



Regione Lombardia

IL CONSIGLIO

Il Presidente

Protocollo CRL.2021.0019436 del 27/12/2021

Al Signor Presidente
della Commissione consiliare **IV**

Al Signor Presidente
del **Comitato Paritetico di
Controllo e Valutazione**

e, p.c. Ai Signori Presidenti
delle altre Commissioni consiliari

Ai Signori Componenti
l'Ufficio di Presidenza

Ai Signori Consiglieri regionali

Al Signor Presidente
della Giunta regionale

Ai Signori Assessori regionali

Ai Signori Sottosegretari regionali

LORO INDIRIZZI

Oggetto: REL n. 137 DGR XI/5770 del 21/12/ 2021

“Attuazione dell'art. 85 della l.r. 1 Ottobre 2015, n. 27 “Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo” (clausola valutativa)”.

Trasmetto la relazione in oggetto inviata a questa Presidenza, ai sensi dell'art. 85 della l.r. 1 ottobre 2015 , n. 27

Trasmetto, altresì, la relazione al **Comitato Paritetico di Controllo e Valutazione**, ai sensi dell'art. 109, comma 1 lett. c), del Regolamento generale.

Con i migliori saluti

ALESSANDRO FERMI

Documento informatico sottoscritto con firma digitale, ai sensi
dell'art.24, del D.lgs. 7 marzo 2005 n. 82 (Codice
dell'amministrazione digitale)

Copia analogica sottoscritta con firma a mezzo stampa predisposta secondo l'articolo 3 del D.lgs 39/1993 e l'articolo 3bis, comma 4bis del Codice dell'amministrazione digitale. Il documento originale è firmato digitalmente e conservato presso l'Ente.

20124 Milano - Via Fabio Filzi, 22 - tel. 02.67482.1 - PEC: protocollo.generale@pec.consiglio.regione.lombardia.it



Regione Lombardia

LA GIUNTA

DELIBERAZIONE N° XI / 5770

Seduta del 21/12/2021

Presidente **ATTILIO FONTANA**

Assessori regionali LETIZIA MORATTI *Vice Presidente*
STEFANO BOLOGNINI
DAVIDE CARLO CAPARINI
RAFFAELE CATTANEO
RICCARDO DE CORATO
MELANIA DE NICHILLO RIZZOLI
PIETRO FORONI
STEFANO BRUNO GALLI

GUIDO GUIDESI
ALESSANDRA LOCATELLI
LARA MAGONI
ALESSANDRO MATTINZOLI
FABIO ROLFI
FABRIZIO SALA
MASSIMO SERTORI
CLAUDIA MARIA TERZI

Con l'assistenza del Segretario Enrico Gasparini

Su proposta dell'Assessore Lara Magoni

Oggetto

RELAZIONE IN ATTUAZIONE DELL'ART. 85 DELLA LEGGE REGIONALE N. 27 DEL 1° OTTOBRE 2015, "POLITICHE REGIONALI IN MATERIA DI TURISMO E ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO LOMBARDO" (CLAUSOLA VALUTATIVA) – (ATTO DA TRASMETTERE AL CONSIGLIO REGIONALE)

Si esprime parere di regolarità amministrativa ai sensi dell'art.4, comma 1, l.r. n.17/2014:

Il Direttore Generale Roberto Cova

Il Dirigente Antonella Prete

L'atto si compone di 52 pagine

di cui 48 pagine di allegati

parte integrante



Regione Lombardia

LA GIUNTA

VISTA la legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015, "Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo";

RICHIAMATO l'art. 85 della legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015, "Clausola valutativa", il quale prevede che la Giunta regionale trasmetta al Consiglio una relazione annuale sull'attuazione della legge regionale n. 27/2015 e sui risultati ottenuti per favorire lo sviluppo e l'innovazione del turismo e dell'attrattività territoriale della Lombardia, ed in particolare:

- a) gli interventi realizzati, gli strumenti e le modalità applicative utilizzate, i tempi dei procedimenti, le risorse stanziare e utilizzate, i beneficiari raggiunti e le loro caratteristiche;
- b) le azioni di programmazione, di regolazione e di controllo realizzate e i relativi esiti;
- c) le eventuali criticità verificatesi e le soluzioni messe in atto per farvi fronte;
- d) gli esiti delle analisi e delle valutazioni condotte dall'Osservatorio regionale;

DATO ATTO che la relazione di cui all'Allegato A, è la quarta presentata sull'attuazione dell'art. 85 della legge regionale n. 27/2015 e descrive e documenta gli interventi realizzati nel periodo temporale compreso tra il 1° gennaio 2020 e il 31 dicembre 2020;

PRESO ATTO:

- della comunicazione del 20/09/2021, prot. N. P3.2021.0002989, con la quale, il Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale ha trasmesso l'“Esame della Relazione n. 106 del 2021”, approvato all'unanimità nella seduta del 16 settembre 2021;
- delle osservazioni e proposte del Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale, ed in particolare:
 - approfondire quali sono stati i risvolti della crisi legata al diffondersi della pandemia sulle imprese del turismo e più in generale sull'offerta turistica in Lombardia;
 - fornire un maggior numero di informazioni e dati il più possibile aggiornati per documentare sia le dinamiche che stanno interessando i flussi turistici - eventualmente integrate con analisi svolte dall'Osservatorio del turismo - sia quelle che riguardano l'offerta turistica, man mano che l'attuazione della legge regionale definisce le caratteristiche di tutte le strutture ricettive e forme di ospitalità e le regole per il loro esercizio;
 - fornire un maggiore dettaglio in merito alle caratteristiche dei beneficiari



Regione Lombardia

LA GIUNTA

raggiunti e dei progetti che hanno ricevuto un contributo, i costi degli interventi e la loro rilevanza rispetto al tema della sostenibilità, l'entità dei contributi concessi, i meccanismi che hanno creato difficoltà alle imprese per la rendicontazione delle spese;

RITENUTO di dare seguito alle richieste del Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale pervenute con comunicazione del 20/09/2021, prot. N. P3.2021.0002989;

VISTA la relazione di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente atto;

RILEVATO che la relazione assolve alle richieste di cui all'art. 85 della legge regionale n. 27/2015 e alle richieste del Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale;

RITENUTO:

- di approvare la relazione di cui all'Allegato A parte integrante e sostanziale del presente atto che presenta gli elementi richiesti dall'art. 85, comma 1 della legge regionale n. 27/2015;
- di trasmettere la presente deliberazione al Consiglio regionale;

VISTA la legge regionale n. 7 luglio 2008, n. 20 «Testo unico delle leggi regionali in materia di organizzazione e personale» nonché i provvedimenti organizzativi della XI Legislatura;

All'unanimità dei voti, espressi nelle forme di legge, per i motivi in premessa;

DELIBERA

1. di approvare la relazione di cui all'Allegato A, parte integrante e sostanziale del presente atto, che presenta gli elementi richiesti dall'art. 85 della legge regionale n. 27/2015;
2. di dare atto che la presente relazione assolve alle richieste di cui all'art. 85, comma 1 della legge regionale n. 27/2015 e del Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale;
3. di trasmettere la presente deliberazione al Consiglio regionale.



Regione Lombardia

LA GIUNTA

IL SEGRETARIO
ENRICO GASPARINI

Atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge

**Relazione annuale ai sensi dell'art. 85
della legge regionale n.27/2015
“Politiche regionali in materia di turismo e
attrattività del territorio lombardo”**

Sommario

Premessa	2
1. Provvedimenti attuativi della legge regionale n. 27/2015	7
1.1. Attuazione e modifiche alla legge regionale n. 27/2015	7
2. Le attività di programmazione, regolazione e controllo	10
2.1. Piano Triennale	10
2.3. Tavolo regionale del turismo e dell'attrattività	12
2.4. Commissione Turismo e Industria Alberghiera delle Regioni	13
2.5. Regione Lombardia, Province e Città Metropolitana	14
2.6. Elaborazione elenco dei comuni turistici e delle città d'arte	14
3. Iniziative di promozione turistica e incentivi alle imprese	17
3.1 Promozione e rafforzamento del posizionamento della Lombardia sui mercati di riferimento	17
3.2 Valorizzazione e innovazione dei prodotti turistici e dell'attrattività dei territori	26
3.3 Sviluppo del marketing territoriale	27
3.4 Azioni di incentivazione alle imprese	29
4. L'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività	38
5. Quadro riepilogativo risorse 2020	44
6. Conclusioni	45

Premessa

Il presente documento, in adempimento a quanto previsto dall'art. 85 della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27, descrive e documenta gli interventi realizzati nel corso del **2020** (periodo di riferimento) e fornisce il dettaglio delle azioni che sono arrivate a conclusione tra il **1° gennaio 2020 e il 31 dicembre 2020**, illustrando anche gli interventi che hanno preso avvio all'interno dello stesso intervallo temporale e che si sono conclusi successivamente e/o sono ancora in corso.

La redazione del presente documento tiene in considerazione quanto emerso dalla valutazione effettuata dal Comitato paritetico di Controllo e Valutazione, riunitosi nel mese di settembre u.s., per esaminare la clausola valutativa redatta nel 2020, con riferimento alle attività svolte nel corso del 2019. In particolare, il Comitato ha evidenziato l'opportunità di fornire un maggiore dettaglio sulle misure più significative per impatto economico, includendo informazioni sulle caratteristiche dei beneficiari e dei progetti finanziati, sull'entità dei contributi concessi, sui costi degli interventi e la loro rilevanza in termini di sostenibilità, sulle difficoltà incontrate dalle imprese in fase di rendicontazione, nonché di approfondire i risvolti della crisi legata alla pandemia sulle imprese turistiche e, più in generale, sull'offerta turistica in Lombardia, anche con l'impiego di dati più possibile aggiornati.

Dal punto di vista metodologico, la Clausola Valutativa si conferma, anche per l'anno 2021, come momento essenziale del sistema di pianificazione e controllo delle politiche regionali e, come tale, anche al fine di facilitarne la comparazione e la lettura dinamica delle politiche regionali negli anni, anche per l'anno 2021 (periodo di riferimento 2020) si è deciso di mantenere, per quanto possibile, il format di relazione utilizzato negli anni precedenti. In merito alle tempistiche di presentazione della relazione, oggetto di rilievo nell'esame della clausola valutativa riferita al 2019, si precisa che i tempi di consegna del documento, restano legati all'effettiva disponibilità dei dati relativi ai flussi turistici, che vengono certificati da ISTAT solo nel mese di settembre.

All'interno di questa cornice metodologica, le iniziative oggetto di illustrazione nella presente relazione vanno contestualizzate all'interno dell'**XI Legislatura**. Le politiche regionali realizzate nel 2020 si riferiscono quindi, a livello programmatico, agli indirizzi del PRS XI

Legislatura, approvato dal Consiglio regionale con delibera 10 luglio 2018, n. XI/64 e declinati, al livello operativo, negli atti di programmazione di settore, come meglio dettagliato nel paragrafo 2. “Le attività di programmazione, regolazione e controllo”. Inoltre, come riferimento programmatico, si ricorda l’aggiornamento intervenuto con il Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFR - delibera di giunta 30 giugno 2020, n. XI/3316 e la successiva nota di aggiornamento approvata con delibera di giunta 30 ottobre 2020, n. XI/3748).

L’anno 2020 è stato caratterizzato dallo scoppio e dalla diffusione dell’emergenza sanitaria che ha obbligato Regione Lombardia – al pari degli altri attori istituzionali nazionali ed esteri – a rivedere più volte il piano annuale, poi licenziato per le medesime ragioni solo a metà anno. Invero, l’emergenza sanitaria e i continui provvedimenti emanati dai Governi nazionali e dalle Regioni hanno anche richiesto un continuo aggiornamento del contenuto del Piano, proprio sulla base delle evoluzioni che la pandemia nei diversi periodi dell’anno ha raggiunto. In particolare, il Governo centrale, su sollecitazione delle Regioni maggiormente colpite, ha stabilito l’obbligo per le autorità competenti di adottare rigide misure di controllo, volte alla prevenzione della diffusione del Covid-19, fin dalla manifestazione dei primi focolai registrati nel territorio nazionale, tra le quali: il divieto di allontanamento e di accesso alle aree interessate; la sospensione di manifestazioni e iniziative di qualsiasi natura dei servizi educativi, delle attività di musei ed altri istituti di cultura, dei viaggi d’istruzione, delle procedure concorsuali; l’applicazione delle misure di quarantena con sorveglianza attiva; la sospensione delle attività commerciali e lavorative; la limitazione dei servizi pubblici e di trasporto, etc. Con riguardo al contenimento della diffusione del contagio, Regione Lombardia, in attuazione dei Decreti-Legge del Governo e dei Decreti attuativi del Presidente del Consiglio dei Ministri, ha implementato una serie di misure di limitazione e restrizione agli spostamenti e alle attività. Successivamente, in relazione agli obiettivi di sostegno e ripresa economica, Regione Lombardia ha elaborato specifiche proposte di intervento, che sono state condivise con il Patto per lo Sviluppo dell’economia, del lavoro, della qualità e della coesione sociale della Lombardia e che il Presidente della Regione ha avanzato al Governo.

Al costante monitoraggio dell’emergenza, con conseguente ricerca di soluzioni giudicate opportune ed efficaci, si è affiancato un impegno da parte della Regione a supporto degli attori economici presenti su tutto il territorio regionale, ciò al fine di mitigare il senso di

crescente disorientamento che molti attori economici e non economici hanno manifestato nel corso dell'anno. A distanza di un anno, merita ricordare lo stato di assedio che ha visto come protagonista Regione Lombardia, per avere più di ogni altra regione italiana subito gli effetti, anche tragici, della pandemia con importanti ferite al tessuto sociale ed economico regionale e con serie conseguenze sull'immagine della Regione stessa. L'attività di supporto ha dapprima voluto dare un sostegno in termini di presenza dell'istituzione Regione a tutti gli attori socioeconomici e, successivamente, ha inteso anche cercare di ridare fiducia agli stessi, intervenendo sull'immagine della Regione a livello turistico, in raccordo con il livello nazionale e con ENIT: tutto ciò nell'attesa di una più concreta ripartenza e stabilizzazione del quadro sanitario regionale, nazionale e internazionale.

