



Regione Lombardia

IL CONSIGLIO

Il Presidente

Protocollo CRL.2019.0017710 del 19/12/2019

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 65 DGR XI/ 2652 del 16 dicembre 2019

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

Trasmetto la relazione in oggetto inviata al Consiglio, ai sensi dell'art 85, comma 1, della l.r. n. 2/2015.

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

Firma autografa sostituita con indicazione a stampa del nominativo del soggetto responsabile ai sensi del D.Lgs. 39/93 art. 3 c. 2.

allegato

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)



Regione Lombardia

LA GIUNTA

DELIBERAZIONE N° XI / 2652

Seduta del 16/12/2019

Presidente

ATTILIO FONTANA

Assessori regionali FABRIZIO SALA *Vice Presidente*
STEFANO BOLOGNINI
MARTINA CAMBIAGHI
DAVIDE CARLO CAPARINI
RAFFAELE CATTANEO
RICCARDO DE CORATO
MELANIA DE NICHILLO RIZZOLI
PIETRO FORONI

GIULIO GALLERA
STEFANO BRUNO GALLI
LARA MAGONI
ALESSANDRO MATTINZOLI
SILVIA PIANI
FABIO ROLFI
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 60 pagine

di cui 56 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 terza 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 2018 e il 31 dicembre 2018;

PRESO ATTO:

- della comunicazione del 04 giugno 2019, prot. N. P3.2019.0000216, con la quale, il Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale ha trasmesso l'"Esame della Relazione n. 24 del 2018";
- delle osservazioni e proposte del Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale:
 - riportare, in relazione ai bandi promossi, oltre alle risorse, gli esiti e le modalità di svolgimento, anche eventuali difficoltà riscontrate;
 - arricchire il contenuto analitico della relazione, con i temi trattati, i punti di forza e di debolezza rilevati, le correzioni adottate e tutte le considerazioni complessive che si vorranno proporre;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

- riportare i dati più aggiornati in merito ai flussi turistici, spesa dei turisti stranieri ed ogni altro dato riferibile all'attività dell'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività;
- esporre un quadro riepilogativo delle risorse, accompagnato da commenti e da informazioni storicizzate e commentate per una più agevole lettura.

RITENUTO di dare seguito alle richieste del Comitato paritetico di Controllo e Valutazione del Consiglio regionale pervenute con comunicazione del 04 giugno 2019, prot. N. P3.2019.0000216;

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 dal comma 1 dell'art. 85 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



Regione Lombardia

LA GIUNTA

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.

IL SEGRETARIO
ENRICO GASPARINI

Atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge



Regione Lombardia

LA GIUNTA

Allegato A

Relazione annuale ai sensi dell'art. 85 della legge regionale n. 27/2015

“Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo”

2019



Regione
Lombardia

SOMMARIO

Premessa	2
1. I provvedimenti attuativi della legge regionale n. 27/2015	3
1.1 Attuazione e modifiche alla legge regionale n. 27/2015	3
1.2 Quadro riepilogativo dei provvedimenti attuativi	7
2. Le attività di programmazione, regolazione e controllo	8
2.1 Il Piano annuale per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività.....	8
2.2 Il Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività	9
2.3 Quadro sinottico delle delibere	9
3. L'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività.....	10
4. Iniziative di promozione turistica e incentivi alle imprese.....	14
4.1 Azioni di promozione turistica	14
4.2 Azioni di incentivazione alle imprese.....	31
4.3 Iniziative di promozione del territorio	33
5. Quadro riepilogativo risorse 2018.....	38
Conclusioni	39

All. 1 - Dossier "I flussi turistici in Lombardia"

La presente relazione descrive e documenta gli interventi realizzati nel corso del 2018 e fornisce il dettaglio delle azioni che sono arrivate a conclusione tra il 1° gennaio 2018 e il 31 dicembre 2018, illustrando brevemente anche gli interventi che hanno preso avvio all'interno dello stesso intervallo temporale e che si sono conclusi successivamente o sono ancora in corso.

