di fattori di attrazione, strutture per l'ospitalità, professionalità e vocazione all'accoglienza.

Il turismo business si articola in due categorie, entrambe di primaria importanza per il volume delle presenze turistiche in provincia di Vicenza: il MICE (*Meetings, Incentive, Congress and Exhibitions*) e il *business travel*.

3.3.1 Il turismo MICE

Il settore dei *Meeting* esprime esigenze estremamente diversificate cui tutto il territorio della provincia di Vicenza è in grado di rispondere efficacemente alla disponibilità di una gamma ampia e numerosa di spazi pubblici e privati, sia classici, sia inusuali, sempre più ricercati dagli organizzatori, poiché le *unusual venues* o spazi esclusivi sono sempre più richieste per la loro capacità di rispondere a esigenze collegate alle dinamiche aziendali contemporanee e rendere originale l'esperienza sul

territorio. Il contesto territoriale di Montecchio Maggiore può rappresentare uno dei luoghi che possono ospitare occasioni ed eventi del turismo MICE come luogo con caratteri originali e specifici rispetto ad altre urbane del Vicentino.

Su questo tema, l'area *convention bureau* della società consortile per il turismo:

- si occuperà dell'analisi e della sistematizzazione dell'offerta, a partire dalla mappatura aggiornata della dotazione di spazi disponibili sul territorio (sale e contenitori in genere, impianti sportivi, aree pubbliche per incontri e raduni...) e dei servizi connessi o collegati a tali spazi, nella forma di un data base evoluto;
- svolgerà il ruolo di facilitatore tra domanda e offerta dei servizi MICE, operando sulle due principali variabili: il numero di partecipanti e la capacità di spesa degli organizzatori, a seconda della tipologia di evento.

Sui servizi di *convention bureau* si veda anche il paragrafo 5.1.4 *Potenziamento delle funzioni di Convention bureau*.

Nel settore *congressuale* rientrano eventi di varia natura e carattere (scientifico, medico, accademico...) che attirano un pubblico nazionale e internazionale e che danno prestigio a un territorio con un ritorno economico che è stimato di circa 2-3 volte quello del turista *leisure*. Si tratta di un settore articolato, collegato alla presentazione di *candidature* (che si intercettano attraverso il lavoro di *lead generation* che segue iter precisi). La competizione sui grandi eventi si vince attraverso *la creazione, la strutturazione e l'organizzazione di un sistema locale di accoglienza* che sia in grado di dare risposte concrete e complete sul piano organizzativo ed economico, ma richiede anche la condivisione di parametri di qualità e di selezione e la strutturazione di un modello organizzativo partecipato che crei le premesse per la continuità e garantisca un costante collegamento fra i soggetti pubblici e le imprese. L'accessibilità, la mobilità pubblica, la ricettività, la sostenibilità sono i principali criteri di selezione oltre l'idoneità della sede congressuale. Tutte queste tematiche dovranno essere affrontate in modo coordinato ed efficace dalla società consortile per il turismo nella sua funzione di *convention bureau*.

Nelle destinazioni italiane e straniere che lavorano con maggior efficacia sul segmento MICE, le attività previste nel protocollo vengono fatte rientrare tra quelle definite di *convention bureau*, che per loro natura richiedono una stretta e positiva integrazione tra soggetti pubblici e privati che a vario titolo operano nei servizi dei attrattività e di qualità dell'ospitalità legata alla clientela business.

La previsione è che la nuova società in-house abbia un ruolo centrale di sviluppo e di gestione delle attività di *convention bureau* in continuità con la previsione del protocollo integrato nel 2022 che ha individuato nel Consorzio *Vicenza* è il riferimento sul territorio vicentino per questo tipo di attività. Quindi, non appena il Consorzio sarà stato trasformato in società consortile, sarà opportuno

predisporre gli strumenti che favoriscano la piena attuazione di questo protocollo mediante una partnership formale e solida tra società consortile e IEG che consenta di definire e utilizzare procedure chiare, accordi strutturati con attori privati e pubblici e un lavoro di sistema a livello territoriale.

L'obiettivo di questa partnership per la gestione del convention bureau è la creazione di un *modello congressuale* per il Vicentino che possa essere replicato e adattato "su misura" per tutte le esigenze del mercato nazionale e internazionale MICE, utilizzando tutti i tipi di sedi e strutture ricettive disponibili sul territorio e attivando i servizi (di mobilità, di assistenza alla visita...) e le esperienze con elevati standard qualitativi forniti sul territorio. Costruire e far funzionare efficacemente un modello di questo tipo sarà un segnale chiaro dato agli operatori economici del territorio: la messa a sistema di servizi per il turismo business apre nuove opportunità in termini di destagionalizzazione e di ampliamento delle occasioni di attrattività del nostro territorio.

3.3.2 Il *business travel*

Il *business travel* è una tipologia di turismo di assoluta importanza in una provincia in cui il viaggio d'affari incide in maniera così significativa sulle presenze turistiche. Grazie alle sue caratteristiche e ai suoi fattori di attrattività, il territorio vicentino può incentivare i turisti d'affari a prolungare la loro permanenza, creando quella situazione definita 'bleisure' che consiste nell'integrare nel viaggio di lavoro attività tipiche del turismo leisure (visite culturali, esperienze enogastronomiche, shopping...)

Il turismo d'affari implica per definizione un'organizzazione e una pianificazione gestite da professionisti. I servizi relativi all'organizzazione, prenotazione e coordinamento di voli, trasporti locali, alloggi, sale riunioni, itinerari dettagliati... devono essere pianificati con precisione per garantire a questo tipo di turisti la massima efficienza. In una destinazione come Montecchio Maggiore – con la sua capacità ricettiva e le sue strutture alberghiere che operano abitualmente con i turisti business – lavorare con programmazione significa migliorare la capacità di accoglienza e ospitalità e ampliare le opportunità di ritorno economico.