In questo scenario, diversi sono stati i livelli di intervento a partire da un raccordo permanente con i portatori di interesse per un coordinamento delle azioni a livello regionale, territoriale e nazionale. Nel dettaglio, due sono stati i canali di intervento prioritari: il primo rivolto a riportare i turisti in Lombardia per far ripartire il settore; il secondo rivolto a sostenere le imprese, penalizzate da uno stop totale e da una ripartenza lunga e faticosa. Le azioni, in un primo tempo, hanno riguardato la convivenza con il virus e le strategie necessarie per garantire la sicurezza su tutto il territorio. Successivamente, le stesse hanno riguardato gli strumenti di promozione digitale, la formazione per gli operatori e la "ricostruzione" della reputazione della Regione, quale luogo sicuro ed attento alla tutela della salute. In questa direzione, particolare attenzione è stata posta all'ideazione di una campagna di comunicazione e di valorizzazione dei territori e delle loro eccellenze. Regione Lombardia per tutto il 2020, ha cercato, con la massima flessibilità e con un costante monitoraggio, di fronteggiare le minacce derivanti dalla pandemia, mitigandone gli effetti anche nel tentativo di realizzare un efficace riposizionamento della Regione sui mercati nazionale e internazionali.

Breve riflessione sull'andamento del turismo nel 2020

Prima di passare all'analisi dei provvedimenti che hanno contraddistinto le politiche di sviluppo del settore turistico nel corso dell'anno 2020, merita, in accoglimento a quanto richiesto dal Comitato, inserire in maniera sintetica alcuni elementi di riflessione sull'andamento dei flussi turistici:

1. Primo elemento meritevole di osservazione consta nella ridotta possibilità di raccolta dei dati statistici nel corso dell'intero anno 2020, con una minore disponibilità di studi e di analisi svolte, sia a livello regionale, sia a livello nazionale e internazionale.
2. Dati Banca d'Italia pubblicati a giugno 2021, evidenziano come nel 2020 le entrate mondiali da turismo internazionale (misurate in euro) siano diminuite del 64%. La quota di mercato dell'Italia si è leggermente ampliata, dal 3,4% al 3,7%, consolidando la quinta posizione a livello globale, a fronte dei più marcati aumenti delle quote di Francia e Germania e del calo significativo di quella della Spagna. Il numero di visitatori pernottanti è diminuito del 61 % in Italia, meno che per i principali concorrenti (-72,9% a livello mondiale).
3. Quasi un quarto della contrazione della spesa mondiale per turismo internazionale nel 2020 è riconducibile ai viaggiatori provenienti dalla **Cina e dagli Stati Uniti**; questi ultimi sono stati superati dai turisti tedeschi al secondo posto nella graduatoria della spesa per viaggi all'estero, ancora dominata dalla Cina.
4. Per l'Italia le entrate turistiche dall'estero sono state pari all'1,0 % del PIL nel 2020, un peso appena inferiore a quello medio dell'Unione europea (UE) e dell'area dell'euro. Il surplus della bilancia turistica dell'Italia in rapporto al PIL, pur dimezzatosi allo 0,5%, rimane invece superiore alla media europea.
5. Tra i paesi della UE, il saldo della bilancia turistica è peggiorato per i paesi storicamente caratterizzati da un avanzo, in particolare per quelli con un surplus molto elevato che sono **più dipendenti dal turismo internazionale**, mentre è migliorato per i paesi in deficit.
6. Con la ripresa delle attività di indagine e di analisi anche statistica, a luglio dello scorso anno, sono state poste ai viaggiatori stranieri alcune domande specifiche per approfondire l'impatto della pandemia sui piani di viaggio. Tra gli intervistati che hanno visitato l'Italia per motivi diversi da quelli di lavoro, circa l'84% ha dichiarato di non aver cambiato nessuno degli aspetti principali del viaggio (durata, destinazione, tipologia di alloggio) rispetto alle proprie abitudini o a quanto programmato prima della pandemia. Sembra dunque emergere una polarizzazione tra i viaggiatori internazionali, che nonostante l'emergenza sanitaria hanno mantenuto largamente invariati i loro piani, e quelli (oltre la metà del bacino di potenziali turisti, sulla base del

calo degli arrivi rispetto al 2019), che invece, hanno rinunciato del tutto a visitare il nostro paese. La grande maggioranza degli intervistati ha inoltre giudicato adeguate le misure messe in atto nelle località visitate per contenere la diffusione del virus.

A fronte del significativo impatto della pandemia da coronavirus sul settore turistico a livello globale, per definire un indirizzo politico di risposta all'emergenza e di coordinare le misure la giunta regionale ha attivato una serie di interventi destinati al sostegno delle imprese, comprese quelle del settore turistico, tra le quali merita ricordare:

- Delibera di giunta 20 aprile 2020, n. XI/3074 e s.m.i. "Misure di sostegno alla liquidità per la ripresa e la gestione dell'emergenza Covid 19: modifiche e incremento della dotazione finanziaria della misura Credito Adesso di cui alla delibera di giunta 26 ottobre 2011, n. IX/2411 e istituzione della nuova Linea di intervento "Credito Adesso Evolution"
- delibera di giunta 5 maggio 2020, n. XI/3110 e s.m.i. "Safe Working – Io Riapro Sicuro"
 - Contributi per interventi connessi alla sicurezza sanitaria a favore delle micro e piccole imprese lombarde - Definizione dei criteri della misura"
- delibera di giunta 17 novembre 2020, n. XI/3869 e s.m.i. "SI! Lombardia - Sostegno impresa Lombardia": approvazione dei criteri della misura di ristoro a fondo perduto per microimprese e lavoratori autonomi con partita IVA individuale colpiti dalla crisi da Covid-19"

In tema di sostegno agli investimenti pubblici, nell'ambito del "Piano Lombardia", si ricorda invece la delibera di giunta 30 novembre 2020, n. XI/3945 "Approvazione dei criteri per l'emanazione del bando "Interventi finalizzati alla riqualificazione e valorizzazione turistico-culturale dei borghi storici".

1. Provvedimenti attuativi della legge regionale n. 27/2015

1.1. Attuazione e modifiche alla legge regionale n. 27/2015

All'interno della presente relazione, si segnalano i seguenti interventi di attuazione e/o di modifica della legge regionale 1° ottobre 2015, n.27. Nel dettaglio saranno analizzati i seguenti punti:

- legge semplificazione
- condhotel
- agenzie di viaggio
- pro loco

Interventi a favore delle imprese turistiche nel periodo di emergenza Covid19

In considerazione del periodo emergenziale e della chiusura delle strutture ricettive, si è reso necessario intervenire sull'*articolo 38 comma 7 della legge regionale 1° ottobre 2015, n.27*, laddove dispone che *“Il periodo di cessazione temporanea dell'attività, (...), non può essere superiore a sei mesi, prorogabile dal comune, per fondati motivi, una sola volta di ulteriori sei mesi; decorso tale termine, l'attività si intende definitivamente cessata.”* Tenuto conto della situazione emergenziale in atto, si è scelto di andare incontro alle strutture ricettive, disapplicando tale disposizione di legge per l'anno 2020; si è quindi intervenuti con la legge regionale di semplificazione 2020 (BURL n. 22, suppl. del 25 Maggio 2020) il cui art. 11 introduce all'articolo art. 84 “Disposizioni transitorie e finali” della legge regionale n. 27/2015 il comma 2 bis, con il quale si dispone che *“Per l'anno 2020 non trova applicazione la disposizione di cui al comma 7 dell'articolo 38. Non trova altresì applicazione l'obbligo di rispettare i periodi di interruzione dell'attività di cui all'articolo 26, comma 2, lettera b), e all'articolo 29, comma 2, rispettivamente per le case e appartamenti per vacanze e per i bed & breakfast.”*.

Con questo intervento normativo, si è quindi per analogia, sospeso anche per le case e appartamenti per vacanze e per i bed & breakfast, l'obbligo di chiusura di 90 giorni all'anno, anche non continuativi. La stessa previsione è stata successivamente riproposta a valere per l'anno successivo con la legge di semplificazione 2021.

Col medesimo intento di favorire imprese e cittadini che offrono ospitalità turistica in Lombardia, con il decreto dirigenziale 15 aprile 2020, n. 4285, è stata differita di tre mesi, e precisamente fino al 30 giugno 2020, la scadenza per presentare la richiesta di riclassificazione delle case e appartamenti vacanze, di cui all'articolo 26 della legge regionale 1° ottobre 2015, n.27, in locazioni turistiche, da parte dei soggetti interessati.

Condhotel

Nel corso del 2020 è stata anche approfondita la disciplina relativa ai Condhotel, tipologia di struttura ricettiva prevista dall'articolo 19 della legge regionale 1° ottobre 2015, n.27 "Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo" e interessata dagli impatti dell'emergenza sanitaria sul sistema dell'offerta ricettiva e dalle ricadute del diffondersi di modalità di lavoro "smart working" sul sistema immobiliare locale.

È stato, in tal senso, predisposto il testo del Regolamento, in attuazione delle disposizioni del DPCM 22 gennaio 2018, n 13 e dell'art 37 della legge regionale 1° ottobre 2015, n.27, ed alla luce dello scenario conseguente all'emergenza sanitaria sul settore ricettivo. In data 2 dicembre 2020, è stata trasmessa alla U.O. Legislativo la proposta di regolamento per l'adeguamento dell'ordinamento regionale ai criteri e modalità per l'avvio e l'esercizio dei condhotel, unitamente alla relazione illustrativa, con la richiesta di sottoporla al Comitato Legislativo, il quale ha esaminato il provvedimento in data 14 dicembre 2020. Nelle more di una eventuale revisione della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27 di iniziativa del consiglio regionale, si è stabilito di attendere gli esiti delle valutazioni del gruppo di lavoro della IV Commissione, costituito a gennaio 2021, prima di procedere con la presentazione in Giunta e relative tempistiche.

Agenzie di Viaggio

A seguito dell'aggiornamento della normativa vigente, disposto con il decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62 "Attuazione della Direttiva UE 2015/2302 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015 relativa ai pacchetti turistici e servizi turistici collegati,(...)", con lo scopo di tutelare maggiormente il viaggiatore che stipula contratti di pacchetto turistico e di servizi turistici collegati, anche con riferimento ai casi di insolvenza o fallimento dell'organizzatore o del venditore, con la legge regionale 10 dicembre 2019, n. 22 «Seconda legge di revisione normativa ordinamentale 2019» si è provveduto ad adeguare il Titolo V

della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27, modificando gli articoli 57, 61, 66, 67, 69. Conseguentemente, nel 2020, sono stati approvati i nuovi schemi di dichiarazione dei modelli relativi alla SCIA per l'esercizio delle attività delle agenzie di viaggio e turismo, ed alle comunicazioni di apertura/chiusura delle filiali e di variazioni ex art. 59 della legge regionale 1° ottobre 2015, n.27.

Pro loco

Nel periodo di riferimento è stato costantemente aggiornato l'elenco delle pro loco iscritte ed effettuata la verifica della consistenza numerica per ciascuna Provincia.

In particolare, come si evince dal decreto del 3 dicembre 2020, n. 15207, al termine del periodo di riferimento, risultavano iscritte sul territorio lombardo 739 associazioni Pro loco. Di seguito, la Tavola n. 1 rappresenta la distribuzione delle associazioni sull'intero territorio regionale con indicazione del numero per ciascuna provincia.

Tavola n. 1 – Pro loco iscritte all'albo della Regione nell'anno 2020



2. Le attività di programmazione, regolazione e controllo

2.1. Piano Triennale

Rispetto al Piano triennale del Turismo e dell'Attrattività (PDA 32 – delibera di giunta regionale 16 dicembre 2019, n. XI/2653), previsto dall'art. 15 della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27, è stato portato a termine l'iter consiliare, per il quale è stato garantito il presidio ed il supporto da parte della Direzione Generale Turismo Marketing Territoriale e Moda. Nel dettaglio, all'inizio del 2020, si sono svolte le sedute della IV Commissione per l'avvio dell'attività istruttoria di competenza. Nell'ambito di tali sedute, si sono svolte le audizioni dei soggetti interessati, come le maggiori associazioni di categoria ed i partner istituzionali, con competenze in ambito di turismo. Il Consiglio Regionale ha infine approvato il provvedimento, con delibera 25 febbraio 2020, n. XI/1005. Il Piano Triennale è stato approvato poco prima dell'esplosione dell'emergenza Covid-19, tuttavia le indicazioni in esso contenute si sono dimostrate valide nonostante il periodo di emergenza. In particolare, il documento definisce tre linee di intervento di natura trasversale, che restano tuttora attuali e significative, inerenti la promozione dell'accessibilità rispetto a tutta l'offerta del territorio lombardo, dell'innovazione quale leva per realizzare azioni di rete tra tutti i soggetti coinvolti nella filiera dell'offerta turistica e della sostenibilità intesa in senso lato, quale criterio guida per l'elaborazione e attuazione di tutte le proposte di intervento in materia di infrastrutture, strutture e servizi.

2.2. Il Piano annuale per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività

Il Piano annuale della promozione turistica e dell'attrattività 2020 è stato approvato, a seguito del parere della IV Commissione consiliare, con delibera di giunta regionale 18 maggio 2020, n. 3146. Dal punto di vista metodologico, il Piano 2020 conferma l'approccio partecipativo e la collaborazione istituzionale come orientamenti distintivi per l'elaborazione delle linee di intervento in esso contenute e sottolinea l'importanza del dialogo con il Governo centrale e con gli enti territoriali, anche in considerazione del particolare momento caratterizzato da un contesto emergenziale. Appare evidente – come si legge nel Piano – l'importanza assunta nel momento particolare di emergenza sanitaria dal massimo coordinamento degli sforzi e delle misure adottate a tutti i livelli per favorire la ripresa dei flussi turistici e il recupero

dell'attrattività territoriale e della competitività dei sistemi produttivi nella fase post emergenza.

