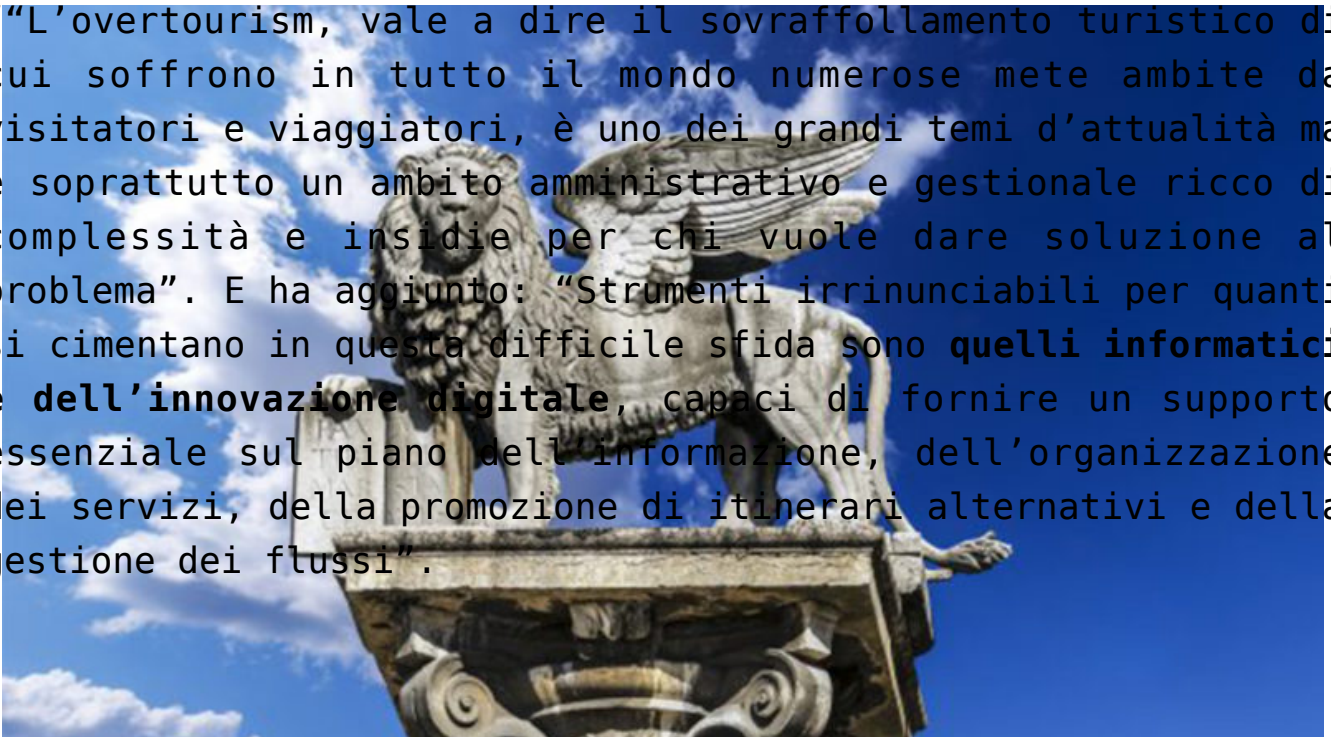


Ecco il nuovo sito della Regione Veneto per promuovere il turismo

Si trova all'indirizzo www.veneto.eu ed è il nuovo sito della **Regione Veneto**, da pochi giorni on line. È stato presentato ufficialmente alla **BIT** quale strumento di promozione del Piano Strategico regionale del turismo. Si tratta di un progetto imponente, al quale è affidato il compito di guidare la promozione della **Land of Venice**, la nuova *brand identity* presentata lo scorso anno. Il sito, insieme agli altri strumenti digitali messi a disposizione dei turisti, è considerato una vetrina e uno strumento imprescindibile per raccontare ai visitatori la ricchezza del territorio regionale, permettendo loro di scoprire le altre peculiarità ed eccellenze della regione e andando "oltre Venezia".