4. Costruire la destinazione turistica mediante la creazione di prodotti turistici

Così come avviene in altre località italiane, anche a Montecchio è necessario superare il convincimento secondo cui ogni luogo o servizio che dispone di una potenziale capacità di attrazione è un “prodotto turistico”. Infatti, molti dei luoghi, beni o servizi di attrattività turistica non dispongono di parte o di tutte le caratteristiche che consentono di definirli prodotti turistici⁴ (ad esempio, presentano criticità in termini di accessibilità fisica o digitale, assenza di servizi connessi che consentano al turista di vivere un’esperienza legata al luogo, mancanza di una narrazione connessa all’attrattività o al luogo, impossibilità di acquistare o prenotare da remoto con largo anticipo da parte dei turisti o degli operatori professionali...).

La società consortile dovrà, quindi, lavorare sulla costruzione dei “prodotti turistici” del territorio in modo concreto e operativo, fornendo ai soggetti pubblici e privati le indicazioni necessarie per trasformare le potenziali attrattive in prodotti turistici.

Focalizzarsi sui prodotti turistici sarà utile per rimettere al centro dell’azione pubblica e privata i “servizi per il turismo” da attivare e per i quali garantire nel tempo un’elevata qualità, che richiedono la volontà di attivare investimenti pubblici ma anche azioni di governance a livello territoriale che spingano anche gli operatori privati a investire a loro volta in tale direzione in una logica di sistema.

4.1 Costruire e gestire il sistema locale di offerta turistica

4.1.1 Una governance partecipata e integrata

La progettazione e il corretto funzionamento di una governance turistica - intesa come governo + organizzazione del sistema turistico locale, comprensiva delle regole, degli strumenti e dei processi condivisi tra attori pubblici e privati – è fondamentale per orientare lo sviluppo del turismo di un territorio in chiave sostenibile e strategica, senza la quale il turismo può generare impatti negativi sull’ambiente e sul tessuto sociale locale (conflitti tra residenti e turisti nelle pratiche d’uso del territorio, competizione tra funzioni residenziali e funzioni di ospitalità per gli immobili con aumento dei valori della locazione e della vendita di immobili, spopolamento...).

Al contrario, una buona governance basata sulla pianificazione strategica e la gestione integrata,

⁴ A titolo di esempio riportiamo alcuni prodotti turistici semplici (composti da un solo servizio) o complessi (composti da una pluralità di servizi): ingresso alla singola villa o museo; ingresso alla singola villa o museo con visita guidata alla singola villa o museo; percorso per e-bike con noleggio di e-bike per effettuare il percorso scelto; acquisto di un’esperienza gastronomica lungo un percorso bike o un cammino.

favorisce una valorizzazione delle risorse territoriali (culturali, patrimoniali, ambientali, infrastrutturali...) senza snaturarle e una distribuzione equa dei benefici economici che ne derivano. In Italia questa esigenza è stata riconosciuta anche a livello nazionale: nel Piano Strategico del Turismo 2017-2022 si è posto l'obiettivo di *"accrescere la qualità della governance, la cooperazione interistituzionale e il partenariato pubblico-privato"* nelle destinazioni turistiche, per rendere l'offerta più duratura, innovativa e diversificata.

Per Montecchio Maggiore, sito con buone potenzialità di sviluppo turistico, è fondamentale una piena integrazione tra indirizzi strategici forniti dal Comune e dagli altri soci della società in-house per il turismo e l'operatività della società stessa, oltre a un costante coinvolgimento dei soggetti privati a vario titolo coinvolti nelle politiche del turismo (imprese ricettive alberghiere, operatori della ricettività extralberghiera, gestori delle attrattività del territorio, fornitori di servizi turistici...).

4.1.2 Rapporto tra la società consortile per il turismo e la cultura e gli operatori privati del turismo

La gestione efficace della destinazione turistica Montecchio Maggiore richiede una stretta collaborazione tra gli operatori privati, fornitori di servizi e prodotti turistici sul territorio, e la società consortile pubblica per il turismo e la cultura partecipata dal Comune di Montecchio Maggiore, che direttamente e indirettamente esercita competenze organizzative e gestionali su asset fondamentali per l'offerta turistica territoriale della destinazione.

Il Comune assegna alla società in-house per il turismo e la cultura anche il compito e l'obiettivo strategico di rafforzare e incentivare il coinvolgimento degli operatori privati. La loro partecipazione è fondamentale per la commercializzazione dei servizi turistici che è una loro competenza esclusiva e primaria.

La società pubblica per il turismo e la cultura non ha quale compito principale la vendita diretta di servizi ed esperienze. La sua funzione è di armonizzare le offerte territoriali e facilitare le relazioni anche commerciali tra i singoli operatori privati e tra gli operatori privati e le attrazioni e i servizi di rilevanza turistica gestiti dal Comune. Va tenuto conto che la società deve operare garantendo una parità di trattamento delle offerte turistiche ed esperienziali private del territorio, pur potendo presentare l'offerta territoriale a tour operator, turisti e visitatori, allineandola ai vari tipi di richiesta della domanda.

A seguito della trasformazione del consorzio in società consortile per il turismo e la cultura, saranno definite le modalità per l'applicazione della previsione dello statuto di costituzione di tavoli di coordinamento tecnico quali strumenti di consultazione e cooperazione con gli operatori privati dei settori del turismo e della cultura, che vanno nella direzione sopra indicata. Ma la società avrà in primo

luogo il compito di presentare agli operatori privati il rinnovato progetto di gestione della destinazione, sulla base del quale raccogliere consenso, fiducia, e condivisione sulle azioni e sugli investimenti di competenza degli operatori privati stessi, necessari al raggiungimento degli obiettivi che Montecchio Maggiore, ma anche il territorio dell'OGD Terre vicentine e della provincia di Vicenza si sono posti e che intendono raggiungere grazie alla fondamentale collaborazione tra pubblico e privato.

4.1.3 Raccolta, analisi e condivisione sistematica dei dati turistici

A supporto dell'operatività della società consortile e al fine di migliorare la comprensione del fenomeno turistico che interessa il Vicentino, sarà utile disporre con continuità dei dati statistici sul turismo che già vengono raccolti, integrandoli eventualmente con indagini dirette da effettuare ad hoc. Per un territorio come quello vicentino, che ha l'obiettivo di accrescere l'attrattività turistica, la raccolta e l'analisi di dati statistici e informativi *deve avere innanzitutto lo scopo di contribuire al miglioramento dell'offerta di prodotti territoriali e dell'offerta turistica della destinazione*. Quindi, va evitata la focalizzazione sui dati relativi alla domanda che ha interessato il territorio nei mesi e negli anni precedenti e va, invece, privilegiato il lavoro di analisi dei dati statistici e informativi che forniscono indicazioni sulla capacità del territorio di organizzare l'offerta di prodotti e servizi - pubblici e privati - rivolti ai vari tipi di turisti e visitatori.