Come già riportato in premessa, è doveroso ripetere come nei primi mesi della pandemia ci sia stato uno strettissimo raccordo trasversale della giunta regionale con i portatori di interesse per il tramite del patto di sviluppo.

Il Piano 2020 si articola essenzialmente in tre parti tra loro collegate. La prima parte contestualizza l'azione regionale nel quadro di riferimento, citando e commentando i dati storici e prospettici, laddove possibile, elaborati dal UNWTO – *United Nations World Tourism Organization* e dall'OCSE. All'interno dello scenario internazionale il Piano contiene, nella seconda parte, un'approfondita analisi dei dati pre-covid sia su base nazionale e sia su base regionale, evidenziando il significativo cambiamento anche di prospettiva cagionato dall'emergenza sanitaria e l'incremento della complessità, soprattutto nell'attività di pianificazione delle azioni da mettere in atto. Da qui, il richiamo al *Global Tourism Crisis Committee*, istituito dall'UNWTO nel mese di marzo 2020 per realizzare, a livello internazionale, una sede di confronto e di orientamento focalizzata sul sostegno al comparto turistico e sul rilancio dell'economia turistica. Sempre nella seconda parte dedicata all'emergenza sanitaria il Piano2020 dedica anche ampio spazio alle disposizioni adottate sia a livello europeo che a livello nazionale e regionale in risposta all'emergenza sanitaria.

La terza parte del Piano2020 è dedicata alla strategia regionale, evidenziando che il set di misure di promozione ed incentivazione, previste inizialmente per il 2020 è stato rielaborato a livello strategico, proprio in funzione delle esigenze di ripresa e di rilancio del settore turistico determinate dalla diffusione – in particolare nel territorio lombardo – del contagio da Covid-19. Da qui, la puntualizzazione del Piano in merito all'azione di Regione Lombardia inerente al turismo, che si pone necessariamente in un orizzonte temporale post emergenziale, inquadrandosi propriamente nella fase di rilancio dell'offerta territoriale e di ripresa del sistema economico e produttivo, affrontando direttamente la forte esigenza di recupero di immagine determinata dall'impatto mediatico negativo del fenomeno “nuovo coronavirus”.

Nel dettaglio, il Piano 2020 identifica come obiettivi generali, in una prospettiva di crescente integrazione del turismo nel sistema economico, i seguenti:

- Persone: proteggere i visitatori e i lavoratori mediante forme di turismo responsabile.

- Imprese: garantire la sopravvivenza e supportare la ripresa delle imprese turistiche, dei viaggi e della filiera dell'attrattività.
- Politica settoriale: promuovere il coordinamento per risposte mirate con particolare riguardo agli strumenti promozionali e di condivisione dei dati.
- Promozione della destinazione; rilancio dell'immagine turistica della Lombardia e delle sue destinazioni mediante il rafforzamento della reputazione a seguito dell'attuale emergenza epidemiologica da Covid-19.

Obiettivo finale e prioritario del Piano 2020 è, quindi, il raggiungimento di un turismo meno autoreferenziale e che sia, anche se con una tendenza di crescita minore, il più sostenibile, responsabile e innovativo, producendo effetti più profondi e duraturi a livello sistemico. Il tutto sempre in considerazione dell'impatto dell'emergenza sanitaria. A completamento della terza parte si dà atto delle relazioni istituzionali in essere, dell'attuazione delle linee strategiche regionali in materia di turismo, attraverso interventi di promozione, di incentivazione e il mantenimento degli strumenti operativi rappresentati dall'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività e dalla società in-house Explora S.p.A.

2.3. Tavolo regionale del turismo e dell'attrattività

Come già riportato nella Relazione 2019, con la XI Legislatura è stata disposta (delibera di giunta regionale 7 maggio 2018, n. 93) la ricostituzione del Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività, in attuazione dell'art. 13 della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27 "Politiche regionale in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo".

Nel corso dell'anno di riferimento, l'attività del Tavolo regionale del turismo e dell'attrattività è proseguita, assumendo un ruolo ancora più importante, in termini di raccordo, coordinamento e consultazione, stante la situazione di grave paralisi e crisi del settore turismo, che ha caratterizzato il 2020. Infatti, proprio con il Tavolo regionale, è stato svolto un metodico lavoro di confronto, analisi e formulazione di strategie e proposte per il rilancio turistico nella fase post Covid-19 e per garantire una risposta coordinata al superamento dell'emergenza sanitaria ed economica. In particolare, il 22 aprile si è tenuta la seduta finalizzata al confronto in merito all'analisi della crisi del settore e alle proposte di rilancio turistico post emergenza sanitaria, mentre il 23 luglio si è svolta la seduta di confronto sulle iniziative regionali introdotte per il rilancio turistico nella fase post emergenziale, i cui

aggiornamenti sono stati presentati e discussi nella successiva seduta dell'8 ottobre. Durante tale seduta il Tavolo ha licenziato la campagna di comunicazione 2020, che copre i territori coinvolgendo 12 "soggetti ambassador" per raccontare le specificità turistiche regionali:

- Bergamo – Montagna Estiva
- Brescia – Enoturismo
- Como – Cicloturismo e Laghi
- Cremona – Arte e Musica
- Lecco – Slow Tourism, Borghi e Laghi
- Lodi – Enogastronomia
- Mantova – Arte e Cultura
- Monza – Arte e Cultura
- Pavia – Slow Tourism e Cammini
- Varese – Turismo Attivo e Laghi
- Milano - Design
- Sondrio - Montagna Invernale

Sono stati inoltre approfonditi i temi della promozione turistica, formazione per gli operatori, infopoint #InLombardia, e sono state presentate ulteriori misure di marketing, come Ciak #InLombardia, illustrate in dettaglio nei paragrafi successivi.

2.4. Commissione Turismo e Industria Alberghiera delle Regioni

Nell'ambito della Commissione Politiche del Turismo della Conferenza delle Regioni e Province autonome si sono svolte numerose sedute specificatamente dedicate al tema dell'emergenza Covid-19, contribuendo a formulare proposte al Ministero in tema protocolli di sicurezza che hanno portato alla condivisione e approvazione da parte della Conferenza dei Presidenti delle Regioni e Province autonome delle *"Linee di indirizzo per la riapertura delle attività economiche, produttive, ricreative"*. Grazie a tale lavoro di coordinamento si è giunti all'approvazione in Conferenza Stato-Regioni delle linee di indirizzo per la riapertura delle attività economiche, produttive, ricreative.

Nelle diverse sedute sono state discusse e condivise con ENIT le proposte per il piano promozionale nazionale e di rilancio del settore post pandemia.

Ulteriori incontri sono stati dedicati al confronto con il Ministero in tema di Guide turistiche (anche in relazione alla sentenza del Consiglio di Stato verso Regione Calabria), Codice identificativo, Imposta di soggiorno.

Sul tema del Codice Identificativo delle strutture ricettive (CAV), le Regioni hanno condiviso la posizione da esprimere nei confronti del Governo per mettere a fattore comune le banche dati già operative, al fine di evitare doppioni, con una significativa riduzione dei relativi costi. Le riunioni della Commissione sono state precedute da incontri del Coordinamento tecnico che, anche in raccordo con gli uffici del Ministero, ha predisposto il materiale e le proposte a supporto dell'attività della Commissione.

2.5. Regione Lombardia, Province e Città Metropolitana

Nell'ambito dell'attuazione dell'intesa tra Regione Lombardia, Unione delle Province Lombarde, Province lombarde e Città Metropolitana di Milano, per il rilancio degli enti e per l'esercizio delle funzioni confermate, di cui alle leggi regionali 8 luglio 2015, n.19 e 12 ottobre 2015, n. 32, valida per il triennio 2019-2021, si è svolto, il 18 febbraio 2020, il primo Tavolo Tematico relativo alle funzioni delegate in materia di turismo, durante il quale è stato condiviso un metodo di lavoro per assicurare un esercizio coordinato delle funzioni delegate ed un coerente utilizzo del personale assegnato a tali funzioni, così come previsto dall'art 6, terzo comma della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27. Nel corso dell'anno, sono proseguiti anche gli incontri di coordinamento del Tavolo settoriale di raccordo inter-istituzionale, con le Direzioni Generali regionali competenti ed i referenti delle Province e delle Città Metropolitana, quali strumenti operativi di verifica e coordinamento delle funzioni e delle risorse, come previsto dall'articolo 5 dell'intesa stessa. Durante tali incontri, oltre a verificare le attività svolte, sono state analizzate e gestite eventuali problematiche relative all'attuazione dell'intesa.

2.6. Elaborazione elenco dei comuni turistici e delle città d'arte

In attuazione dell'art. 4 del decreto legislativo 14 marzo 2011, n. 23 «Disposizioni in materia di federalismo Fiscale Municipale» e successive modificazioni – il quale prevede che i Comuni capoluogo di Provincia, le Unioni dei Comuni, nonché i Comuni inclusi negli elenchi regionali

delle località turistiche o Città d'arte, possano istituire un'imposta di soggiorno a carico di coloro che alloggiano nelle strutture ricettive situate sui propri territori - con delibera di giunta 3 novembre 2020, n. 3764, è stato approvato l'elenco dei comuni turistici e delle città d'arte sul territorio lombardo. L'elenco approvato si basa su una classificazione a scala nazionale operata dall'Istituto nazionale di statistica (ISTAT), per ottemperare alle previsioni della legge 17 luglio 2020, n. 77, recante misure urgenti in materia di salute, sostegno al lavoro e all'economia, nonché di politiche sociali connesse all'emergenza epidemiologica da Covid-19 (GU n.180 del 18-7-2020 – Suppl. Ordinario n. 25). I criteri utilizzati da ISTAT per la classificazione dei comuni riguardano:

- la “categoria turistica prevalente”, definita come vocazione turistica potenziale del Comune, individuata in base a criteri geografici (vicinanza al mare, altitudine, ecc.) e antropici (grandi Comuni urbani)
- la “densità turistica”, espressa da un set consistente di indicatori statistici comunali, atti a misurare la presenza di dotazioni infrastrutturali, di flussi turistici e l'incidenza a livello locale di attività produttive e livelli occupazionali in settori di attività economica riferiti in modo specifico al settore turistico e/o culturale.

Considerato che la classificazione compiuta da ISTAT, seppure disposta per altre finalità, è risultata pienamente rispondente agli obiettivi di individuazione dei comuni turistici, di cui all'art. 4 del decreto legislativo 14 marzo 2011, n. 23 «Disposizioni in materia di federalismo Fiscale Municipale» e successive modificazioni, la delibera di giunta è stata approvata e l'elenco regionale così definito, ha individuato n. 1081 comuni lombardi ritenuti turistici, in base ai suddetti criteri adottati da ISTAT.

Anticipando alcuni avvenimenti che oltrepassano il periodo di riferimento della presente clausola, si evidenzia che la delibera di giunta 3 novembre 2020, n. 3764, che approva il vigente elenco dei comuni turistici lombardi, è stata oggetto di ricorso, ma nella seduta dello scorso 2 novembre 2021, il TAR ha respinto il ricorso presentato, apprezzando invece, le motivazioni delle scelte operate da Regione Lombardia, la quale ha utilizzato un'istruttoria operata da un altro ente pubblico – e, in particolare, da un'amministrazione con specifica competenza tecnica e che persegue fini generali come è l'ISTAT-, pervenendo infine ad una “selezione omogenea, completa e ben organizzata dei comuni turistici”, tale da diventare,

“ove presa in considerazione anche da altre Regioni, un punto di riferimento comune e condiviso”.

3. Iniziative di promozione turistica e incentivi alle imprese

Nel corso del 2020 sono state realizzate le seguenti azioni:

- Promozione e rafforzamento del posizionamento della Lombardia sui mercati di riferimento
- Valorizzazione e innovazione dei prodotti turistici e dell'attrattività dei territori
- Sviluppo del marketing territoriale
- Misure di incentivazione

3.1 Promozione e rafforzamento del posizionamento della Lombardia sui mercati di riferimento

Per favorire il rilancio della competitività del settore e per rafforzare il riposizionamento dell'offerta territoriale sui mercati di riferimento, l'azione regionale, nel corso del 2020, ha realizzato iniziative di comunicazione integrate, in collaborazione con *partner* istituzionali e privati, con l'obiettivo di valorizzare e diffondere i prodotti turistici e le eccellenze lombarde in Italia e all'estero, in stretto coordinamento con ENIT, e di favorire per tale via, in fase di post-emergenziale, il recupero d'immagine e il rilancio della reputazione della Lombardia quale meta turistica, sui mercati interno ed estero.

Le azioni attuate sono state svolte in modo differenziato in base all'evoluzione della pandemia. Per quanto concerne le azioni di comunicazione sono state realizzate nuove linee editoriali accompagnate da iniziative di comunicazione digitali, in raccordo con l'azione informativa realizzata da ENIT, al fine di ottenere un effetto moltiplicatore. Sono stati valorizzati in particolare il turismo enogastronomico, le tradizioni locali, il turismo all'aria aperta, oltre alle Giornate mondiali della Bicicletta e dell'Ambiente, per fare da traino ai temi legati al turismo all'aria aperta, del cicloturismo e delle visite alle aree naturali protette.

All'interno del Piano Editoriale Digital sviluppato da Explora sono state sviluppate diverse iniziative, oltre a linee editoriali specifiche *Viaggio in Lombardia*, *Borghi*, *Hidden places*, *Dialetto in pillole*, *Lombardia Food experience*:

- nell'ambito delle attività social è stato sviluppato un video accompagnato da un vademecum *"La Lombardia si rimette in moto"* per comunicare la ripresa, pubblicato

su in-lombardia.it, sul sito e sui canali social di Regione Lombardia. Il video è stato condiviso con i territori per una loro ripresa social e un rilancio a livello locale.

- campagna digitale di riposizionamento *#Bellezzeadomicilio*
- linea editoriale *Experience Lombardy* con rimando alle landing page riguardante in particolare i segmenti legati al turismo all'aria aperta (laghi, trekking, cicloturismo)
- linea editoriale *"meteo del week end"*
- pillole formative tramite canale *Youtube InLombardia* per il target business
- *Instagram stories* dedicate a *#viaggioinlombardia*.