Le iniziative oggetto di illustrazione nella presente relazione vanno contestualizzate, peraltro, alla luce della conclusione della X Legislatura e dell'avvio della XI, caratterizzata dall'individuazione di una specifica delega assessorile in materia di turismo, marketing territoriale e moda (decreto del Presidente della Giunta regionale n. 1 del 29 marzo 2018).

Le politiche regionali realizzate nel 2018 si riferiscono quindi, a livello programmatico, in parte agli indirizzi del PRS X Legislatura e in parte al PRS XI Legislatura, approvato dal Consiglio regionale con delibera di Giunta n. 64 del 10 luglio 2018 e declinati, al livello operativo, negli atti di programmazione di settore, come meglio dettagliato nel paragrafo 2. "Le attività di programmazione, regolazione e controllo".

Da ultimo, rispetto al contesto di riferimento sopra richiamato, si ricordano i seguenti provvedimenti approvati dal Consiglio regionale a inizio 2018 e che rappresentano, pur nella relativa specificità, ulteriori riferimenti normativi per l'attuazione delle politiche di sviluppo del settore turistico riferite al 2018:

- legge regionale n. 6 del 25 gennaio 2018, "Promozione e valorizzazione del termalismo lombardo" - Titolo III "Promozione turistica del termalismo lombardo";
- legge regionale n. 7 del 25 gennaio 2018, "Integrazione alla legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015 (Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo). Istituzione del codice identificativo da assegnare a case e appartamenti per vacanze";
- regolamento regionale n. 3 del 19 gennaio 2018 "Disposizioni per la disciplina e la classificazione delle aziende ricettive all'aria aperta in attuazione dell'art. 37 della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27 «Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo»".

1. I PROVVEDIMENTI ATTUATIVI DELLA LEGGE REGIONALE N. 27/2015

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

Istituzione del codice identificativo da assegnare a case e appartamenti per vacanze

Il 25 gennaio 2018 è stata approvata la legge regionale n. 7 “Integrazione alla legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015 (Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo). Istituzione del codice identificativo da assegnare a case e appartamenti per vacanze”.

La proposta di legge nasce dall’esigenza di rispondere al sempre più diffuso fenomeno degli alloggi dati in locazione turistica per periodi brevi che, anche grazie all’utilizzo delle piattaforme di prenotazione, ha assunto proporzioni molto rilevanti, soprattutto nelle principali città e nelle destinazioni turistiche più note. Questa nuova modalità, se da un lato amplia l’offerta ricettiva rispondendo in alcuni casi alle carenze di ospitalità in destinazioni meno note o in occasione di particolari eventi, che fungono da grandi attrattori, dall’altro costituisce una criticità in ordine sia alle garanzie nei confronti dei turisti, sia al rispetto delle regole, anche con riferimento all’obbligo di denuncia degli ospiti alle autorità di pubblica sicurezza.

Per tale motivazione e per dare alle amministrazioni competenti uno strumento utile anche ai fini dei controlli, è stato istituito il Codice Identificativo di Riferimento (CIR) per ogni singola unità ricettiva. Il codice, come previsto dall’art. 38 al comma 8 bis della legge regionale n. 27/2015, così come modificata dalla legge regionale n. 7/2018, deve essere esibito in caso di promozione, commercializzazione e pubblicità dell’offerta con scritti o stampati o supporti digitali e con qualsiasi altro mezzo utilizzato a tal fine.

Con delibera di Giunta n. XI/280 del 28 giugno 2018 “Disciplina del codice identificativo di riferimento (CIR), ai sensi dell’art. 38 comma 8 bis della legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015, «Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo»” il codice è stato regolamentato nel dettaglio, identificandolo con il Codice Regione attribuito dal sistema di gestione dei flussi turistici “Turismo5”, in modo che possa essere rilasciato al completamento del percorso di regolarizzazione, da parte dell’operatore.