Il turismo veneto, tra overtourism e competitività

La presentazione alla BIT è stata introdotta dal governatore della Regione Veneto **Luca Zaia**, che ha spiegato come “L’overtourism, vale a dire il sovraffollamento turistico di cui soffrono in tutto il mondo numerose mete ambite da visitatori e viaggiatori, è uno dei grandi temi d’attualità ma è soprattutto un ambito amministrativo e gestionale ricco di complessità e insidie per chi vuole dare soluzione al problema”. E ha aggiunto: “Strumenti irrinunciabili per quanti si cimentano in questa difficile sfida sono **quelli informatici e dell’innovazione digitale**, capaci di fornire un supporto essenziale sul piano dell’informazione, dell’organizzazione dei servizi, della promozione di itinerari alternativi e della gestione dei flussi”.





L'assessore regionale al turismo **Federico Caner** ha inquadrato invece il nuovo progetto all'interno del nuovo **Piano strategico del turismo** e ne ha illustrato le peculiarità. "Il turismo veneto, per rimanere competitivo sul mercato nazionale e internazionale, deve dotarsi di una linea strategica chiara, condivisa con il territorio" ha dichiarato. "Se innovazione, trasversalità, trasporti e accoglienza diffusa sono gli aspetti portanti del Piano Strategico del Turismo Veneto, non bisogna dimenticare **la promozione**. Il nuovo sito in quest'ottica è fondamentale grazie a contenuti e modalità di fruizione pensate in base a cosa cerca il turista e al dispositivo utilizzato, distribuendo in maniera intelligente i contenuti disponibili tra sito web, app e gli altri strumenti di consultazione digitale".



L'importanza dell'informazione digitale

Il tema dell'incontro è stato poi sviluppato da **Edoardo Colombo**, esperto di turismo digitale che ha spiegato: "Il turismo è la più digitalizzata delle industrie: i grandi operatori online del travel internazionale, oltre a Google e Facebook, impegnano importanti risorse in ricerca e sviluppo e investono sul webmarketing vendendo il prodotto Italia. Intelligenza artificiale e nuove modalità di interazione, soprattutto in mobilità, propongono a chi viaggia informazioni affini al proprio profilo, che si convertono **in prenotazioni e servizi acquistati online**, non più solo per quanto riguarda trasporti e ricettività alberghiera ma anche per tutte le componenti che costituiscono **l'esperienza di viaggio**. Per questo è importante che si popoli la rete di contenuti qualificati per alimentare gli algoritmi di informazioni aggiornate capaci di attrarre i turisti verso località meno congestionate allungando la permanenza".



A seguire la digital strategist **Marianna Marcucci**, ha aggiunto: “Oggi nel digital marketing trasparenza, autenticità e fiducia guidano i viaggiatori nella scelta delle destinazioni. In questo contesto è fondamentale il ruolo dei **nano influencer**, persone che non hanno un alto numero di follower ma **generano altissimi tassi di coinvolgimento** nel pubblico che li segue. Con il mercato dei **Social Media Influencer** destinato a superare i 9 miliardi di dollari entro il 2020, stiamo soltanto iniziando a vedere quanto possano essere importanti per il mondo del travel, come possano offrire accesso a un pubblico molto più di nicchia e rilevante che, a sua volta, offre elevati tassi di engagement a un costo molto inferiore. Per questo è importante saperli riconoscere e avere una strategia digitale per renderli ambasciatori di una destinazione”.



Finale con gusto

L'incontro, condotto dal giornalista di **Radio Montecarlo Maurizio Di Maggio**, a sua volta influencer del settore viaggi, è terminato con "Veneto, the land of cooking", una **degustazione** di prodotti tipici del territorio veneto condotta da **chef Peppone di Linea Verde Rai**. Tra i prodotti tipici presentati: Il risotto con radicchio di Verona IGP e formaggio Asiago DOP, il risotto all'isolana, i tortellini di Valeggio sul Mincio "Il nodo dell'amore", e il gelato della tradizione veneta fatto con macchina a ghiaccio e sale.