Il Comune di Montecchio Maggiore dispone di dati quantitativi riferiti ai turisti che saranno messi a disposizione regolarmente e periodicamente della società consortile per il turismo e la cultura. A supporto delle analisi sui dati quantitativi di base sul turismo a Montecchio Maggiore, la società consortile e il Comune potranno programmare lo svolgimento di indagini campionarie finalizzate ad acquisire informazioni prevalentemente di carattere qualitativo.

Il Comune di Montecchio Maggiore e la società in-house programmeranno la definizione congiunta della raccolta dei dati (gran parte di quelli relativi alla domanda che ha interessato il nostro territorio sono forniti dalla Regione del Veneto o sono nella disponibilità del Comune, come ad esempio quelli sulla riscossione dell'imposta di soggiorno) e delle indagini ritenute essenziali ai fini dell'analisi periodica e sistematica dei flussi turistici e dei comportamenti di visita, ma in particolare della quantità e qualità dei prodotti e dei servizi dell'offerta turistica del territorio.

I dati raccolti e coordinati saranno filtrati ed elaborati in forma aggregata nel rispetto della vigente normativa sulla privacy e della riservatezza delle informazioni associabili a singoli operatori economici del settore e:

- costituiranno uno strumento conoscitivo per orientare le attività della società consortile e le strategie del turismo a Montecchio Maggiore;

- saranno periodicamente sintetizzati e condivisi con gli operatori del turismo del territorio, mediante report o momenti di presentazione dedicati in modo che possano essere un supporto alle decisioni rispetto a target di servizio e di turisti e possano contribuire ad accrescere l'efficacia complessiva delle strategie di promozione e di accoglienza del nostro territorio.

Sul tema della raccolta e gestione dei dati statistici per le politiche del turismo sarà istituito un confronto semestrale tra Comune e società partecipata.

4.2 Comunicare il territorio e i suoi prodotti turistici

4.2.1 Rafforzare l'identità e il posizionamento della destinazione

L'identità territoriale è:

- un fattore decisivo e pilastro centrale nella definizione del posizionamento strategico di un territorio, poiché influisce direttamente sulla sua capacità di essere riconosciuto, compreso e scelto da cittadini, visitatori, turisti, operatori culturali ed economici.
- un insieme articolato e stratificato di elementi che rendono unico un luogo con la sua storia, le sue tradizioni, i valori condivisi, il patrimonio culturale, sia materiale, sia immateriale. Ma l'identità territoriale è soprattutto un processo dinamico di rappresentazione e di percezione, un dialogo continuo tra l'immagine che un territorio costruisce di sé e quella che viene percepita all'esterno.

Da una serie di valutazioni e analisi emerge che l'immagine di Montecchio Maggiore è spesso ricondotta a un insieme di elementi riconoscibili ma parziali: la sua identità manifatturiera, la sua attrattività commerciale, i Castelli di Giulietta e Romeo. Questa rappresentazione, pur fondata su aspetti reali, non restituisce la complessità di un territorio che possiede una struttura socio-economica e culturale più ricca e dinamica.

Montecchio Maggiore è infatti un centro dotato di una forte identità produttiva e manifatturiera, che affonda le sue radici nella tradizione ma che oggi si apre all'innovazione e ai servizi, fungendo da cerniera tra pianura e collina, tra il percorso Verona-Vicenza e le valli i colli che si diramano attorno a Montecchio. A questa dimensione si aggiunge un viva identità culturale e comunitaria, fatta di associazioni, eventi e pratiche locali che mantengono attivo il legame tra tradizione e contemporaneità.

A differenza di altre località del Veneto, questo territorio dispone di prodotti turistici che sono stati progettati e sono proposti in modo professionale, cui si aggiunge l'intenso e qualificato lavoro

svolto dalla Pro loco Alte Montecchio Maggiore nella organizzazione e gestione dell'offerta turistica in stretto rapporto con gli uffici comunali che si occupano di turismo e cultura. A partire da questi fattori, diventa necessario proseguire il percorso già intrapreso di costruzione di una visione condivisa e di una strategia integrata di sviluppo turistico all'interno della quale riservare un ampio spazio all'adozione di modalità digitali e on line che consentano di presentare la ricca offerta turistica di Montecchio Maggiore e del suo territorio in un mercato del turismo più ampio di quello attuale, anche in connessione con altre località del territorio veneto.

5. Organizzare e fornire servizi per il turismo

L'attrattività turistica di una destinazione dipende prima di tutto dalla qualità e dall'efficacia dei servizi pubblici che accompagnano la fruizione del suo patrimonio culturale, ambientale o produttivo. In questo quadro, Montecchio Maggiore intende rafforzare in modo strutturato e innovativo l'offerta di servizi turistici pubblici, affidandone la gestione a un soggetto unico e qualificato: la nuova società consortile in-house che deriverà dalla trasformazione del *Consorzio Vicenza* è.

Tale società erediterà un insieme consolidato di competenze e attività che negli anni hanno permesso di presidiare, in maniera capillare e professionale, le principali funzioni di informazione, accoglienza e promozione turistica della città. L'obiettivo non è soltanto quello di garantire continuità, ma anche di avviare un processo di modernizzazione e ampliamento dei servizi, rendendoli più accessibili, digitali, integrati e coerenti con le esigenze contemporanee di turisti, visitatori e operatori economici del settore.

Questo capitolo descrive nel dettaglio le macro-funzioni che costituiscono l'ossatura dei servizi turistici pubblici a Montecchio Maggiore – dall'Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) e alla comunicazione, fino ai servizi per professionisti e operatori – illustrandone obiettivi strategici, articolazioni operative e prospettive di sviluppo. Tali funzioni saranno affidate in via esclusiva alla società in-house, che agirà in stretta sinergia con l'Amministrazione comunale e in raccordo con i principali stakeholder del territorio, secondo logiche di efficienza, trasparenza ed efficacia nell'azione.