Nell'ambito della collaborazione con ENIT, sono stati avviati tavoli tecnici sui temi della promozione turistica, della comunicazione e del market intelligence.

Per le molteplici ragioni già evidenziate, il coordinamento con ENIT, durante tutto l'anno 2020, è stato particolarmente serrato al fine di realizzare una costante sinergia tra le azioni di comunicazione a livello regionale e nazionale per un effetto sinergico e amplificatore. Nel dettaglio i principali output di tale sinergia sono le seguenti:

- in tema di iniziative b2c e con particolare riferimento alla valorizzazione delle destinazioni meno conosciute è stato implementato il piano social quindicinale di inLombardia, che aderisce alla campagna *#BellezzaADomicilio #Italycomestoyou* di ENIT e sono stati forniti contributi testuali e materiali per il calendario social della campagna che coinvolge le Regioni italiane;
- la realizzazione di una campagna digitale di riposizionamento del brand Italia *#ViaggioinItalia*, declinata a livello regionale *#ViaggioinLombardia*;
- un progetto particolarmente sfidante che ha previsto la creazione di una piattaforma virtuale federata *"Padiglione Italia"*, il cui obiettivo è condividere contenuti, organizzare e partecipare ad eventi b/b, workshop, conferenze stampa, oltre che a fiere in forma virtuale, laddove non fosse possibile garantire la presenza fisica;
- la redazione di un *palinsesto di iniziative b2b* di rilancio del turismo sui mercati internazionali, in stretto raccordo con le proposte e le iniziative a livello territoriale;
- la predisposizione di un *calendario di webinar di formazione sui mercati target europei* (Spagna, Francia, Germania, Regno Unito, Austria, Svizzera, Scandinavia e Russia) svolto nei mesi estivi con il coinvolgimento delle sedi estere ENIT per un'analisi della

situazione Paese, l'elenco fabbisogni dei Tour Operator e informazioni sulle compagnie aeree;

- la predisposizione di un *calendario di webinar di presentazione dell'offerta, rivolto alla domanda straniera* dedicati a Tour Operator e agenzie stampa per illustrare l'accessibilità della destinazione e la tipologia dell'offerta turistica di Regione Lombardia, rivolto ai seguenti mercati target: Paesi Bassi, Germania, Austria, Svizzera, Belgio, Lussemburgo, Regno Unito, Irlanda, Spagna Francia, Spagna e Scandinavia.
- una campagna social e influencer internazionale, avviata da luglio a settembre, ingaggiando le sedi estere con il coinvolgimento di influencer per promuovere il brand Italia.

L'anno 2020 ha rappresentato anche un importante momento di riflessione complessiva circa l'aggiornamento degli obiettivi e la conseguente revisione delle attività di promozione turistica previste per lo stesso anno, anche in ragione delle richieste degli stakeholder emerse nelle varie sedi di confronto (Patto per lo Sviluppo, Tavolo Turismo), formalizzata nel Piano annuale del turismo e dell'attrattività (delibera di giunta 18 maggio 2020, n. XI/3146 e 30 giugno 2020, n. XI/3302).

Nel corso dell'anno (delibera di giunta regionale 03 giugno 2020, n.- XI/3202 e 9 novembre 2020, n. XI/3808) sono stati approvati i criteri per la partecipazione e la selezione degli operatori turistici lombardi alle manifestazioni fieristiche e alle iniziative b2b in ambito turistico partecipate da Regione Lombardia.

Con decreto dirigenziale 9 giugno 2020, n. 6663, è stato approvato l'incarico a Explora S.p.A., relativo all'attività "Piano di promozione 2020: iniziative B2B e B2C di promozione della destinazione Lombardia" previsto dal Piano delle attività 2020 e rimodulato nei contenuti rispetto alle iniziative da attivare nel contesto post-emergenziale.

Considerato l'impatto negativo dell'emergenza sui flussi turistici verso la Lombardia, provenienti dai mercati target di riferimento, e l'incertezza sul comportamento della domanda turistica anche nel medio-lungo termine, si è reso necessario ed urgente il recupero di immagine turistica della Lombardia e del sistema dell'offerta regionale, a partire dal mercato interno e di prossimità; pertanto con delibera di giunta 30 giugno 2020, n. XI/3303, è stato approvato l'aggiornamento del piano delle attività di Explora e del relativo prospetto di raccordo (ai sensi della delibera di giunta 23 dicembre 2019, n. XI/2731), per la

realizzazione delle azioni di promozione turistica di riposizionamento dell'immagine turistica della Lombardia nella fase post-emergenziale. A tal fine, e in via preliminare, nel mese di maggio 2020, è stato sottoposto un questionario a vari soggetti (CCIAA, Convention Bureau, Consorzi Turistici, associazioni e operatori) sulla percezione degli effetti della pandemia della stagione turistica estiva e autunnale, dei prodotti turistici, dei target-mercati di riferimento, delle eventuali attività di promozione. L'indagine ha prodotto la raccolta di oltre 210 questionari compilati, che hanno confermato l'efficacia delle iniziative istituzionali di natura b2b anche in forma digitale, la propensione agli investimenti privati sul mercato Italia nell'anno in corso e la ripresa sugli altri mercati a partire dal 2021, il bisogno di attività formative snelle e settoriali per gli operatori dell'offerta turistica, la necessità di rafforzamento della promozione istituzionale, con particolare riguardo ai temi della sicurezza, del turismo lento, della sostenibilità e dell'attrattività delle destinazioni fuori porta.

Campagna di comunicazione "Vorrei la vedessi come me. Ogni giorno"

In considerazione dell'impatto dell'emergenza sanitaria sul settore turistico è stata definita una strategia di promozione finalizzata al riposizionamento turistico complessivo della destinazione Lombardia, con lo sviluppo della campagna di comunicazione *"Vorrei la vedessi come me. Ogni giorno"*, basata sulla narrazione di una Lombardia inedita ed originale, raccontata con gli occhi e le parole di chi la vive ogni giorno.



La campagna è stata progettata sul presupposto che la fase di riavvio post pandemia avrebbe visto la necessità di una ripartenza da zero per tutti gli attori coinvolti nella filiera del turismo

e avrebbe richiesto una particolare attenzione ad un pubblico che innanzi tutto avrebbe preteso le più totali garanzie rispetto alla propria salute, e poi valutato le offerte disponibili con un occhio attento rispetto alla tematica dei costi, in particolare nelle fasi iniziali. Nella prima fase è stata data priorità ai turisti provenienti dal mercato italiano (e in particolare dal mercato lombardo) sia per la maggiore facilità a decifrare i messaggi ufficiali sulle condizioni di sicurezza, sia per i minori costi di trasporto e spostamento, sia per la maggiore facilità a rimodulare i periodi di ferie in funzioni delle risorse economiche spendibili.

Obiettivi della campagna:

- riposizionare la destinazione in termini di reputazione, sul mercato nazionale e internazionale;
- promuovere un'immagine positiva della Lombardia, puntando su volti ed esperienze di persone reali;
- aumentare la visibilità della Lombardia come meta turistica, incentivando la continua scoperta della destinazione e promuovendo punti di osservazione inusuali e privilegiati.

Sono stati realizzati 12 video, in rappresentanza di tutti i territori provinciali della Lombardia e dei tanti prodotti turistici che la regione offre.

Nel mese di ottobre 2020, è stato inoltre avviato un bando per l'amplificazione della campagna "Vorrei la vedessi come me. Ogni giorno" che, con una dotazione finanziaria di 342.000 euro, ha sostenuto la declinazione e l'amplificazione territoriale della campagna da parte di soggetti pubblici e privati, anche mediante la produzione e/o il riadeguamento dei materiali di comunicazione. La misura ha finanziato 15 progetti territoriali per investimenti complessivamente ammessi pari a 416.492,70 euro e contributi complessivamente ammessi pari a 272.429,55 euro. I materiali di comunicazione realizzati, funzionali alle attività di pianificazione media, sono stati istruiti, revisionati ed approvati da Explora che ha integrato nel piano editoriale social *inLombardia* le uscite pianificate dai soggetti beneficiari garantendo la ripresa attraverso i canali social istituzionali. I contenuti social pubblicati hanno previsto gli elementi essenziali della campagna (tag e mention dei profili di *inLombardia* su ciascun canale di volta in volta considerato e hashtag della campagna #inLombardia #inLombardiaComeMe #inLombardiaWithMe).

Sono stati acquisiti ulteriori spazi di visibilità, al fine di rafforzare e amplificare la diffusione della campagna di comunicazione regionale, sulla stampa nazionale e locale, oltre che sui canali della manifestazione “Artigiano in Fiera – edizione 2020”, svolta in modalità digitale dal 28 novembre al 20 dicembre 2020, con riguardo alla piattaforma multicanale “Artigiano in Fiera Live”.

L’impatto della campagna promozionale sul mercato Italia ha determinato tra gli altri output ben 74 uscite sulla stampa nazionale e locale e 2,345 mila copie distribuite, anche attraverso una attenta regia di rotazione dei soggetti, in modo da amplificare l’effetto della distribuzione. A livello europeo, l’output principale consta di 14 uscite e 4 mercati esteri intercettati con una presenza su settimanali e mensili europei: *Suddeutsche Zeitung Magazine* (Germania), *T Magazine* (Svizzera), *Rondo* (Austria), *The Sunday Time Travel Magazine* (UK) e una uscita nell’inserito monografico *National Geographic Traveller UK*.

Ai canali tradizionali è stato affiancato anche il canale digitale con n. 4 settimane di posizionamento social su Facebook e Instagram, un presidio di 4 settimane sul canale Youtube Europa e di 2 settimane sul canale E-Dreams Europa. A ciò si aggiunge: una costante presenza Spot su canali digitali che intercettano il target di riferimento (Teads, Ogury Widespace), una presenza Spot su versioni digitali di testate nazionali ed europee e canali selezionati per vicinanza al target obiettivo e campagne attivate con una targettizzazione molto mirata e profilazione dell’utenza su interesse viaggi e turismo.

Per quanto attiene al canale televisivo italiano, sono state realizzate 4 settimane totali di programmazione, con circa 1.500 spot di 15” trasmessi sulle principali reti televisive del Gruppo Mediaset selezionate sulla base dell’ampiezza del target raggiungibile e alcuni anche trasmessi in Prime Time. La comunicazione è inoltre stata arricchita anche da altre azioni come le affissioni in città europee e italiane e una visibilità nel Giro d’Italia.

Con riguardo al canale affissioni, sono stati realizzati grandi formati in città europee (Germania, Austria e Svizzera) per un totale di 28 giorni di copertura sul mercato tedesco e 14 giorni di copertura sul mercato austriaco. Un presidio importante è stato assicurato nelle stazioni ferroviarie di Ginevra e Zurigo. Sul mercato italiano, sono stati proiettati gli spot su pensiline e schermi metro/stazioni delle principali città italiane per un totale di 4.430.000 opportunity to see e 14 giorni di copertura delle città di Milano, Napoli, Firenze, Padova e Vicenza oltre alla presenza nelle stazioni e nelle fermate metro di 11 regioni italiane nonché

negli aeroporti di Milano Malpensa (area check-in) e Roma Fiumicino (area partenza e arrivo) per un mese totale di copertura.

È stato inoltre predisposto un piano promozionale multicanale, in collaborazione con un editore nazionale, per l'avvio di una specifica iniziativa di promozione turistica dedicata alla montagna invernale, dal punto di vista turistico, sportivo, enogastronomico e culturale, in un'ottica di reciproca sinergia e raccordo con la campagna di promozione regionale, sia in termini di finalità (riposizionamento delle destinazioni turistiche lombarde nella fase post – emergenziale) che rispetto alla creatività. Tuttavia, alla luce dell'evoluzione del quadro epidemiologico e degli impatti e incertezze in merito alla stagione turistica invernale 2021, l'attività è stata prudenzialmente sospesa e non si è dato corso operativo all'ipotesi formulata.

Manifestazioni fieristiche

Nell'ambito delle azioni di promozione turistica 2020, conseguentemente alle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria, Regione Lombardia ha partecipato alle seguenti manifestazioni fieristiche relative al settore turistico, in forma fisica e/o virtuale:

- Borsa internazionale del Turismo (BIT- Milano, 9-11 febbraio 2020, in presenza), con 64 operatori. È stato predisposto un palinsesto eventi in raccordo con le direzioni generali ed i territori; tra i principali eventi si segnalano il lancio della candidatura di Vigevano "Capitale italiana della cultura 2021" e l'evento di presentazione alla presenza del Console Generale della Repubblica Popolare Cinese "La Lombardia nell'anno della cultura e del turismo Italia/Cina".
- TTG Travel Experience Rimini (16-18 ottobre 2020 in presenza; 19-22 ottobre in modalità digitale), con 40 operatori;
- World Travel Market (Londra 9-11 novembre 2020), principale manifestazione fieristica a livello europeo dedicata al turismo, con 25 operatori;
- ILTM World Tour (Cannes, 17 novembre-3 dicembre 2020), fiera dedicata agli operatori del turismo di lusso, con 5 operatori;
- IBTM Barcellona, manifestazione fieristica dedicata agli operatori turistici del settore congressuale (8-10 dicembre 2020).

Ad esse si aggiunge la partecipazione ai seguenti workshop:

- "Discover Italy", workshop dedicato all'incoming svoltosi presso Sestri Levante il 16 settembre 2020, con 6 sellers lombardi selezionati con manifestazione 'interesse, e con la presenza di buyer, sia in forma fisica che virtuale, provenienti dai Paesi dell'area Europa, Nord America, America latina.
- Workshop ENIT Europa – in versione virtuale, realizzato dal 2-6 novembre 2020, con la partecipazione di 15 operatori.

Italy Golf & More

Nel corso del 2020, sono state portate a compimento le attività di comunicazione on line previste dal piano di comunicazione ed è stata garantita la partecipazione alle manifestazioni fieristiche rilevanti per la valorizzazione turistica del settore golf, concordate nell'ambito del progetto interregionale Italy Golf and More:

- Fiera del Golf – Zurigo,
- Anse Golf Hamburg – Amburgo,
- Golf Expo Finland – Helsinki.