La disciplina del CIR è entrata in vigore il 1° novembre 2018, (ex art. 20 legge regionale 10 agosto 2018, n. 12 “Assestamento al bilancio 2018-2020 con modifiche di leggi regionali”), allo scopo di garantire un congruo tempo per l’adeguamento degli strumenti e l’ottimizzazione del lavoro in capo alle province e alla città metropolitana di Milano. Le previsioni di tale legge sono state oggetto di ricorso di legittimità costituzionale promosso dal Presidente del Consiglio dei Ministri il 6 aprile 2018¹.

¹ Le previsioni della legge n. 7/2018 sono state successivamente confermate dalla sentenza di Corte Costituzionale n. 84 del 6 aprile 2019, che ha riaffermato la legittimità costituzionale della legge regionale in oggetto, ritenendola coerente con la competenza residuale delle regioni in materia di turismo.

Campeggi temporanei

Nel corso del 2018 è intervenuta un'ulteriore modifica normativa alla legge regionale n. 27/2015, approvata con l'art. 8 della legge regionale n. 17 del 4 dicembre 2018 "Legge di revisione normativa e di semplificazione 2018", la quale ha abrogato il comma 4 dell'art. 47, eliminando per i campeggi temporanei la previsione di specifici criteri per il calcolo dell'importo della copertura assicurativa, allineando in tal modo la normativa a quella riferita alle strutture all'aria aperta.

Regolamento Strutture ricettive all'aria aperta

In attuazione dell'art. 37 della legge regionale n. 27/2015 è stato approvato il regolamento regionale n. 3 del 19 gennaio 2018 per le strutture ricettive all'aria aperta con l'obiettivo di innalzare la qualità dei servizi, accompagnando il percorso di trasformazione di campeggi e villaggi turistici in risposta alle mutate esigenze dei visitatori. In relazione ai nuovi trend si è proceduto ad una riforma organica delle aree di sosta al fine di adeguarla agli standard di livello internazionale ed è stata introdotta la classificazione a cinque stelle.

Infopoint

La legge regionale n. 27/2015, art. 11, la delibera di Giunta n. 5816 del 18 novembre 2016 e il regolamento regionale n. 9 del 22 novembre 2016 hanno ridisegnato la rete degli infopoint regionali, con l'obiettivo di fornire servizi innovativi ed efficienti, anche attraverso un'immagine unitaria, facilmente riconoscibile da turisti e cittadini.

Il modello di informazione e accoglienza turistica prevede quattro tipologie di strutture:

- *standard*: strutture permanenti localizzate presso i comuni capoluogo di provincia e le località turistiche;
- *gate*: situati negli aeroporti, nelle stazioni ferroviarie, nelle infrastrutture stradali e autostradali che intercettano i principali flussi turistici;
- *flagship*: strutture emblematiche collocate presso le destinazioni caratterizzate dai principali flussi turistici;
- *diffusi*: strutture che integrano la rete per garantire la massima copertura territoriale del servizio turistico, aventi carattere permanente o temporaneo, che possono anche costituire integrazione di altre attività (piccoli negozi, agenzie di viaggio, ecc.).

Gli infopoint garantiscono accoglienza completa per i turisti, fornendo informazioni turistiche e promozionali, nelle principali lingue straniere, anche attraverso l'uso di totem touch-screen o di altre tecnologie innovative, oltre ad assistenza ai turisti e connettività wi-fi gratuita.

Nel 2018 risultano inseriti nell'elenco degli infopoint riconosciuti 93 uffici su tutto il territorio regionale. In particolare, nel corso dell'anno sono stati riconosciuti gli infopoint di Valgerola, Dossena e Angera. È stato inoltre realizzato il progetto per la ristrutturazione dei locali e l'adeguamento dell'immagine coordinata dell'infopoint gate presso l'aeroporto di Bergamo Orio al Serio, che è stato inaugurato il 31 maggio 2018.



figura 1: immagine del nuovo infopoint gate di Orio al Serio

Agli infopoint riconosciuti è stato assicurato, nella fase iniziale di start up, un contributo economico, attraverso un bando di valorizzazione ed innovazione della rete dei punti informativi che ha previsto misure di agevolazione destinate ad investimenti di tipo infrastrutturale e gestionale-organizzativo. A gennaio 2018, sono stati approvati gli elenchi delle proposte progettuali ammesse a contributo, con decreti n. 4354 del 27 marzo 2018, n. 5523 del 18 aprile 2018 e n. 6390 dell'8 maggio 2018. Complessivamente sono stati concessi contributi per oltre 1,8 mln di euro.