Questa riorganizzazione costituisce un passo decisivo per rafforzare la capacità della città di offrire esperienze di visita di alto livello, di posizionarsi in modo distintivo nel panorama delle destinazioni culturali italiane ed europee, e di generare ricadute economiche, sociali e reputazionali positive per la comunità vicentina.

5.1 Migliorare l'offerta di servizi pubblici per il turismo

Il *Consorzio Vicenza* è fornisce i più rilevanti servizi pubblici per il turismo sul territorio vicentino e tali servizi sono tra quelli che caratterizzeranno la società in-house, esito della trasformazione. Tali servizi sono riconducibili ad alcune macro-funzioni di servizio turistico che sono state elencate e sinteticamente descritte nella *Tab. 5* assieme ai servizi che compongono ciascuna macro-funzione di servizio.

5.1.1 I servizi di IAT e infopoint e gli altri servizi per il turismo

Sul territorio dell'OGD Terre vicentine sono presenti alcuni uffici di informazione turistica. Tra

questi, segnaliamo l'ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) di Territorio di Recoaro Terme, IAT di destinazione di Vicenza, lo IAT di territorio di Lonigo e l'Ufficio di informazioni turistiche di Montecchio Maggiore (per il quale a breve sarà avviata la procedura per domandare alla Regione il suo riconoscimento come IAT di territorio).

L'Ufficio informazioni turistiche di Montecchio Maggiore, si trova nella centrale Via Trozi 2 a Montecchio Maggiore, all'interno della storica stazione ferroviaria della linea Vicenza-Valdagno. Il servizio è svolto dalla Pro loco Alte Montecchio Maggiore ed è un punto di riferimento per gli operatori professionali e i visitatori che desiderano conoscere le attrazioni, gli eventi e le offerte del territorio⁵.

La normativa della Regione del Veneto⁶ affida allo IAT *servizi indirizzati al turista*, che possiamo definire *macro-funzione di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT)*.

Strettamente connessa alla macro-funzione IAT, è quella che possiamo definire *Informazione professionale sulla Destinazione (IPD)* che consiste nel fornire supporto e informazione agli operatori locali del turismo e agli operatori professionali prevalentemente esterni al nostro territorio interessati alla destinazione Montecchio Maggiore.

Un'altra macro-funzione è quella di *Comunicazione (COM)* che riguarda attività che hanno quali destinatari principali i media, le agenzie di comunicazione e i comunicatori professionali in genere (T.O., agenzie viaggi, clienti B2B) e che differisce dalle attività di informazione sopra indicate, che hanno come destinatari/utenti i turisti e i visitatori (cliente finale B2C).

Quindi, nella tabella seguente, per ciascuna macro-funzione dello IAT - attualmente di competenza del Consorzio e che viene trasmessa alla società consortile - è indicato l'obiettivo strategico e i servizi che sono relativi e riconducibili a ciascuna macro-funzione.

I singoli servizi che compongono ciascuna macro-funzione di servizio svolta dalla società e che sono qui di seguito elencati in sintesi, saranno più precisamente definiti negli strumenti operativi che daranno attuazione a questo documento strategico. In sostanza, nella seguente tabella è descritta in sintesi l'impianto dei servizi di informazione e assistenza turistica che potrebbe essere posto alla base della fornitura di questo servizio fornito dagli IAT che operano sul territorio in un'ottica di messa in rete di tali servizi.

⁵ L'ufficio è generalmente aperto dal lunedì al venerdì dalle 16:00 alle 19:00. iPer informazioni e prenotazioni di visite turistiche accompagnate: info@prolocoaltemontecchio.it o 0444 696546 – 340 0796224.

⁶Art. 15 della LR 11/2013 e All. A alla DGR 472/2020 (che ha aggiornato la DGR 2287/2013) che disciplina le attività di IAT.

Tab. 5 - Schema delle macro-funzioni dei servizi per il turismo di *Vicenza Turismo Cultura scarl*, dei servizi che le compongono e delle loro principali caratteristiche

Macro funzione	obiettivo strategico della macro-funzione	servizi relativi alle macro-funzioni	principali caratteristiche del servizio
IAT [Informazione e Accoglienza Turistica]	Consolidamento e sviluppo dei servizi di Informazione e Accoglienza turistica e costante adattamento ai fabbisogni di supporto informativo dei turisti e visitatori per migliorare la qualità dei servizi turistici e la reputazione della destinazione.	Informazione turistica front-office ⁷ (sportello fisico) per turisti e visitatori	Informazioni dettagliate e aggiornate in più lingue su attrattive, eventi, strutture ricettive, trasporti, itinerari... a turisti e visitatori potenziali prima e durante la visita o soggiorno a Montecchio Maggiore
		Informazione e accoglienza turistica back office ⁸ (digitale/e-mail e telefonico) per turisti e visitatori	Informazioni e assistenza in più lingue a turisti e visitatori potenziali, gestendo richieste pervenute tramite canali digitali (e-mail, siti web, social media) e telefono, prima e durante la loro visita o soggiorno a Montecchio Maggiore, con trasmissione/divulgazione agli utenti di materiale informativo digitale e risposte a quesiti specifici su attrattive, eventi, strutture ricettive, trasporti, itinerari e assistenza alle eventuali prenotazioni.
		Vendita di biglietti-ticket ⁹ e gestione delle prenotazioni per i servizi della destinazione e del territorio	Conferma della gestione dell'intera filiera della bigliettazione delle visite dei Musei (segreteria, info, booking, prenotazione, pagamenti, fatturazione) per individui, gruppi, istituzioni scolastiche, imprese... <i>La società consortile dovrà ampliare il raggio di intervento di questo servizio, diventando il centro prenotazioni anche per esperienze / visite / offerte del territorio organizzate da soggetti pubblici e privati (oltre a quelle organizzate dalla società stessa).</i>
		Distribuzione di materiale informativo ¹⁰ in sedi strategiche	Pianificazione e gestione logistica della distribuzione di materiale informativo turistico (brochure, mappe, guide, dépliant...) nei punti di interesse e luoghi di transito strategici per i turisti (comprese le strutture ricettive e le attività che svolgono servizi turistici sul territorio)
		Vendita di prodotti editoriali ¹¹ per i turisti ed eventualmente altri prodotti tipici locali	Selezione, acquisizione, esposizione e vendita di prodotti editoriali (guide turistiche, mappe, libri di storia locale, cataloghi d'arte...) e di prodotti tipici locali (gastronomici, artigianali) in un punto strategico per i flussi turistici (punti vendita strategici per il turismo ¹²).
		Raccolta e risposte a segnalazioni di disservizi e reclami ¹³ , suggerimenti e proposte dei turisti e degli operatori locali per migliorare il servizio turistico e la qualità dell'ospitalità	Definizione delle modalità di raccolta dei feedback di turisti e visitatori; definizione di protocolli di gestione dei feedback; analisi e reportistica dei feedback e delle valutazioni raccolte; risposta e comunicazione ai feedback ricevuti; individuazione delle azioni correttive e migliorative; formazione e sensibilizzazione degli operatori locali del turismo. L'obiettivo è utilizzare il feedback degli utenti come strumento per migliorare costantemente la qualità dei servizi turistici e dell'ospitalità, incrementando la soddisfazione dei visitatori e la reputazione della destinazione.
		Raccolta ¹⁴ dati e informazioni utili all'analisi e comprensione del fenomeno turistico regionale e in	Per lo svolgimento di questa attività è necessario che la società consortile raccolga direttamente dati e informazioni e che sia creato a breve un canale digitale diretto di acquisizione di quei dati relativi al turismo che sono raccolti