In occasione di BIT 2020, si è tenuto inoltre un evento di presentazione del progetto in collaborazione con la Regione Capofila (Friuli-Venezia Giulia) con l'illustrazione delle iniziative e degli strumenti promozionali dedicati.

Contestualmente alla partecipazione alle fiere turistiche, ai fini dell'allineamento ai mercati e segmenti *target* della domanda, sono state realizzate iniziative di promozione, formazione e comunicazione in ottica *business to business (b2b)* e *business to consumer (b2c)* orientate al rilancio dell'immagine turistica della Lombardia e ad una narrazione dell'esperienza turistica legata a *driver* e fattori di attrattività trasversali al settore del turismo.

Attività di formazione

All'interno della strategia hanno assunto rilievo le iniziative di formazione degli operatori della filiera turistica. A seguito del blocco della mobilità nazionale e internazionale conseguente all'emergenza sanitaria, sono state introdotte opportunità formative in modalità digitale sia su temi generalisti, sia su specifici mercati/segmenti.

Nel dettaglio, è stata realizzata un'iniziativa di aggiornamento professionale nel periodo ottobre - dicembre 2020, rivolta agli operatori turistici lombardi e finalizzata a fornire strumenti e competenze per operare con clienti e partner nel nuovo contesto emergenziale. Sono stati approfonditi i nuovi trend del turismo post-Covid-19, la digitalizzazione, il comportamento della domanda, i nuovi modelli di business, mediante un percorso formativo digitale *"FormAzione InLombardia"*, realizzato in collaborazione con l'Università LUISS. L'azione formativa, composta da 10 webinar gratuiti della durata di circa 2 ore, si è focalizzata sulle seguenti tematiche: I trend del turismo post COVID 19, Turismo e tecnologia, Business modelling & planning in Tourism Industry, Consumers behaviours in tourism, Marketing del turismo, Digital Marketing, Pricing, Customer Experience & Loyalty, Digital Communication, Tourism Industry (enogastronomico-wellness-congressuale).

Con riferimento a mercati target specifici, ed in particolare alle azioni di penetrazione del mercato turistico cinese, nel corso del 2020 si è dovuto registrare un cambio di strategia a causa del Covid-19 e dell'impatto che lo stesso ha avuto sin dall'inizio proprio in Cina: da una strategia volta a realizzare iniziative attive di promozione arrestate per effetto della pandemia, si è passati ad una strategia basata su iniziative preparatorie di formazione in attesa della ripartenza della mobilità internazionale, attivando il percorso formativo *"China executive training program"*, in collaborazione con la Scuola di Formazione Permanente della Fondazione Italia – Cina. Il programma si è svolto nei mesi di novembre e dicembre, con 10 sessioni per una durata complessiva di 25 ore, con l'obiettivo di fornire strumenti e competenze di alto profilo per operare con clienti e partner turistici cinesi in un contesto interculturale in continua evoluzione. In particolare, l'azione formativa si è focalizzata sulle tematiche: Welcome to China (abitudini, trend e trasformazioni della Cina contemporanea); Intercultural management (analisi della prossemica e strategia delle relazioni personali); Customer journey (cerimonia di accoglienza cinese, friendly e business etiquette); Handshaking mandarin cinese (terminologia dell'accoglienza); Il turismo cinese in Italia (flussi, trend, scenari futuri); Politica e istituzioni in Cina (il sogno cinese della leadership di quinta generazione); Certificazione QSC (gli strumenti per certificare la propria qualità nel trade cinese); Digital marketing turistico (comunicare in un diverso ecosistema); Wechat (digital lab); Profilazione e segmentazione dei viaggiatori cinesi.

3.2 Valorizzazione e innovazione dei prodotti turistici e dell'attrattività dei territori

Nel corso del 2020 la strategia regionale è stata orientata al sostegno di progettualità per l'identificazione e la promozione di territori, tradizioni, patrimoni e risorse artistiche, naturali e paesaggistiche, anche in modalità integrata, con l'obiettivo di far emergere il potenziale turistico e le risorse peculiari di destinazioni sostenibili e percepite come sicure. Del resto, il territorio lombardo, con i suoi borghi, centri e aree di attrazione presenta un sistema di offerta differenziata, in grado di intercettare molteplici segmenti turistici nazionali ed anche internazionali, andando incontro alla crescente domanda di personalizzazione delle esperienze turistiche. La valorizzazione e la diversificazione dei prodotti turistici concorrono contestualmente allo sviluppo dei territori, all'utilizzo sostenibile delle risorse naturali e del paesaggio, alla destagionalizzazione dei flussi, favorendo un maggior equilibrio tra aree centrali ed interne e tra destinazioni emergenti e mete consolidate, anche in termini di distribuzione di opportunità imprenditoriali e occupazionali. Per questo, nel corso del 2020, anche in considerazione della necessità di mitigare gli effetti dell'emergenza sanitaria, la Regione ha continuato il proprio impegno intensificando gli sforzi e le risorse messe a disposizione.

Bando Viaggio #inLombardia 1° e 2° edizione

Nel periodo di riferimento è proseguita l'attività gestionale delle misure e di liquidazione del contributo spettante ai soggetti beneficiari nell'ambito del bando "Viaggio #inLombardia" 1° edizione (saldo) e 2° edizione (acconto). Il bando "Viaggio InLombardia" sostiene lo sviluppo e la promozione istituzionale, da parte di partenariati di soggetti pubblici, di itinerari turistici che si snodano tra i comuni capoluogo e le destinazioni lombarde "fuoriporta", al fine di destagionalizzare, decentrare e rendere sostenibili i flussi di turisti e viaggiatori.

Importante è la continuità di questa misura sul territorio a testimonianza della volontà della Regione di continuare a supportare tutte le filiere che intervengono alla composizione del complesso sistema turistico regionale.

In particolare, con delibera di giunta regionale 23 novembre 2020, n. XI/3893, è stata disposta, in ragione dell'impatto dell'emergenza sanitaria sul settore turistico, la proroga al 31 dicembre 2021, dei termini di realizzazione dei progetti ammessi a contributo sul bando Viaggio in Lombardia - 2° ed., e con decreto dirigenziale 26 novembre 2020 n. 14640, sono

state approvate le ulteriori disposizioni in merito al bando in conseguenza della delibera ed è stata comunicata la possibilità di richiesta proroga ai partenariati beneficiari con scadenza al 9 dicembre 2020.

AQST Sebino

È proseguito il progetto pluriennale di promozione turistica previsto dall'AQST Sebino (scheda codice 3RL di cui alla delibera n. 7680/2018), avviato con l'obiettivo di favorire la destagionalizzazione dei flussi e di far emergere le peculiarità locali. Nel dettaglio, nel corso dell'anno, è stato approvato (nella seduta della segreteria tecnica dell'accordo del 17 giugno e nella seduta della commissione comunicazione del 1° luglio) il piano di interventi per l'annualità 2020, che ha previsto iniziative b2b e b2c per sostenere la stagionalità estiva e autunnale, favorendo la destagionalizzazione dell'area, le attività di pianificazione digitale in sostituzione alla promozione attraverso flashsales, la produzione di spot e shooting fotografici, le attività per l'acquisto di spazi pubblicitari e la definizione di accordi di promozione per campagne commerciali congiunte, come il progetto in partnership con Dove, il periodico di riferimento per il tema Viaggi in Italia e con Corriere della Sera per la promozione dell'area da luglio a settembre. Le iniziative sono state riadeguate e riviste a seguito dell'emergenza sanitaria che ha fatto slittare i tempi di approvazione degli interventi 2020 dell'Accordo.

3.3 Sviluppo del marketing territoriale

All'interno del marketing territoriale, nel periodo di riferimento, assumono rilievo le attività di seguito sinteticamente riportate:

Lombardia to stay

In attuazione della delibera di giunta regionale 8 aprile 2019, n. XI/1506, hanno avuto avvio i progetti finanziati con la misura Lombardia to Stay volta a realizzare interventi per l'incremento dell'attrattività e della competitività della destinazione Lombardia, in relazione a diversi *target*, quali residenti, turisti e investitori. Il bando, che finanzia 32 progetti, sostiene la realizzazione da parte dei soggetti pubblici e privati di progetti di marketing territoriale, finalizzati al mantenimento e/o allo sviluppo delle risorse interne esistenti e/o ad attrarre nuove risorse, attraverso interventi per l'incremento dell'attrattività e della competitività

della destinazione Lombardia. Detta misura esprime una particolare valenza strategica in termini di capacità di rilancio della competitività e dell'attrattività di tutte le aree dell'offerta territoriale. Nel dettaglio con delibera di giunta regionale 14 settembre 2020, n. XI/3557, sono state approvate ulteriori determinazioni in merito alle modalità di realizzazione delle progettualità previste dal bando "Lombardia to stay" condizionate dall'emergenza sanitaria e dal successivo lockdown. Con decreto dirigenziale 29 settembre 2020, n. 11335, sono state approvate le conseguenti modalità operative, prevedendo una proroga al 2021, dei termini di presentazione della rendicontazione intermedia e di conclusione dei progetti cofinanziati. Sono state trasferite a Finlombarda S.p.A., soggetto preposto per la successiva liquidazione ai soggetti beneficiari, € 1.151.129,84.

Concorso Ciak in Lombardia – Lombardia Riparte

Nel periodo di riferimento è stata avviata, con delibera di giunta regionale 30 giugno 2020, n. XI/3304, una nuova edizione del bando di concorso "Ciak #InLombardia", rivolto a giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni, per la selezione di video in grado di valorizzare, sotto molteplici aspetti, la Lombardia e promuoverne l'immagine e la reputazione, in Italia e all'estero. Tale iniziativa esprime una peculiare valenza in relazione all'obiettivo di ristabilire nell'immaginario collettivo la corretta percezione dell'attrattività e della sicurezza del territorio regionale. L'edizione 2020 si è conclusa con l'approvazione della graduatoria finale (decreto n. 13144 del 2 novembre 2020) e la proclamazione dei 5 vincitori, i primi 3 classificati in graduatoria, più 2 riconoscimenti speciali, per € 16.000,00.

Integrazione tra turismo, moda e design

Sono proseguite anche le azioni per favorire il *matching* tra studenti e sistema delle imprese, con iniziative volte a facilitare lo sviluppo di occasioni di incontro tra gli operatori del settore *design* e moda e gli studenti delle scuole. Ciò anche per valorizzare le "professioni minori" della moda al fine di aumentare la conoscenza delle opportunità di lavoro offerte nell'ambito del settore al di là delle professioni maggiormente presenti nell'immaginario dei giovani. Nel corso dello stesso anno, sono anche continuate le attività per la promozione della moda e del *design*, quali *driver* per incrementare l'attrattività territoriale, attraverso la valorizzazione

delle iniziative fatte sul territorio connesse alla moda, come occasione per far conoscere le eccellenze presenti nelle singole realtà locali.

Nel dettaglio, è stato effettuato un confronto con gli stakeholder di riferimento per il settore moda e design (ADI, Politecnico, Scuole di moda e design, Confindustria Moda, associazioni artigiane, Piattaforma sistema Formativo Moda, etc.), al fine di raccogliere le esigenze e le proposte per lo sviluppo e il consolidamento della filiera anche a seguito dell'emergenza Covid-19 e la definizione e la condivisione di ambiti di collaborazione su specifiche progettualità.

3.4 Azioni di incentivazione alle imprese

Nel 2020 è stato confermato l'impegno di Regione Lombardia nel sostegno alle imprese che operano sul territorio regionale, con iniziative di diversa natura, in parte collegate con continuità alle azioni intraprese negli anni precedenti in coerenza con la visione sistemica dell'intero processo di pianificazione. Invero, nel corso del 2020, il sostegno offerto da Regione Lombardia è stato anche superiore rispetto agli anni precedenti, grazie alle maggiori risorse messe a disposizione per contrastare gli effetti dell'emergenza sanitaria e dare un segnale forte sia agli attori economici e ai territori, sia ai turisti stranieri e italiani.

Con riferimento al sostegno della filiera turistica, nel corso del 2020, sono state realizzate le seguenti iniziative volte a rafforzare la filiera turistica regionale:

Sostegno alle strutture ricettive alberghiere e all'aria aperta

Con delibera di giunta regionale 31 gennaio 2020, n. XI/2786, è stata approvata la misura a sostegno alla competitività delle strutture ricettive alberghiere e delle strutture ricettive all'aria aperta (a valere sul POR FESR 2014-2020 - Asse III). Detta misura ha inteso sostenere la realizzazione di progetti di riqualificazione delle strutture ricettive alberghiere e delle strutture ricettive all'aria aperta. Il bando è stato approvato con decreto dirigenziale 6 luglio 2020, n. 7916, e i termini per la presentazione delle domande sono stati aperti dal 21 luglio 2020 al 15 ottobre 2020. Anticipando parzialmente i contenuti della prossima clausola valutativa, si evidenzia che con decreto 7 giugno 2021, n. 7682, pubblicato sul BURL S.O. n. 24 del 15 giugno 2021, è stata approvata la graduatoria, in base alla quale risultano ammessi a finanziamento 207 progetti.

Con riferimento a quanto richiesto dal Comitato, in termini di analisi economica dei contributi, possiamo osservare che complessivamente le strutture alberghiere ed extra-alberghiere presenti sul territorio lombardo sono oltre 30 mila stando ai dati regionali.

Un'analisi sulla banca dati AIDA, confrontando i dati depositati presso le Camere di Commercio al 31 dicembre 2020 con i dati del 31 dicembre 2019, evidenzia un calo in termini di ricavi del fatturato complessivo dell'ordine del 25% e del personale assunto (dati INPS) del 36%. Si tratta di dati che devono essere analizzati con cautela, ma che esprimono comunque un trend in linea con lo scenario pandemico che ha colpito il settore nel corso del 2020. Ciò che emerge è anche la "resilienza" del settore, che anche grazie ai supporti governativi e regionali, è riuscito a mitigare le conseguenze negative della pandemia.