Il bando prevedeva due linee d'intervento, riferite ad investimenti di tipo infrastrutturale (adeguamento strutturale, opera di ammodernamento e ampliamento, rinnovo e acquisto di arredi, allestimenti, sistemi espositivi e di illuminazione, dotazioni informatiche e tecnologiche) e investimenti di tipo gestionale e organizzativo (personale, attività di comunicazione, organizzazione di eventi).

Il contributo previsto era a fondo perduto, fino al 70% delle spese ammissibili complessive e fino ad un massimo di:

- 50.000,00 euro sulla linea 1) infrastrutturale
- 14.000,00 euro sulla linea 2) gestionale

Sono state presentate 69 proposte progettuali, delle quali 68 ammesse a contributo, per un importo totale di 1.823.193,53 euro, di cui 1.286.101,93 euro sulla linea 1 (capitale) e 537.091,60 euro sulla linea 2 (corrente).

Alcuni infopoint non hanno partecipato al bando perché già dotati di sedi e strumentazione tecnologica adeguate, nonché di orari di apertura ampi, oppure perché non avevano disponibilità di risorse per coprire la quota di cofinanziamento pari al 30%.

I residui sono stati utilizzati nel 2019 per la produzione di gadget e materiale informativo turistico distribuiti in diverse lingue a tutti gli infopoint (Travel Map in Lombardia, Cult City magazine, Golf magazine, Cammini magazine, inBici magazine, Laghi magazine, Sapore

magazine, Sciare magazine, Terme magazine, Ville-Castelli e Giardini magazine, Trekking magazine).

Il bando prevedeva che la realizzazione dei progetti avvenisse nell'arco di 9 mesi, termine che è risultato esiguo per 46 infopoint, ai quali è stata concessa una proroga di 3 mesi per la conclusione del progetto.

Nel 2018 i progetti erano in piena attuazione; nella fase iniziale non sono state segnalate particolari criticità, se non la richiesta delle proroghe, che sono state concesse a tutti i richiedenti.

Costante è stata inoltre l'attività di formazione del personale degli infopoint, tramite azioni di accompagnamento e l'organizzazione di sessioni di incontri formativi. Si segnalano in particolare, un incontro plenario svoltosi il 16 ottobre a Palazzo Pirelli e diversi incontri sul territorio:

- province di Milano, Monza, Pavia, Lodi il 30 ottobre 2018;
- provincia di Brescia il 14 novembre 2018;
- provincia di Bergamo il 19 novembre 2018;
- provincia di Sondrio il 20 novembre 2018;
- provincia di Varese il 21 novembre 2018;
- province di Como e Lecco il 30 novembre 2018;
- province di Cremona e Mantova il 4 dicembre 2018.

Pro loco

Con decreto n. 16679 del 15 novembre 2018, è stato aggiornato l'albo delle pro loco lombarde, così come previsto dall'art. 12 della legge regionale n. 27/2015. A fine 2018 risultavano iscritte sul territorio lombardo 720 pro loco, con un aumento di 35 unità rispetto all'anno precedente (figura 2).