⁷ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. a).

⁸ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. a).

⁹ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. e).

¹⁰ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. b).

¹¹ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. c).

¹² Questo servizio può essere svolto nel nuovo bookshop in Palazzo Chiericati.

¹³ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. f).

¹⁴ Servizio riconducibile a quello previsto nell'Al. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. g).

Macro funzione	obiettivo strategico della macro-funzione	servizi relativi alle macro-funzioni	principali caratteristiche del servizio
		particolare della destinazione	e in possesso del Comune di Montecchio Maggiore.
		Censimento dinamico e aggiornato del database delle strutture ricettive e dei servizi turistici della destinazione	Raccolta dati iniziale; gestione e aggiornamento continuo; integrazione con piattaforme digitali... con l'obiettivo di disporre della situazione quantitativa aggiornata dell'offerta turistica del territorio.
		Collaborazione con la rete Regio-IAT e adesione al DMS Veneto ¹⁵	Adozione di standard comuni per l'erogazione dei servizi informativi e di accoglienza; aggiornamento centralizzato dei dati e delle informazioni gestite dallo IAT di destinazione (e dagli IAT di territorio collegati) per evitare duplicazioni e incongruenze.
		Raccolta e diffusione delle informazioni sugli eventi e manifestazioni del territorio di competenza ¹⁶	Raccolta con modalità telematiche delle informazioni; aggregazione delle informazioni in un sistema centralizzato; distribuzione su più canali delle informazioni centralizzate.
IPD [Informazioni per i Professionisti della Destinazione]	Consolidamento e sviluppo di servizi di informazioni e costante adattamento ai fabbisogni di informazioni di: - operatori imprenditoriali e professionali interessati alla visita o alla meta di viaggio Montecchio Maggiore - operatori del turismo incoming del territorio della destinazione Montecchio Maggiore.	Informazione e accoglienza turistica ¹⁷ (back office digitale/e-mail e telefonico) per operatori professionali del turismo interessati alla destinazione Montecchio Maggiore.	Supporto informativo qualificato e assistenza specialistica in più lingue a operatori professionali del settore turistico (agenzie di viaggio, tour operator, organizzatori di eventi...) interessati a proporre la destinazione Montecchio Maggiore nelle loro offerte turistiche. Il servizio, erogato tramite e-mail, telefono, videochiamate ed eventuali incontri in loco ha l'obiettivo di facilitare la creazione di proposte di viaggio e la commercializzazione dell'offerta turistica locale da parte degli operatori professionali fornendo loro dettagli su prodotti turistici, opportunità di collaborazione, materiale informativo specifico, condizioni per gruppi, contatti utili e supporto alla pianificazione logistica.
		Informazione e accoglienza turistica (back office digitale/e-mail e telefonico) per operatori professionali del turismo del territorio della destinazione Montecchio Maggiore.	Supporto informativo qualificato e assistenza specialistica a strutture ricettive e altri operatori che forniscono servizi turistici sul territorio della destinazione, interessati a fornire ai loro clienti informazioni aggiornate sulla destinazione Montecchio Maggiore prima, durante e dopo la visita o il viaggio a Montecchio Maggiore dei loro clienti. Il servizio, erogato tramite e-mail, telefono, videochiamate ed eventuali incontri in loco, ha l'obiettivo di facilitare lo scambio delle informazioni e il miglioramento della qualità delle informazioni fornite ai visitatori e turisti dagli operatori professionali del territorio.
			Attività di formazione e aggiornamento per operatori del turismo del territorio.
			Collaborazione con gli operatori del turismo del territorio per la partecipazione a bandi per contributi e progetti finanziati o finanziabili con risorse pubbliche statali o regionali.

¹⁵ Servizio riconducibile a quello previsto nell'All. A alla DGR n. 472/2020, punto 3).

¹⁶ Servizio riconducibile a quello previsto nell'All. A alla DGR n. 472/2020, all'interno del punto 5).

¹⁷ Servizio riconducibile a quello previsto nell'All. A alla DGR n. 472/2020, punto 2) lett. b).