Gli effetti in termini di impatto sul territorio sono positivi e si vedranno nel medio termine avendo la misura contribuito all'ammodernamento delle strutture. Ammodernamento che consente alle strutture in primis e ai territori in subordine di costruire un sistema di offerta turistica più sostenibile e più moderno, in grado di intercettare i mutevoli e dinamici bisogni della clientela nazionale e internazionale.

La misurazione degli effetti economici positivi deve anche tenere in considerazione il fatto che le strutture ricettive presenti sul territorio lombardo sono generalmente di media o piccola dimensione e a proprietà familiare: appare evidente come il tema dell'innovazione legato ai macro temi dell'energia e della sostenibilità, oggi sia ancora più strategico per la competitività delle aziende turistiche e come detto tema richieda una sollecitazione istituzionale, al fine di favorire proprio le imprese più piccole e a conduzione familiare a diventare più competitive, mantenendo i tratti tipici che contraddistinguono in maniera unica e autentica i sistemi di offerta territoriale lombardi.

Complessivamente, la misura oltre a rispondere alle esigenze dei territori lombardi, inserisce ulteriori soluzioni alle problematiche che sono state evidenziate dai beneficiari e dai referenti regionali nella fase di gestione e rendicontazione e durante i controlli sui territori per la misura "Turismo e Attrattività". Anche in questo caso, la risposta delle imprese è stata importante e sono state acquisite domande circa tre volte superiori alle risorse disponibili.

L'obiettivo consta nel cofinanziare il più alto numero di progetti, per ottimizzare l'offerta ricettiva in tutto il territorio regionale, spesso troppo focalizzata su Milano. Nel comparto turistico lombardo c'è una propensione importante all'investimento da parte degli

imprenditori. Con questa misura si vuole fornire risposte alle analisi realizzate sulla percezione dell'ospitalità, laddove il "sentiment" dei turisti e degli ospiti rispetto alle strutture ricettive, non ha un alto gradimento. La struttura del nuovo intervento recepisce inoltre alcune osservazioni sugli appesantimenti relativi alle procedure di rendicontazione, in relazione alle spese ammissibili, emersi durante l'implementazione di "Turismo e Attrattività", come l'eccessiva frammentazione della fatturazione, che ha avuto impatti consistenti sul sistema di controllo delle spese e rendicontazione. Gli elementi correttivi hanno riguardato in particolare: l'aumento dell'importo minimo di investimento e dell'importo massimo di contributo, l'aumento dell'intensità d'aiuto, l'introduzione di spese forfetarie conformemente all'articolo 67 c.1 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'introduzione di un importo minimo per i giustificativi di spesa, una tempistica massima entro cui richiedere la tranche in anticipo a fronte di sola fideiussione, la previsione di tempi più lunghi per la realizzazione dei progetti, pari a 18 mesi, salvo proroga di 6 mesi.

Turismo e Attrattività

Sono proseguiti anche il bando Turismo e Attrattività - Area Interna Valchiavenna e il bando Turismo e Attrattività - Aree interne Alto Lario e Oltrepò Pavese. Per quest'ultimo, la graduatoria è stata approvata con decreto dirigenziale 30 gennaio 2020, n. 1027, e su n. 14 domande presentate sono risultate ammissibili n. 9 progetti.

Sul tema "turismo e attrattività" il Comitato paritetico di controllo e valutazione ha chiesto, in data 16 settembre 2021, un maggior dettaglio sull'impatto che lo stesso ha prodotto sul territorio lombardo. In questa direzione si vuole evidenziare quanto segue:

- I progetti finanziati nell'ambito degli Avvisi **"Sostegno alla competitività delle imprese turistiche della Valchiavenna"** (2017) e **"Sostegno alla competitività delle imprese turistiche nelle aree interne "Alto Lago di Como – Valli del Lario" e "Alto Oltrepò pavese"** (2018 e 2019) sono finalizzati a sostenere la competitività delle imprese turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio;
- i bandi hanno fatto proprio lo schema e le caratteristiche del bando denominato **"Turismo e Attrattività"** del 2017, individuandolo come buona prassi sia a livello

amministrativo gestionale, che per i contenuti rivolti a riqualificare le strutture ricettive alberghiere e non alberghiere della Regione Lombardia;

- tre delle quattro aree interne della Regione Lombardia, hanno replicato i contenuti dell'avviso regionale, attivando nei comuni delle aree coinvolte progetti di lunga durata e con una possibilità di proroga di 18 mesi.;
- nel 2020 gli interventi in "Valchiavenna" sono quasi tutti terminati con due scadenze. Sempre per i progetti realizzati in Valchiavenna, si segnala che è stata rilevata una forte difficoltà nella realizzazione dei progetti proposti, per le situazioni climatiche che si sono create, fino a dover fronteggiare allagamenti e frane nel periodo 2017/2019. Le complesse condizioni meteorologiche del territorio hanno impedito materialmente la realizzazione dei progetti nei tempi stabiliti. Inoltre, durante il 2020, i beneficiari hanno dovuto affrontare anche l'emergenza sanitaria pandemica e questi due elementi, il clima e la pandemia, hanno condizionato l'effettiva realizzazione di progetti;
- i progetti nell'Oltrepò pavese e nell'Alto Lario, nell'annualità 2020, sono ancora in fase di realizzazione, mentre nell'area interna Alto Lario è stata concessa tutta la dotazione finanziaria con una richiesta superiore di circa 3 volte rispetto alla dotazione finanziaria individuata nel bando; nell'area interna Oltrepò pavese, la Regione ha concesso circa la metà della dotazione finanziaria, a causa del mancato tiraggio della misura, seppur formalmente richiesta e prevista in quei precisi termini dalla strategia dell'area interna;
- negli incontri di avanzamento dell'attuazione della strategia dell'area interna, il soggetto titolare dell'attività di assistenza tecnica all'area interna Oltrepò pavese ha confermato che il territorio ha espresso tutta la capacità progettuale, senza manifestare ulteriori necessità di finanziamenti;
- in generale, nelle aree interne le strutture ricettive che più hanno utilizzato la misura sono state quelle extra- alberghiere e nell'Alto Lario hanno richiesto finanziamenti anche le strutture ricettive all'aria aperta.

Più nel dettaglio, con riguardo al **"Sostegno alla competitività delle imprese turistiche dell'Area Interna "Alto Lago di Como e Valli del Lario"**, il valore complessivo dei contributi concessi e impegnati ammonta a un totale di 1,2 milioni di euro, in relazione a 18 progetti:

- il progetto ha inciso sulle Province di Como e Lecco con particolare riguardo a un Comuni nella Provincia di Como e un Comune nella Provincia di Lecco. Il totale degli investimenti presentati sulla provincia di Como è di 2 milioni di euro, 962 mila euro su Lecco. Il valore medio degli investimenti presentati è di circa 220 mila euro;
- il totale dei contributi richiesti è di circa 770 mila euro sul territorio provinciale di Como e di 325 mila euro su Lecco, il valore medio per progetto è di 80 mila euro. Il contributo concesso complessivo è di 1,2 milioni di euro, di cui 688 mila euro sul territorio comasco e 311 mila su quello lecchese. Il valore medio concesso per progetto è di 75 mila euro.

Con riguardo al **“Sostegno alla competitività delle imprese turistiche dell'Area Interna - Alto Oltrepò Pavese”**, sono stati generati 394 mila euro di contributi ammessi e da liquidare in relazione a 8 progetti:

- il totale degli investimenti ammessi è di 1 milione di euro, con un valore medio per progetto di circa 126 mila euro;
- il totale del contributo ammesso è di 349 mila euro, il valore medio per progetto è di 49 mila euro. I beneficiari hanno sede operativa complessivamente su 5 Comuni della Provincia di Varese.

Con riguardo al **“Turismo e attrattività Valchiavenna”** è stata rilevata la partecipazione complessiva di 33 imprese beneficiarie dei finanziamenti previsti, per un totale di contributi ammessi di 2,5 milioni di euro:

- i finanziamenti concessi sono andati in particolare su 11 Comuni della Provincia di Sondrio;
- sono stati presentati e ammessi investimenti pari a 6,6 milioni di euro con un valore medio per progetto di 200 mila euro. I contributi ammessi, come detto, ammontano a 2,5 milioni di euro, con una media per progetto di 75 mila euro.

Sempre con riguardo alla misura **“Turismo e Attrattività”**, PoliS Lombardia, nel 2019, ha condotto un’analisi controfattuale sugli impatti delle politiche del FESR sulle imprese coinvolte, al fine di acquisire informazioni circa gli esiti occupazionali degli interventi sviluppati. L’analisi volta a misurare l’impatto dei finanziamenti previsti sulle imprese partecipanti è stata realizzata prendendo un gruppo di imprese che ha partecipato alla misura

e un gruppo di imprese che non ha partecipato alla misura, seppure appartenenti allo stesso settore. Nel dettaglio, l'analisi ha consentito di rilevare quanto segue:

- la partecipazione al Bando ha coperto il 2% del target potenziale complessivo;
- nel settore turistico la stagionalità influisce/impatta in modo importante sulla stabilità delle posizioni lavorative;
- il finanziamento previsto da "Turismo e Attrattività" ha teso a trasferirsi sull'assunzione di nuovo personale in proporzione ai costi annuali del personale stesso, 1,1 unità in più per circa 40.000€;
- il comportamento sul mercato del lavoro può diventare un criterio di determinazione dei target/beneficiari di finanziamento;
- la valutazione complessiva degli impatti dei finanziamenti sulle imprese a livello occupazionale è positiva;
- l'additività dei finanziamenti ricevuti ha inciso in modo considerevole sullo sviluppo delle attività (anche in relazione all'assunzione di nuovo personale) rispetto a imprese (stesso gruppo target) che non hanno partecipato all'iniziativa.

I contributi concessi sono complessivamente 29,5 milioni di euro per un totale di 1.030 pratiche, sono 225 le scadenze pari circa a 7 milioni di euro. Le rideterminazioni di contributo sono 264 pari a quasi 600 mila euro. Oltre ai progetti che hanno rinunciato (5%) e a quelli che non hanno accettato il contributo, i motivi delle scadenze si collegano alla fase di rendicontazione dei progetti e sono la somma delle mancate rendicontazioni (16%) o negative rendicontazioni (6%). Dalle interviste effettuate in Regione Lombardia e dalle informazioni acquisite dai beneficiari dei finanziamenti FESR, emerge la difficoltà di rendicontazione da parte dei pubblici esercizi e delle PMI di piccole dimensioni. Gli atti di liquidazione al 31/12/2020 sono 896 per un valore complessivo di 22,1 milioni di euro.

Da ultimo, considerando i soli progetti chiusi, il Bando ha generato investimenti (ammessi) per un totale di 72 milioni di euro, il valore medio degli investimenti ammessi su diversi territori provinciali è di 5,5 milioni di euro, mentre quello per singolo progetto è di 92 mila euro. La lettura dei numeri sopra schematicamente riportati, consente di misurare l'impatto in termini di numerosità della ricaduta sugli operatori economici interessati.

Relativamente ai contributi ammessi, il taglio medio è di 1,7 milioni sulle province e di 28 mila euro per progetto. Le Province maggiormente coinvolte, in termini di numerosità di imprese

che hanno sviluppato iniziative progettuali sono state quelle di Brescia (180), Sondrio (125) e Bergamo (114). Gli interventi del FESR sul turismo risultano ancora più importanti in relazione ai dati dei flussi turistici nel periodo gennaio/settembre 2019, che indicano la Lombardia come Regione sempre più attrattiva; a confermarlo sono i dati: degli arrivi (circa 14 milioni) e del numero di pernottamenti che hanno toccato una quota di circa 36 milioni. Le cifre certificano che, rispetto allo stesso periodo del 2018, gli arrivi sono cresciuti del 5,8% e le presenze del 7,5%. Infine, merita osservare che da un'analisi effettuata dall'Autorità Ambientale Regionale, presentata durante l'evento annuale POR FESR a novembre 2020, risulta che la distribuzione territoriale degli interventi è globalmente coerente con la vocazione turistica dei comuni lombardi. Nel Bando Turismo e Attrattività i temi ambientali sviluppati dai progetti hanno ricevuto una buona risposta e precisamente:

- il 60% dei progetti ha sviluppato tematiche sull'efficienza delle risorse (energia e acqua);
- il 30% dei progetti sono stati incentrati sull'identificazione di soluzioni per la riduzione dell'inquinamento;
- il 15% dei progetti ha avuto come obiettivo l'individuazione di soluzioni per la mobilità sostenibile;
- il 13% dei progetti ha avuto come obiettivo l'individuazione di soluzioni per la bioedilizia;
- il 4% di soluzioni per la biodiversità;
- e l'1% ha proposto percorsi per ottenere le certificazioni ecologiche.

Non ultimo, il bando è stato classificato come Sussidio Ambientalmente Favorevole (SAF) all'interno del Catalogo sussidi ambientali a livello regionale, realizzato nel 2020 da Polis, per conto della direzione generale regionale Ambiente e Clima, in attuazione dell'art. 68 della legge 28 dicembre 2015, n. 221.

Per l'intervento "Turismo e Attrattività", si rileva, infine, un utilizzo delle risorse finalizzato ad innovare e implementare nuovi servizi maggiormente rispondenti alle esigenze del mercato per cercare di accrescere flussi turistici o la clientela nei casi di pubblici esercizi. In merito alle strutture ricettive è emerso un elevato bisogno di rinnovare la dotazione strutturale con particolare attenzione:

- agli arredi per la riqualificazione dell'immagine;

- ai parcheggi;
- alle piscine;
- alle terme;

e come nota positiva, si sottolinea che, quasi tutti i progetti, contenevano proposte di investimenti relativi al risparmio energetico. L'avviso a presentare proposte è risultato una risposta alla necessità di sostenere le strutture alberghiere, in quanto da ormai 7 anni, in Regione Lombardia non venivano attivate misure dedicate; al contrario, nello stesso periodo il comparto commercio ha usufruito di una maggiore attenzione nella pubblicazione di bandi, che lo designava come soggetto attuatore.