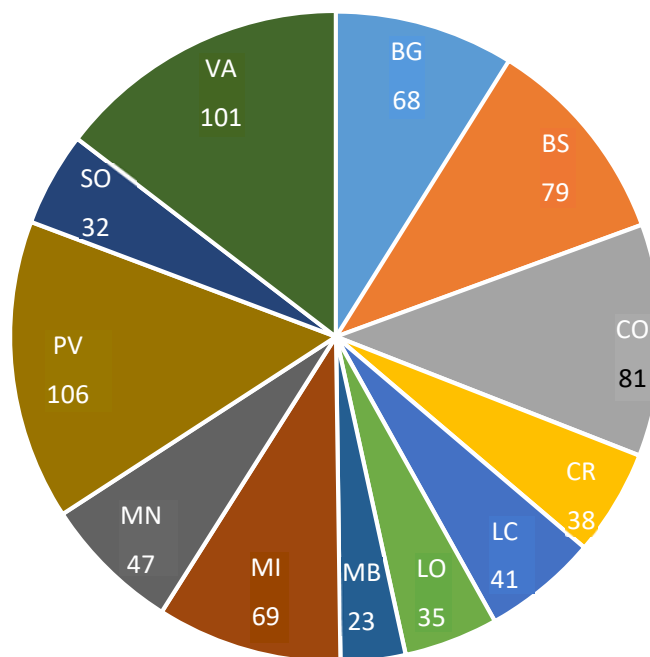


figura 2: distribuzione delle associazioni pro loco nelle province lombarde (2018)

Professioni turistiche

Per quanto concerne il tema delle professioni turistiche va segnalato che non è ancora stato predisposto dal Ministero competente il decreto con le linee di indirizzo e la definizione delle modalità per l'accesso alla professione, lo svolgimento degli esami in modo uniforme sul territorio nazionale, gli eventuali corsi prodromici all'accesso alle prove. Regione Lombardia è stata inserita a dicembre 2018 all'interno di un apposito Comitato istituito presso il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo (MIPAAFT), a cui partecipano anche le associazioni di categoria, con la funzione di analisi e risoluzione delle problematiche giuridiche e normative connesse alla figura professionale delle guide turistiche.

1.2 Quadro riepilogativo dei provvedimenti attuativi

atto	data	titolo	ambito d'intervento
regolamento regionale n. 3	19/01/2018	Disposizioni per la disciplina e la classificazione delle aziende ricettive all'aria aperta in attuazione dell'articolo 37 della legge regionale 1° ottobre 2015, n. 27 "Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo"	attuazione della legge regionale n. 27/2015
legge regionale n. 7	25/01/2018	Integrazione alla legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015 (Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo). Istituzione del codice identificativo da assegnare a case e appartamenti per vacanze	modifica alla legge regionale n. 27/2015 con introduzione nuovi commi 8bis e ter all'art. 38 per introduzione del CIR e modifiche anche in tema di sanzioni. Previsione all'art. 2 della legge regionale n. 7/2018 dell'entrata in vigore del CIR all'1/07/2018
delibera di Giunta n. 280	28/06/2018	Disciplina del codice identificativo di riferimento (CIR) ai sensi dell'art. 38 comma 8 bis della legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015, "Politiche regionali in materia di turismo e	disciplina operativa del CIR

		attrattività del territorio lombardo"	
legge regionale n. 12	10/08/2018	Assestamento al bilancio 2018-2020 con modifiche di leggi regionali	all'art. 20 viene posticipata l'entrata in vigore del CIR all'1/11/2018
legge regionale n. 17	4/12/2018	Legge di revisione normativa e di semplificazione 2018	all'art. 8 si prevede l'abrogazione dei criteri per il calcolo della polizza assicurativa per i campeggi temporanei di cui al comma 4 dell'art. 47
decreto Dirigente di unità organizzativa n. 16679	15/11/2018	Aggiornamento dell'albo delle associazioni pro loco ai sensi della legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015 e della delibera di Giunta n. 5195 del 23 maggio 2016	aggiornamento albo pro loco

2. LE ATTIVITÀ DI PROGRAMMAZIONE, REGOLAZIONE E CONTROLLO

2.1 IL PIANO ANNUALE DELLA PROMOZIONE TURISTICA E DELL'ATTRATTIVITÀ 2018

Il Piano annuale della promozione turistica e dell'attrattività 2018 è stato approvato, a seguito del parere della IV Commissione consiliare, con delibera di Giunta n. 438 del 2 agosto 2018.