Macro funzione	obiettivo strategico della macro-funzione	servizi relativi alle macro-funzioni	principali caratteristiche del servizio
COM [Servizi di comunicazione per la destinazione turistica]	Pianificare, organizzare e produrre attività di comunicazione della destinazione indirizzata ai media, alle agenzie di comunicazione e ai comunicatori professionali in genere. Obiettivo primario è aumentare visibilità e reputazione della destinazione turistica agendo sulla percezione e sulle decisioni di viaggio e di visita dei potenziali visitatori e turisti.	Gestione strategica della comunicazione e delle relazioni pubbliche relative alla destinazione turistica.	Servizio di analisi del contesto turistico, di definizione di obiettivi (misurabili) delle attività di comunicazione; identificazione dei canali più efficaci in relazione ai messaggi, ai target e agli obiettivi; produzione di contenuti di comunicazione in collaborazione con agenzie di comunicazione e con comunicatori professionali; misurazione, valutazione e feedback delle attività di comunicazione.
		Manutenzione, evoluzione e content management della piattaforma web turistica territoriale (che corrisponde a quello della società consortile)	Manutenzione tecnica e sistemistica; utilizzo e gestione di un CMS; gestione dei contenuti [raccolta, verifica e validazione delle informazioni relative a eventi culturali, attrazioni turistiche, servizi, itinerari...; creazione e redazione di contenuti testuali, immagini, video e altri media; aggiornamento regolare dei contenuti per garantire la loro accuratezza e pertinenza; ottimizzazione dei contenuti per i motori di ricerca (SEO); gestione delle traduzioni; creazione e gestione di calendari eventi interattivi].
		Gestione multicanale dei social media con produzione e distribuzione di contenuti diversificati	Pianificazione e gestione operativa di una strategia di comunicazione digitale sui diversi canali di social media, mirata a raggiungere obiettivi specifici di marketing turistico a partire dall'indirizzare traffico qualificato verso i canali di informazione e prenotazione.
		Gestione coordinata della comunicazione con i media in collaborazione con l'ufficio stampa comunale per eventi e iniziative di rilievo turistico	Definizione congiunta con l'Ufficio Stampa Comunale delle strategie di comunicazione, con identificazione dei messaggi chiave, target di riferimento e canali mediatici più appropriati con l'obiettivo di definire una strategia uniforme tra "brand Montecchio Maggiore" e "Montecchio Maggiore destinazione turistica".
		Supporto informativo e logistico alle testate giornalistiche nazionali e internazionali	Fornitura di materiale informativo; organizzazione di press tour e viaggi stampa; gestione delle richieste di informazioni e interviste; monitoraggio della copertura mediatica; supporto alla logistica e alla produzione di contenuti in loco.
STV [Servizi per Turisti e Visitatori]	Pianificare, organizzare e produrre delle attività di servizio per i visitatori e i turisti della destinazione	Organizzazione di visite guidate	Progettazione, organizzazione e realizzazione di visite guidate, con focus su contenuti culturali, storici ed artistici.
		Coordinamento con settori e unità del Comune di Montecchio Maggiore per progetti in ambito turistico	Analisi preliminare e ricerca di fondi per la realizzazione; elaborazione del progetto, monitoraggio e valutazione. In questa attività di servizio è compresa l'ospitalità per stage formativi e scambi scolastici con città gemellate
RCC [Rapporti tra società consortile per il turismo e Comune di Montecchio Maggiore]	Definire le modalità di relazione tra società consortile per il turismo e Comune in modo da rendere efficiente la catena di trasmissione delle decisioni dal livello politico (di competenza della Giunta) a quello amministrativo (di competenza della dirigenza comunale) a quello operativo e gestionale (di competenza della società consortile).	Collaborazione della società consortile per il turismo con il Comune di Montecchio Maggiore per la realizzazione di eventi organizzati o promossi dal Comune che hanno un interesse turistico.	Partecipazione a tavoli di lavoro e riunioni operative con i referenti comunali per la definizione degli obiettivi turistici degli eventi; coordinamento con fornitori di servizi turistici locali (guide turistiche, trasporti, ristorazione...).
		Coordinamento con le Settori Turismo-Cultura e Musei Civici del Comune di Montecchio Maggiore per la gestione ai fini turistici dei siti e beni culturali della città	Partecipazione a riunioni di coordinamento e tavoli di lavoro con le Direzioni comunali per definire gli obiettivi turistici relativi ai siti e beni culturali; elaborazione di piani di gestione integrata che tengano conto sia delle esigenze di conservazione e valorizzazione culturale, sia delle strategie di promozione turistica; definizione congiunta di calendari di eventi, orari di apertura, tariffe e modalità di accesso ai siti culturali in modo coordinato e funzionale all'offerta turistica.

Macro funzione	obiettivo strategico della macro-funzione	servizi relativi alle macro-funzioni	principali caratteristiche del servizio
APD [Attività Promozionali per la Destinazione]	Valutare la partecipazione a fiere ed eventi promozionali per la destinazione turistica in relazione ai risultati attesi e a quelli ottenuti a seguito di tali partecipazioni.	Partecipazione a fiere turistiche e appuntamenti promozionali	Il servizio consiste nelle attività di identificazione, selezione, pianificazione, esecuzione e valutazione della partecipazione a fiere turistiche e appuntamenti promozionali (workshop, roadshow, presentazioni...) nazionali e internazionali, al fine di promuovere la destinazione turistica e i suoi servizi.

Nei documenti attuativi e operativi di questo documento strategico, che saranno adottati a partire dai prossimi mesi, saranno specificati dettagliatamente per ciascun servizio (elencato nella colonna 2 della tabella qui sopra) di cui si compone ogni macro-funzione, i seguenti aspetti:

1. *descrizione del servizio* [attività previste dal servizio, con riferimento alle principali funzioni operative e agli output attesi];

2. *destinatari (target)* [categorie di utenti, turisti, visitatori o stakeholder ai quali il servizio è prioritariamente rivolto, con eventuale specificazione di segmentazioni per provenienza, tipologia di utenza, esigenze informative o modalità di fruizione],

3. *obiettivi specifici del servizio* [risultati puntuali e misurabili che si intendono conseguire attraverso l'erogazione del servizio, in coerenza con le finalità generali di informazione e accoglienza turistica definite dall'Amministrazione comunale];

4. *indicatori di monitoraggio e verifica del servizio* [parametri quantitativi e qualitativi utili a verificare l'effettivo svolgimento del servizio e la sua capacità di contribuire al raggiungimento degli obiettivi specifici previsti, in modo che gli indicatori consentano un'analisi periodica dell'efficacia e dell'efficienza dell'attività ed eventuali interventi correttivi o di miglioramento];

5. *modalità di finanziamento del servizio* [fonti di copertura finanziaria del servizio, con indicazione della natura dei fondi (comunali, regionali, statali, europei o altri), dell'entità del finanziamento e di eventuali vincoli specifici connessi all'utilizzo delle risorse] e stima di piano economico finanziario del servizio necessario a verificarne preliminarmente le condizioni di economicità e di sostenibilità economica].