Bando Wonderfood&Wine e bando Cult City

Nel corso del 2020 si è conclusa la fase di liquidazione del contributo ai soggetti beneficiari per la realizzazione di progetti di promozione dell'offerta turistica legata al patrimonio enogastronomico lombardo con il bando Wonderfood&wine. È stato inoltre liquidato il saldo del contributo spettante al Comune di Monza sul bando Cult City, dedicato ai capoluoghi lombardi, mentre il finanziamento del comune di Como è stato ridotto ad € 20.320,68, per decadenza parziale, in quanto, delle attività previste dal progetto d'intervento, sono state realizzate esclusivamente quelle relative alla promozione turistica, mentre le opere strutturali riguardanti il progetto illuminotecnico e di abbellimento dei Giardini a Lago non è stata realizzata nonostante le proroghe concesse.

Bando Cicloturismo

Nel corso del 2020 è proseguita anche l'attività gestionale finalizzata alla chiusura della misura Bando Cicloturismo - ed. 2018 con le attività di liquidazione del contributo ai soggetti beneficiari e più in generale di gestione della misura.

Infopoint

Al fine di rilanciare l'immagine della destinazione Lombardia, e di assicurare, contestualmente modalità sicure di fruizione dei servizi offerti ai turisti nella fase post-emergenziale, con delibera di giunta regionale 5 agosto 2020, n. XI/3497, sono stati approvati i criteri dell'iniziativa rivolta al consolidamento della rete di strutture di informazione e accoglienza riconosciute (infopoint). Ciò anche in continuità con quanto fatto negli anni precedenti, e con

le indicazioni del “Documento di Economia e Finanza regionale 2020”, che inserisce tra gli obiettivi prioritari e le misure da promuovere in risposta alle conseguenze dell’emergenza sanitaria, anche il sostegno alla rete di accoglienza e informazione turistica, mediante interventi finalizzati a garantire modalità sicure di fruizione dei servizi offerti, nonché il rilancio dell’attrattività turistica regionale, attraverso il riposizionamento dell’immagine turistica della Lombardia.

Obiettivo dell’intervento è il rafforzamento del percorso complessivo di riposizionamento dell’immagine turistica della Lombardia, in chiave di rilancio della reputazione del territorio, sostenendo gli Infopoint, per garantire forme di fruizione in sicurezza dei servizi offerti mediante un aggiornamento dei modelli e dell’organizzazione degli spazi e delle modalità di gestione delle relazioni con gli utenti.

In attuazione alla delibera di giunta 5 agosto 2020, n. XI/3497, a favore degli Infopoint, con decreto dirigenziale 9 ottobre 2020, n. 11925, sono stati quantificati i contributi spettanti a ciascun Infopoint (9.300€) ed approvate le linee guida per la rendicontazione delle spese. La dotazione complessiva della misura è pari a € 744.000,00. Con decreto dirigenziale 19 ottobre 2020, n. 12.358, è stato assegnato il contributo agli 80 infopoint riconosciuti.

Non ultimo, è stato realizzato un ciclo di webinar formativi per valorizzare la rete regionale degli infopoint che ha avuto come obiettivi principali:

- il riposizionamento della Lombardia e il suo territorio dopo l’emergenza Covid-19, rafforzandone l’attrattività turistica;
- il supporto agli operatori degli Infopoint nella fase della ripresa post emergenza con iniziative di carattere motivazionale e di spirito di squadra, in modo da rafforzarne il senso di appartenenza alla rete regionale.

4. L'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività

Anche nel corso del 2020 è proseguita l'attività dell'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività, istituito presso PoliS Lombardia con lo scopo di collaborare con Regione Lombardia nello sviluppo delle politiche del turismo e dell'attrattività, fornendo attività di analisi a carattere tecnico-scientifico, di supporto agli indirizzi e alla programmazione e di monitoraggio delle azioni regionali.

L'Osservatorio ha fornito approfondimenti su argomenti specifici, nonché attività di supporto alle politiche regionali. Nell'annualità 2020 l'Osservatorio ha realizzato una serie di attività relative all'elaborazione di dossier tematici riguardanti in particolare, le dinamiche della domanda turistica regionale, l'atteggiamento dei turisti e la realtà socioeconomica lombarda rispetto al settore turistico da un punto di vista macroeconomico e microeconomico.

Una specifica attenzione, da parte dell'Osservatorio per tutto l'anno è stata riservata all'evoluzione della diffusione del nuovo coronavirus nel territorio nazionale e, in particolare, regionale. Attraverso focus mirati e studi di dettaglio, l'Osservatorio ha dedicato risorse per il monitoraggio dell'evolversi della situazione, nonché dell'efficacia delle politiche introdotte e delle misure proposte, quale strumento di verifica e supporto alle decisioni.

Nel corso del 2020 sono stati realizzati, tra gli altri, i seguenti dossier specifici:

- Il turismo in Lombardia e le prime ricadute del Covid-19
- Il turismo in Lombardia nell'estate 2020

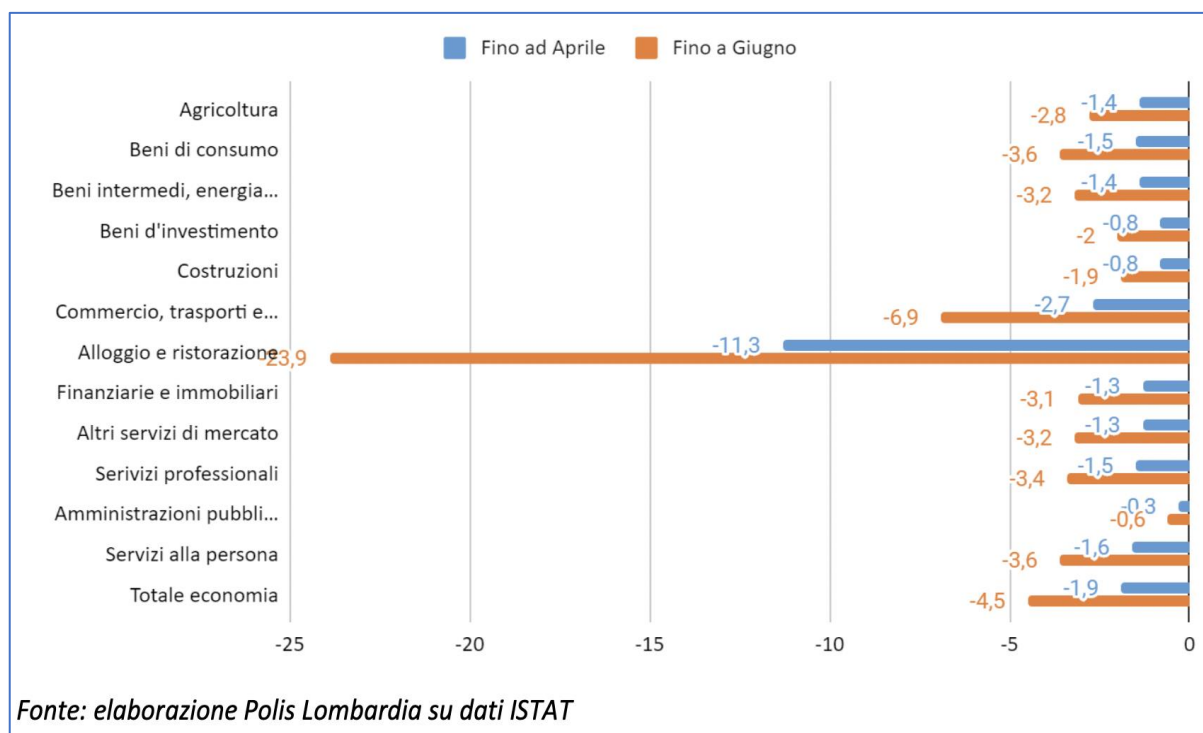
Il primo rapporto, dopo una attenta analisi dei flussi turistici con riguardo agli anni che hanno preceduto l'esplosione della pandemia del 2020, evidenzia in maniera specifica i potenziali rischi connessi all'emergenza sanitaria descrivendone gli impatti sulla filiera turistica. Nel dettaglio il rapporto osserva:

- I. le ricadute della pandemia da Covid-19 sull'economia nazionale secondo le prime stime elaborate da ISTAT sulla base dei dati relativi alla contabilità nazionale del 2017, riferiti al totale delle attività economiche e inclusive della componente dell'economia non osservata, si sono tradotte in una limitazione delle attività produttive, coinvolgendo il 34,0% della produzione e il 27,1% del valore aggiunto a livello nazionale;

- II. detta limitazione, fino alla fine di aprile 2020, comporterebbe, su base annua, una riduzione dei consumi finali pari al 4,1%, con una diminuzione del valore aggiunto generato dal sistema produttivo italiano pari all'1,9%. La caduta del valore aggiunto coinvolgerebbe 385 mila occupati (di cui 46 mila non regolari) per un ammontare di circa 9 miliardi di euro di retribuzioni;
- III. livello settoriale l'impatto più negativo riguarda il settore dell'ospitalità comprensivo di alloggio e ristorazione per il quale si è stimata una contrazione del valore aggiunto di circa il 24% nell'ipotesi di chiusura prolungata oltre il mese di aprile e fino a fine giugno.

Quanto sopra descritto schematicamente, è rappresentato di seguito nella Tavola n. 3 nella quale si dà evidenza degli effetti sul valore aggiunto di un anno della limitazione delle attività produttive per macro-settori.

Tavola n. 3 - Effetti sul valore aggiunto di un anno della limitazione delle attività produttive per macro-settore di attività economica. Variazione% rispetto allo scenario base



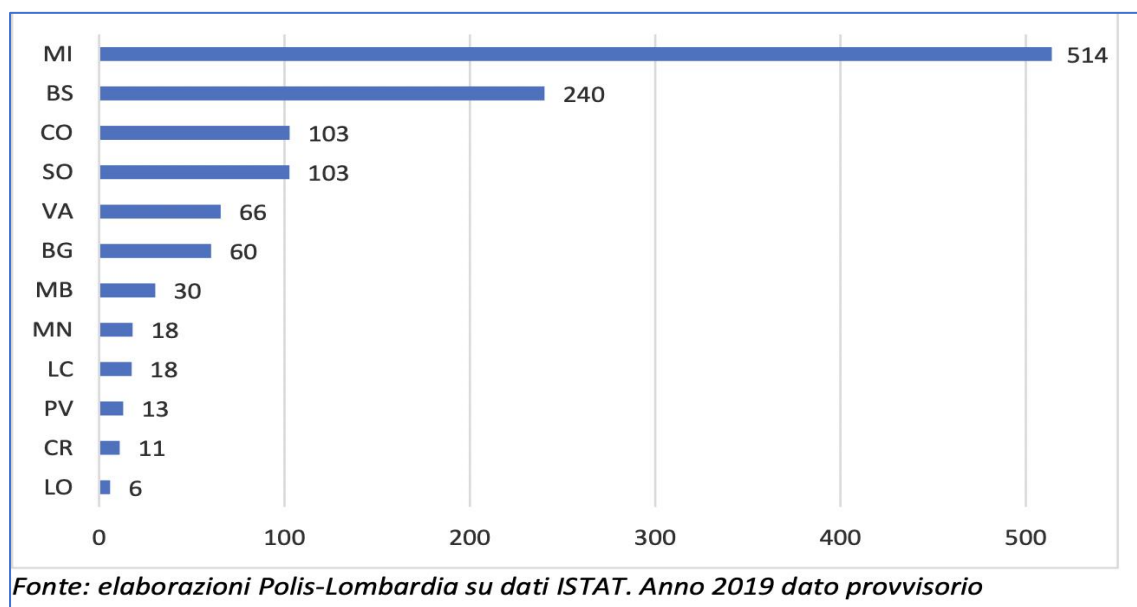
L'analisi condotta ha da subito evidenziato le criticità per il settore turismo, con particolare riguardo al blocco dei flussi turistici. Infatti, l'analisi rileva come i primi effetti siano emersi già dal mese di febbraio 2020, con il diffondersi dell'epidemia in molti paesi, aggravandosi nei mesi successivi, per effetto dei provvedimenti generalizzati di distanziamento sociale.

Più nel dettaglio, le evidenze dell'analisi hanno mostrato come a febbraio 2020 in Italia si sia registrata in media, a livello nazionale, una flessione del numero di arrivi totali nelle strutture ricettive italiane già del 15,0% rispetto allo stesso mese dell'anno 2019, con una diminuzione per la componente estera più consistente (-18,5%). Per la Lombardia le evidenze evidenziano da subito come la contrazione sia allineata al dato medio nazionale pari a circa il 15%.

I mesi successivi hanno visto l'azzeramento dei flussi a seguito delle chiusure delle strutture ricettive ma soprattutto a causa del blocco totale della mobilità dei turisti italiani e stranieri. Azzeramento che coinvolgerà anche parte del mese di maggio.

Da qui, alcune elaborazioni di impatto economico. Nel periodo primaverile 2020 sono mancati in Lombardia circa 10 milioni di presenze di turisti pari al 23,4 % del totale annuo, di cui 7 milioni e 400 mila negli alberghi pari al 73,3%. Banca d'Italia ha consentito di stimare in termini di spesa media dei turisti stranieri per ciascuna regione, e secondo un'analoga stima desumibile dalla rilevazione ISTAT sui Viaggi e vacanze degli italiani, una mancata spesa dei turisti in Lombardia pari a circa 1 miliardo e 200 milioni così ripartiti: circa 514 milioni a Milano, 240 milioni a Brescia, circa 100 milioni a Sondrio e Como, 66 milioni a Varese, 60 milioni a Bergamo, 30 milioni a Monza e Brianza, 18 milioni a Mantova e Lecco, 13 milioni a Pavia, 11 milioni a Cremona e 6 milioni a Lodi. Il dettaglio è riportato di seguito nella Tavola n. 4.