Il piano individua, anche con riferimento agli indirizzi del PRS XI Legislatura, gli obiettivi prioritari di seguito riportati:

- il rafforzamento del posizionamento della Lombardia sui mercati di riferimento, nella prospettiva di divenire "la prima regione turistica italiana";
- il sostegno alle proposte provenienti dai territori, nella logica di valorizzazione delle realtà locali;
- lo sviluppo della filiera turistica;
- il consolidamento del settore turistico quale leva di attrattività per la Lombardia, in una logica di marketing territoriale e di sinergia con le eccellenze e gli attrattori che contraddistinguono la destinazione turistica Lombardia.

Nel Piano annuale sono descritte le iniziative e le azioni attuative legate alle politiche di promozione turistica (partecipazione alle fiere turistiche in Italia e all'estero e relative attività collaterali), di incentivazione della filiera turistica e per lo sviluppo del turismo esperienziale,

nonché il percorso per la valorizzazione delle aree turistiche ad alta potenzialità, ma non ancora interessate da rilevanti flussi turistici.

Nel Piano annuale sono infine riportate le collaborazioni istituzionali e le iniziative sovraregionali previste per la promozione del settore turistico lombardo.

2.2 IL TAVOLO REGIONALE PER LE POLITICHE TURISTICHE E DELL'ATTRATTIVITÀ

A seguito dell'avvio della XI Legislatura, con delibera di Giunta n. 93 del 7 maggio 2018, è stata disposta la ricostituzione del Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività, in attuazione dell'art. 13 della legge regionale n. 27/2015 "Politiche regionale in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo".

Con tale provvedimento sono stati:

- individuati i componenti del Tavolo, presieduto dall'Assessore regionale al turismo, marketing territoriale e moda;
- dettagliate le finalità del Tavolo, individuandolo quale sede di condivisione degli obiettivi legati alla crescita del settore turistico lombardo e alla valorizzazione e sinergia, nella logica di marketing territoriale, dei settori e delle eccellenze locali e di confronto circa le iniziative volte a rafforzare la crescita competitiva del sistema turistico regionale e locale e dell'offerta turistica lombarda.

In attuazione alla delibera di Giunta n. 93/2018, con decreto n. 8824 del 18 giugno 2018 sono stati nominati i componenti e relativi sostituti del Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività. Nel 2018 si sono svolte due sedute del Tavolo:

- in data 21 giugno 2018, per la presentazione delle linee guida programmatiche del Piano Regionale di Sviluppo della XI Legislatura e per l'illustrazione del Piano annuale della promozione turistica e dell'attrattività 2018 e l'espressione del relativo parere, ai sensi dell'art. 16 della legge regionale n. 27/2015;
- in data 13 novembre 2018, per la presentazione della manovra di bilancio 2019-2021 e l'illustrazione delle prospettive e delle strategie del Piano annuale per il turismo e l'attrattività 2019.

2.3 QUADRO SINOTTICO DELLE DELIBERE

atto	data	titolo	ambito d'intervento
delibera di Giunta n. 93	7/05/2018	Aggiornamento della composizione del Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività istituito con dgr 26 settembre 2016, n. 5614 ai sensi dell'art. 13 della legge regionale 1° ottobre 2015 n. 27	aggiornamento della composizione del Tavolo regionale del turismo, ex art. 13 legge regionale n. 27/2015

delibera di Giunta n. 279	28/06/2018	Piano annuale della promozione turistica e dell'attrattività, previsto dall'art. 16 della legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015 (richiesta di parere alla Commissione consiliare)	Piano annuale 2018 (richiesta di parere alla IV Commissione consiliare)
delibera di Giunta n. 438	2/08/2018	Piano annuale della promozione turistica e dell'attrattività, previsto dall'art. 16 della legge regionale n. 27 del 1° ottobre 2015 (a seguito di parere della Commissione consiliare)	Piano annuale 2018 (approvazione a seguito del parere della IV Commissione consiliare)

3. L'OSSERVATORIO REGIONALE DEL TURISMO E DELL'ATTRATTIVITA'

L'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività, istituito presso PoliS Lombardia, collabora 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.