5.1.2 Altri servizi per il turismo connessi ai servizi di IAT e infopoint

Ai servizi che - a partire dall'impostazione riportata nel paragrafo precedente - la società consortile per il turismo e la cultura è disponibile a fornire a supporto degli IAT (e infopoint) del territorio, saranno affiancati ulteriori servizi turistici che migliorino l'esperienza dei visitatori e promuovano la destinazione in un'ottica di *smart tourism*, mediante l'utilizzo di piattaforme e strumenti

digitali per due principali funzioni: a) per l'organizzazione e la gestione delle attività interne alla società consortile e dei flussi con gli operatori turistici del territorio¹⁸; b) per la gestione dei servizi a visitatori e turisti¹⁹.

5.1.3 Lo IAT di Montecchio Maggiore in connessione con gli altri IAT del territorio

Il *Consorzio Vicenza* è caratterizzato per essere uno dei principali soggetti che - a livello veneto, ma anche a livello nazionale - hanno una solida, continua e pluriennale esperienza nella gestione di servizi di informazione e accoglienza turistica. L'elevato know how nella gestione di dinamiche operative, di flussi di turisti fisici e da remoto, di organizzazione dell'informazione turistica... sarà utilizzato per costituire sul territorio dell'OGD "Terre Vicentine" e in prospettiva in tutto il territorio provinciale **una rete di IAT** e infopoint efficienti, moderni e funzionali attivando una delle seguenti modalità:

- il supporto al riconoscimento quale IAT di territorio o IAT destinazione o info point di punti informativi già attivi sul territorio gestiti da soggetti locali (associazioni o cooperative turistico-culturali, pro loco...) in modo che ciascun punto informativo possa rientrare tra gli IAT della Regione del Veneto e si attivi uno scambio di informazioni e servizi con lo IAT di destinazione di Vicenza, con gli IAT di destinazione, info point e uffici di informazioni turistiche presenti sul territorio provinciale;
- la possibilità di prevedere la costituzione di punti informativi riconosciuti come IAT/infopoint in Comuni che intendano attivare questo servizio e che intendano affidare alla società consortile per il turismo e la cultura le modalità per l'istituzione, il funzionamento e la gestione dello IAT/infopoint del loro territorio;
- la collaborazione tecnica di Vicenza Turismo Cultura scarl con i soggetti locali - pubblici e/o privati - che gestiscono IAT e punti informativi, con l'obiettivo di valorizzare e sostenere le esperienze locali e di territorio nelle attività di servizio per il turismo.

5.1.4 Potenziamento delle funzioni di Convention bureau

Un convention bureau facilita e promuove per un territorio l'organizzazione di eventi (aziendali, associativi, professionali, formativi, commerciali...) offrendo supporto logistico, informazioni e servizi, con l'obiettivo di attrarre organizzatori e partecipanti, contribuendo così al valore e alla visibilità della destinazione.

¹⁸ Realizzazione di cataloghi digitali, portali online e integrazione con sistemi regionali e nazionali, per prenotazioni, gestione degli itinerari, acquisto di servizi e monitoraggio dei flussi turistici in tempo reale.

¹⁹ Assistenza al visitatore con soluzioni digitali per l'assistenza, come chatbox basati su Intelligenza Artificiale (AI), supporto digitale multicanale e strumenti di ticketing online, potenziamento digitale dell'offerta con l'adeguamento dei luoghi di attrattività con sistemi di prenotazione online, audioguide digitali, segnaletica smart e altre soluzioni innovative per i visitatori.

A Montecchio Maggiore la funzione di Convention bureau è riconosciuta formalmente al *Consorzio Vicenza* è fin dalla sua costituzione.

I servizi standard offerti da un convention bureau sono:

- consulenza e supporto gratuito agli organizzatori di eventi;
- mappatura dell'offerta MICE locale (location, alberghi, servizi...);
- supporto nella preparazione e presentazione di candidature;
- verifica di disponibilità e quotazioni alberghiere preferenziali (gestione allotment camere);
- formulazione di proposta di incentive e post-congress tour;
- organizzazione di educational tour e sopralluoghi;
- messa in contatto con le istituzioni locali e i fornitori di servizi.

Il potenziamento di questo servizio darà attuazione agli obiettivi strategici definiti al paragrafo 3.3 *Montecchio Maggiore e il turismo business* che saranno realizzati costituendo una partnership tra la società consortile per il turismo e IEG, che si posiziona tra i principali player nazionali nel mondo degli eventi e della gestione delle sedi. La partnership avrà ad oggetto la creazione, il funzionamento stabile e lo sviluppo del Convention bureau Vicenza, delle attività per il turismo MICE e business in provincia di Vicenza e opererà anche grazie agli opportuni investimenti e la messa a disposizione di servizi di supporto da parte dei soci, con una focalizzazione su innovazione e digitalizzazione dei servizi.

5.1.5 La gestione delle "venues" pubbliche di Montecchio Maggiore

La società in-house può eventualmente assumere un ruolo strategico nella gestione operativa di **spazi comunali destinati ad eventi** (venues), contribuendo a valorizzarli come strumenti di attrattività turistica. Il Comune di Montecchio Maggiore possiede, infatti, un patrimonio architettonico e culturale di valore che va considerato una risorsa strategica anche ai fini del posizionamento della città quale destinazione di primo piano nel mercato del turismo che possiamo definire "congressuale e degli eventi", che comprende turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), *wedding tourism*, turismo trainato dagli eventi culturali e artistici, sportivi...

Per contribuire al raggiungimento di questo obiettivo, il Comune si riserva la possibilità di elaborare un modello strategico-operativo per l'affidamento alla società in-house "Vicenza Turismo Cultura" (quale braccio operativo del Comune) della gestione integrata del patrimonio immobiliare comunale che presenti le caratteristiche per essere valorizzato per il turismo MICE e per le altre attività sopra indicate, in modo che la possibilità di valorizzare questo patrimonio sia uno degli asset principali delle attività delle funzioni di *Convention bureau Vicenza* che la società consortile eserciterà in partnership con Italian Exhibition Group (IEG).