Tavola n. 4 - Mancata spesa dei turisti nelle province lombarde nel periodo marzo-maggio 2020 (stime in milioni di euro)



Il secondo rapporto contiene una analitica indagine sull'andamento del turismo in Lombardia nel periodo estivo 2020, tenendo conto di quanto accaduto in tutta Italia per effetto delle riaperture con le quali poi si è andati verso la seconda ondata della pandemia registrata nei mesi invernali. Nel dettaglio:

- la stagione estiva 2020 ha segnato, rispetto a quella 2019, una perdita notevole: gli arrivi e le presenze si sono pressoché dimezzate (-56,8% e -48%);
- il dato complessivo nasconde dinamiche differenziate sui territori e per componenti dei flussi turistici. Con riguardo alle due componenti principali, si osserva la maggiore caduta per la componente straniera: l'area metropolitana milanese unita ai territori limitrofi della provincia di Lodi e Monza e Brianza, così come Bergamo, Varese, ma anche Cremona e Mantova sono i territori in cui la contrazione ha in media superato il 65-70% sia per arrivi, sia per presenze; nelle province di Pavia, ma soprattutto Brescia, Como e Sondrio arrivi e presenze degli stranieri si sono in media dimezzati. Il turismo domestico, diversamente, ha solo parzialmente compensato queste dinamiche molto negative e solo in alcuni territori: a Lecco, ma in particolare a Brescia si è registrato un aumento di turisti italiani, sia per arrivi sia per presenze. Di nuovo, l'area metropolitana milanese, Monza, Bergamo, Varese e anche Mantova sono i territori in cui si è registrata la maggiore contrazione anche del turismo domestico.

Un dettaglio dei dati per Province è fornito di seguito dalla Tavola n. 5, nella quale si riportano gli arrivi e le presenze di turisti italiani e stranieri nelle strutture ricettive, confrontando il trimestre luglio-settembre per gli anni 2019 e 2020.

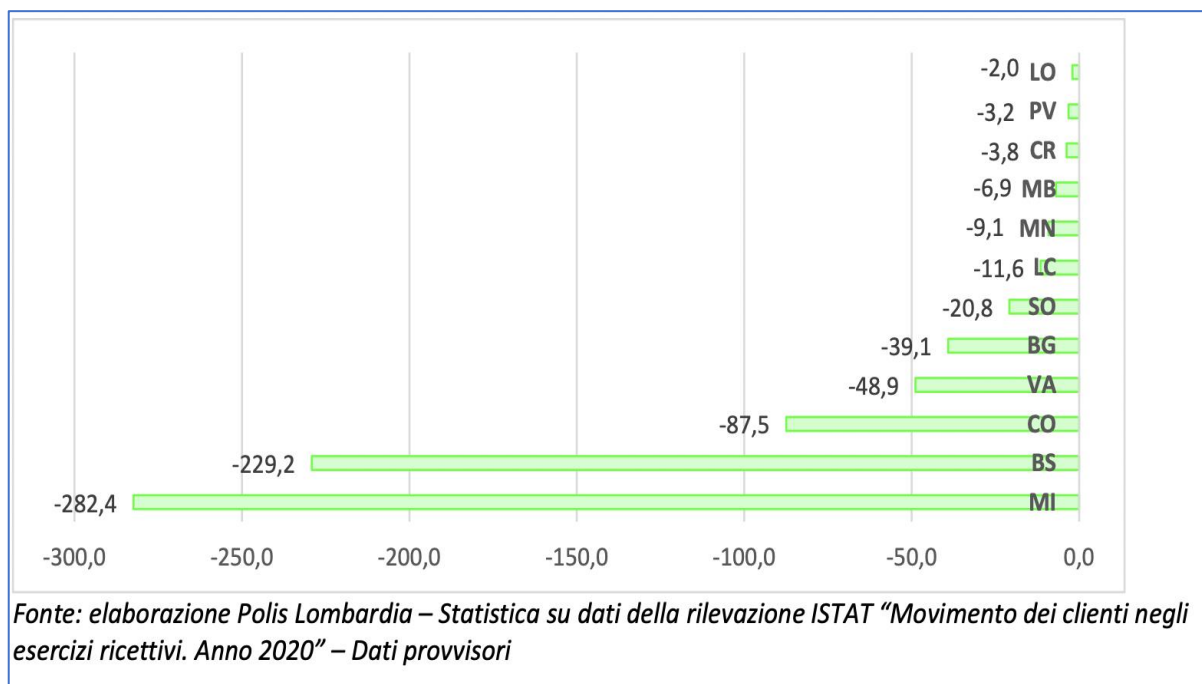
Tavola n. 5 – Arrivi e presenze di turisti italiani e stranieri nelle strutture ricettive delle province lombarde. Trimestre luglio-settembre. Anni 2019-2020. Variazione percentuale

Province	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
BG	-37,7	-30,4	-75,8	-73,1	-55,4	-48,7
BS	10,1	24,5	-49,5	-47,5	-30,3	-31,7
CO	-10,8	-2,7	-50,7	-48,1	-44,4	-41,9
CR	-26,3	5,4	-81,3	-68,7	-52,3	-29,1
LC	2,0	15,2	-62,8	-62,5	-44,8	-38,9
LO	-13,9	-14,4	-79,2	-74,4	-48,4	-39,2
MB	-43,6	-25,3	-76,3	-73,4	-57,0	-46,6
MI	-54,7	-43,8	-85,4	-84,3	-74,7	-71,0
MN	-35,4	-17,5	-68,8	-63,9	-48,6	-41,2
PV	-14,1	-11,0	-53,0	-49,5	-27,4	-22,0
SO	-6,7	-7,1	-47,7	-52,0	-19,9	-18,2
VA	-35,3	-18,8	-73,3	-65,6	-61,3	-51,2
Lombardia	-31,3	-15,1	-70,9	-63,0	-56,8	-48,0

Fonte: elaborazione Polis Lombardia – Statistica su dati della rilevazione ISTAT “Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2020” – Dati provvisori

A partire dai dati sopra riportati, si è poi cercato di effettuare una stima sulla ricaduta economica in termini di minore spesa turistica sui territori. Complessivamente, in Lombardia nel periodo estivo 2020, la perdita economica dovuta alla contrazione del turismo e della conseguente spesa turistica è stimata in circa 927milioni di euro. I territori in maggiore sofferenza sono l’area milanese e il territorio bresciano, che perdono rispettivamente circa 282 milioni e 229 milioni. Seguono quindi, Como con circa 88 milioni di minore spesa turistica, Varese con circa 49 milioni, Bergamo 39 milioni, Sondrio 21 milioni, Lecco quasi 12 milioni, Mantova 9 milioni, Monza e Brianza circa 7 milioni, Cremona quasi 4 milioni, Pavia circa 3 milioni e Lodi 2 milioni. I dati sopra riportati, sono rappresentati di seguito nella Tavola n. 6, dove sono indicati i valori della mancata spesa dei turisti nel periodo di riferimento.

Tavola n. 6 – Mancata spesa dei turisti nelle province lombarde nel trimestre luglio-settembre 2020
(stime in milioni di euro)



I dati rilevati per la Lombardia sono in linea con lo scenario nazionale, dove dei turisti stranieri presenti nel trimestre estivo del 2020, quasi la metà (47,4%) è rappresentata dai tedeschi (storicamente i principali clienti esteri delle strutture ricettive italiane); seguono i clienti provenienti da Svizzera e Liechtenstein (con una quota dell'8,6%), Paesi Bassi (8,0%), Austria (6,8%) e Francia (5,6%). Praticamente nulle le presenze dei clienti provenienti dagli Stati Uniti (0,7%). Anche per i clienti stranieri, così come per quelli italiani, nei mesi estivi si registrano cali minori nelle strutture extra-alberghiere (-53,6% delle presenze), rispetto a quelle alberghiere (-65,6%). Simili anche le scelte delle destinazioni. Le grandi città, anche nel trimestre estivo, vedono l'assenza pressoché totale dei clienti stranieri (-86,1% le presenze rispetto allo scorso anno).

In linea generale, a scala nazionale, si rilevano inoltre, cali sostanziali nelle strutture ricettive dei comuni a vocazione marittima (-65,5%) e in quelli a vocazione culturale e paesaggistica (-63,6%), decisamente più contenuta la flessione per le strutture ricettive ubicate nei comuni a vocazione montana (-38,7%).

5. Quadro riepilogativo risorse 2020

Si riporta di seguito nella Tavola n. 7, il quadro riepilogativo delle risorse impegnate nel 2020 a valere sul bilancio autonomo.

Tavola n. 7 – Quadro riepilogativo delle risorse impegnate nel 2020

Linea Strategica	Ambito Attuativo	Intervento / Misura
Valorizzazione e innovazione dei prodotti turistici e dell'attrattività dei territori	Incentivazione Promozione	•Bando Viaggio #inLombardia 1°e 2° edizione •Azioni di promozione AQST Sebino
Promozione e rafforzamento del posizionamento della Lombardia sui mercati di riferimento	Promozione	•Bando Turismo e attrattività Aree interne Alto Lario e Oltrepò pavese. •Bando Turismo e attrattività Valchiavenna •Linea di intervento sul POR FESR 2014-2020 per il sistema ricettivo
Miglioramento della qualità dell'offerta ricettiva	Incentivazione	•Bando Turismo e attrattività Aree interne Alto Lario e Oltrepò pavese. •Bando Turismo e attrattività Valchiavenna •Linea di intervento sul POR FESR 2014-2020 per il sistema ricettivo
Sviluppo in chiave di marketing territoriale	Promozione Incentivazione	•Attuazione Bando Lombardia to stay. •Promozione del territorio Ciak in Lombardia. •Iniziative di integrazione tra turismo, moda e design

Le risorse dedicate alle iniziative sopra richiamate, e dettagliate nei paragrafi precedenti, sono di seguito specificate e suddivise, per semplicità, negli ambiti attuativi di promozione ed incentivazione:

Ambito Attuativo	Risorse
Promozione	3.500.000,00 €
Incentivazione	20.400.000,00 €
Totale	23.900.000,00 €

6. Conclusioni

La presente relazione, in coerenza con l'unitario sistema di pianificazione e monitoraggio delle politiche sul turismo, illustra i risultati delle azioni intraprese da Regione Lombardia a favore dello sviluppo e dell'innovazione del turismo e dell'attrattività territoriale della Lombardia, rappresentandone lo stato di avanzamento, seguendo le indicazioni richieste dal Comitato paritetico, come indicato in premessa.

L'anno 2020 si caratterizza per una elevata imprevedibilità, che ha richiesto un continuo monitoraggio delle strategie e una maggiore flessibilità delle stesse, allo scopo di rispondere in maniera efficace i complessi bisogni che l'emergenza sanitaria ha fatto scaturire sui territori regionali.

Nel corso dell'intero anno, la Regione ha inteso dapprima esprimere la propria vicinanza ai territori e agli attori socioeconomici che su di essi insistono: vicinanza fatta da azioni concrete di sostegno e di coinvolgimento sempre in raccordo con le autorità nazionali e con tutti i portatori di interessi. Successivamente, ha inteso mettere a disposizione tante più risorse possibili per sostenere la ripresa, seppure la stessa non sia realmente stata avviata nel corso dell'anno. Il 2020 infatti ha fatto registrare un calo significativo delle attività nel periodo di chiusura totale, cui è seguita una ripresa nel periodo estivo, supportata principalmente dal turismo domestico. La seconda ondata della pandemia, registrata dopo l'estate a partire dal mese di ottobre, ha fortemente caratterizzato in maniera negativa la stagione invernale.

Da qui, una costante modifica delle azioni pianificate e la capacità della Regione di adattare le proprie scelte alle contingenze dei singoli momenti.

Nel corso del 2020, è stato confermato e in parte anche rafforzato l'approccio sussidiario e collaborativo con soggetti pubblici e privati conseguito attraverso tavoli di lavoro e confronto e il consolidamento di collaborazioni istituzionali.

È stata anche confermata la coerenza con le politiche nazionali e con le istanze provenienti dai territori, a fronte dell'emergenza sanitaria e confermata risulta altresì, la continuità dell'azione di governo negli anni, a favore di una maggiore valorizzazione del territorio in termini turistici e di attrattività.

Il percorso di attuazione normativa, già avviato fin dal 2016, è proseguito nel periodo di riferimento con importanti e significativi interventi. Interventi la cui portata è accentuata anche dal momento storico vissuto nel corso dell'anno.

Nel dettaglio, le iniziative più rilevanti a favore dello sviluppo e della crescita del sistema turistico regionale sono state rivolte in particolare:

- alla promozione delle destinazioni lombarde, in raccordo con i territori e i portatori di interessi, per riportare i turisti in Lombardia, fornendo agli stessi l'immagine di una regione sicura, dopo la mortificazione prodotta dal Covid-19;
- alla riqualificazione e al sostegno della filiera del turismo e dell'attrattività;
- allo sviluppo delle aggregazioni di filiera ed alla promozione di prodotti turistici in chiave esperienziale, che hanno favorito la costruzione di prodotti e servizi turistici innovativi e di qualità e nuovi investimenti sul territorio;
- al rilancio del posizionamento sui mercati di riferimento, in risposta alle dinamiche indotte dalla situazione di emergenza sanitaria;
- alla preparazione di azioni specifiche su mercati target come la Cina e su prodotti segmentati, per intercettare la nuova domanda di turismo che caratterizzerà il periodo di ripartenza post pandemia.

Tavole

Tavola n. 1 – Pro loco iscritte all'albo della Regione nell'anno 2020

Tavola n. 2 – Quadro sinottico delle delibere

Tavola n. 3 - Effetti sul valore aggiunto di un anno della limitazione delle attività produttive per macro-settore di attività economica. Variazione% rispetto allo scenario base

Tavola n. 4 - Mancata spesa dei turisti nelle province lombarde nel periodo marzo-maggio 2020 (stime in milioni di euro)

Tavola n. 5 – Arrivi e presenze di turisti italiani e stranieri nelle strutture ricettive delle province lombarde. Trimestre luglio-settembre. Anni 2019-2020. Variazione percentuale

Tavola n. 6 – Mancata spesa dei turisti nelle province lombarde nel trimestre luglio-settembre 2020 (stime in milioni di euro)

Tavola n. 7 – Quadro riepilogativo delle risorse impegnate nel 2020