La produzione di dossier specifici ha riguardato i seguenti temi:

- **l'istruzione e la formazione in ambito turistico in Lombardia**, con un approfondimento sull'offerta formativa riguardante il secondo ciclo d'istruzione e formazione. Il turismo è un settore complesso in quanto fortemente interconnesso con altre branche dell'economia, dalla ricettività, alla ristorazione, alla promozione, al marketing territoriale, alle offerte termali, sportive, ecc.. La conseguenza è che anche la descrizione delle professionalità legate al turismo, e quindi la relativa istruzione e formazione, è difficile da definire con chiarezza. Il quadro regionale degli standard professionali della regione riporta 24 profili lavorativi. Vi sono poi altre professioni turistiche non previste dal quadro regionale, ma che risultano particolarmente rilevanti per il settore, quali la guida turistica, l'accompagnatore turistico, le guide alpine, i direttori di pista da sci, i maestri di sci, ecc.. In base ai dati messi a disposizione dal progetto Excelsior in relazione alle previsioni dei fabbisogni occupazionali regionali per il periodo 2017-2021, in Lombardia si avrà un tasso di espansione media di nuovi posti di lavoro dello 0,76%, mentre il tasso di sostituzione sarebbe dell'1,86%, con un fabbisogno totale intorno al 2,6%, corrispondente a circa 567mila lavoratori. All'interno di questo scenario il settore ricettivo e della ristorazione risulta essere uno dei principali per livello di espansione (2,15% circa). L'analisi evidenzia un'offerta di lavoro qualificata nettamente inferiore rispetto al fabbisogno ipotizzabile nei prossimi anni. Nello specifico si è stimata la presenza di circa 43.000 studenti a fronte di un fabbisogno previsto nel quinquennio 2017-2021 di circa 48.000 lavoratori di nuova immissione da inserire nel settore. Quest'aspetto sembra confermato da alcuni studi, che rilevano una maggiore difficoltà nel reperimento di personale qualificato da parte delle imprese turistiche rispetto ad altri settori;

- **le escursioni giornaliere:** l'approfondimento è stato effettuato analizzando i dati ISTAT sulle spese delle famiglie per rilevare informazioni sui movimenti turistici dei residenti in Italia, con particolare attenzione alle visite in giornata (escursioni) dei residenti lombardi. La Lombardia risulta nel 2016 la terza regione italiana, meta di gite giornaliere, dopo Veneto ed Emilia Romagna, ma è la prima tra le regioni non bagnate dal mare. Circa l'11,5% delle escursioni degli italiani nel 2016 ha visto come meta il territorio lombardo. La maggior parte di quelle giornaliere sono intra-regionali (62,7%) con turisti che provengono prevalentemente da Emilia Romagna, Piemonte e Veneto, mentre sono diminuite le visite giornaliere registrate in Lombardia, con cali più evidenti sia dalla Lombardia che dalle regioni Lazio, Campania e Marche, che nel 2015 erano probabilmente attratti da EXPO2015.

Nel 2015 si sono effettuate circa 8 milioni 456 mila escursioni giornaliere da parte dei cittadini lombardi, con una media di 1,9 escursioni per famiglia. È stato rilevato inoltre, che il 68,7% delle escursioni è intraregionale, con un'incidenza elevata delle visite giornaliere in Veneto (8,7%) e Liguria (7,4%). Seguono Toscana (5,3%), Piemonte (3,8%), Emilia Romagna e Svizzera (2,2%) e Trentino alto Adige (1,6%).