L'obiettivo che il Comune di propone di perseguire è che le *venues* pubbliche siano così

trasformate da semplici contenitori in strutture funzionali a fornire servizi culturali e turistici integrati con altre sedi e servizi privati. Ciò richiederà la costituzione di un *ecosistema integrato per l'attrattività MICE* che comprenda sedi uniche e prestigiose, pubbliche ma anche private: un'*offerta diffusa* che, agendo in sinergia con il centro congressi gestito da IEG, permetta a Montecchio Maggiore di candidarsi con successo a ospitare eventi nazionali e internazionali, generando un significativo indotto economico e promuovendo l'immagine della città.

6. Considerazioni finali e orientamenti di prospettiva

Far funzionare efficacemente un sistema turistico locale richiede strategie chiare, competenze operative e molte risorse economico-finanziarie necessarie a tradurre le strategie in prodotti e servizi indirizzati a visitatori e turisti.

Per verificare quanto questa prospettiva sia presente nella destinazione turistica Montecchio Maggiore, possiamo utilizzare l'approccio del *Destination Foundation Framework* (framework delle fondamenta della destinazione) modello in base al quale l'immagine e la promozione della destinazione richiede che prima sia costruito "l'edificio": un sistema di offerta turistica di territorio, per il quale devono essere gettate delle fondamenta solide e durevoli caratterizzate da realismo, concretezza, sostenibilità economico-finanziaria e un approccio "dal basso verso l'alto". Dall'applicazione di questo modello alla nostra destinazione emergono **alcune questioni da valutare e presidiare** riportate qui di seguito e che costituiscono un orientamento di prospettiva.

Verificare la fattibilità economico-finanziaria degli scenari di sviluppo turistico

La formulazione di scenari in documenti di pianificazione strategica della destinazione turistica è frequentemente caratterizzata da un approccio suggestivo, che tende a sottostimare la complessità realizzativa, lasciando intendere che possano essere sufficienti interventi apparentemente semplici (un sito vetrina, qualche app, delle campagne social, la progettazione di itinerari...). È necessario, invece, effettuare delle stime rigorose del fabbisogno economico-finanziario necessario per la concreta e stabile realizzazione dei risultati che ci si prefigge di raggiungere e valutare la reale disponibilità di tali risorse. Il mancato allineamento tra le risorse disponibili a livello territoriale e quelle necessarie per il conseguimento degli obiettivi strategici può compromettere significativamente la fattibilità del processo di sviluppo turistico, facendolo percepire come più complesso e irrealizzabile. *Nel nostro caso, è preferibile che la società consortile in-house utilizzi - in accordo con il Comune - una prassi di costante misurazione dell'efficacia (ma anche di efficienza) delle spese e degli investimenti già in sede di programmazione e previsione degli interventi.*

Evitare un'eccessiva focalizzazione sulla domanda turistica

È fondamentale evitare un'eccessiva enfasi sull'analisi della domanda turistica. La concentrazione di risorse ed energie locali sul lavoro di valutazione della domanda potenziale e sull'identificazione dei segmenti di visitatori da attrarre, al fine di veicolare messaggi e narrazioni sulla destinazione (un'attività che viene definita solitamente "promozione turistica"), costituisce un'attività proficua solo se preliminarmente il territorio ha sviluppato, proposto e commercializzato con rigore e successo un'offerta strutturata di prodotti turistici (es. ricettivi, ristorativi, culturali...) e servizi di supporto (es. informativi, di assistenza). In assenza di tale preconditione, sussiste il rischio di un dispendio significativo di risorse in attività di comunicazione volte all'attrazione turistica, in un contesto in cui la destinazione non possiede (o non ha ancora consolidato) un sistema di prodotti e servizi adeguato a soddisfare le aspettative e le esigenze del turista.

Superare l'approccio retorico della destinazione turistica

Di recente la letteratura sul turismo sta riflettendo sul fenomeno della creazione retorica di un luogo come destinazione turistica disancorato dalla realtà. Questo fenomeno tende a essere sostenuto da una o più operazioni, quali, in particolare l'attivazione di iniziative definite di "promozione turistica" e la messa in secondo piano dei prodotti e dei servizi operativi e concreti indirizzati ai visitatori e turisti.

In effetti, i servizi per i visitatori e i turisti - uno IAT efficiente e professionale, la gestione dei principali beni ambientali, culturali e attrattori turistici gestiti professionalmente, un sito internet di destinazione dal quale si possano prenotare almeno le visite ai principali attrattori turistici del territorio... - rappresentano il fondamento su cui si edifica una destinazione turistica effettivamente attrattiva. La disponibilità e l'efficienza di servizi operativi concreti e il mantenimento nel tempo di questa - che è una vera e propria infrastruttura di servizio - rappresentano il fondamento su cui si edifica una destinazione turistica attrattiva e competitiva e in questa direzione dovrebbero essere allocate prioritariamente le risorse pubbliche.

Valutare la dotazione delle infrastrutture ricettive

È indispensabile verificare se la dotazione quantitativa e qualitativa sul territorio di strutture ricettive private - sia alberghiere, sia extralberghiere ("complementari") sia in linea con la domanda che si intende attrarre verso la destinazione Montecchio Maggiore e nel caso quali misure possano essere assunte per favorire la soluzione di questa questione. *La società in-house partecipata dal Comune di Montecchio Maggiore potrà contribuire ad analizzare la situazione e programmare assieme al Comune eventuali interventi o azioni a medio termine per analizzare le eventuali criticità e formulare soluzioni concretamente realizzabili e sostenibili sulla dotazione delle infrastrutture ricettive.*

Valutare la dotazione di servizi turistici non ricettivi

Analogamente alla valutazione della dotazione delle strutture ricettive, va svolto un approfondimento anche per verificare se l'offerta di servizi turistici non ricettivi prevalentemente privati per quantità e qualità siano coerenti e adeguati alle prospettive di sviluppo di alcune tipologie di turismo (es. turismo culturale, *business tourism*...). Anche in questo caso, *la società in-house partecipata dal Comune di Montecchio Maggiore potrà contribuire ad analizzare la situazione e programmare assieme al Comune eventuali interventi o azioni a medio termine per analizzare le eventuali criticità e formulare soluzioni concretamente realizzabili e sostenibili sulla dotazione di servizi turistici non ricettivi prevalentemente privati.*