Ad oltre la metà delle escursioni (52,4%) non ne fa seguito una nuova nel corso dell'anno. L'attrattività della Lombardia è testimoniata dall'indice di replicabilità delle escursioni che è maggiore per quelle intraregionali: infatti il 38% di chi ha effettuato una gita in Lombardia, ne ha poi fatta almeno un'altra nella regione nel corso dell'anno. Nella maggior parte dei casi il mezzo utilizzato è l'automobile (77,5%). Il 13,7% delle gite giornaliere avviene in treno, mentre resta secondario il ricorso ad altri mezzi di trasporto. I motivi principali delle escursioni giornaliere interne riguardano piacere/svago, visita a parenti/amici e shopping, a cui si aggiungono anche motivi formativi e culturali per le gite fuori regione;

- **turismo delle origini:** l'approfondimento è stato condotto per analizzare il segmento turistico, ancora poco studiato, rivolto alle persone emigrate e/o ai loro discendenti che intraprendono un viaggio turistico nei luoghi d'origine, in genere per vivere un'esperienza di conoscenza delle proprie radici. Sono stati analizzati i dati messi a disposizione da parte di ISTAT, attraverso le serie storiche disponibili dal 1876 al 2014, in cui risultano espatriati complessivamente poco più di 28,1 milioni di italiani, mentre i rimpatri totali sono 10,2 milioni, per un saldo migratorio di circa 17,9 milioni. La prima regione per numero di espatri è il Veneto (3,4 milioni), seguita da Campania e Sicilia (2,9 milioni), Lombardia (2,6 milioni), Piemonte, Friuli Venezia Giulia e Calabria.

Analizzando i dati resi disponibili dall'Anagrafe degli Italiani Residenti all'estero (AIRE), aggiornati a dicembre 2016, risultano iscritte 4.973.940 persone. Il primo paese è l'Argentina (16,2%), cui seguono Germania (14,6%), Svizzera (12,2%), Francia (8,1%), Brasile (7,9%), Regno Unito (5,7%), Belgio (5,4%), USA (5,2%), Spagna (3,1%), Australia (2,9%), Canada (2,8%), Venezuela (2,5%), Uruguay e Cile.

Se il 20,2% ha un'età superiore ai 65 anni, va tuttavia rilevato l'elevato livello di giovani, in quanto gli under 34 rappresentano complessivamente il 37,5% del totale.

Se è indubbio che possa esistere una domanda latente di turismo delle origini verso la Lombardia, per avere una stima della domanda potenziale è stato evidenziato che sono

necessari ulteriori ricerche ed approfondimenti, relativi a temi strettamente connessi, quali la preparazione degli operatori, la creazione di una nicchia turistica chiara e definita, l'inclusione dei siti di interesse, oltre a quelli di origine, sia sul territorio regionale che nazionale, poiché per molti di questi turisti potrebbe trattarsi dell'unico viaggio in Italia;

- **musei di impresa:** il dossier effettua una prima ricognizione dei musei d'impresa presenti sul territorio lombardo, data la rilevanza assunta negli ultimi anni dal *brand heritage*. I musei d'impresa sono infatti diventati recentemente parte delle strategie di marketing territoriale e strumenti di promozione e storytelling sia dell'identità e della storia dell'impresa, che del territorio, facendolo diventare non solo meta del turismo industriale, ma anche del turismo in generale, con un interesse sempre maggiore verso l'autenticità e l'esperienza "viva" dei luoghi e delle risorse del territorio. In base ai dati ISTAT, la Lombardia conta nel 2016 un totale di 25 musei d'impresa, con una presenza abbastanza omogenea sul territorio (6 nelle province di Varese e Brescia, 4 nella città metropolitana di Milano, 2 nelle province di Cremona, Mantova e Lecco, 1 in quelle di Bergamo, Como e Pavia, mentre non ne sono stati rilevati nelle province di Sondrio, Lodi, Monza e Brianza). Analizzando ulteriori dati forniti da Museimpresa, associazione nata nel 2001 per volere di Confindustria e Assolombarda, sono stati individuati 51 istituti lombardi classificabili come archivi, gallerie o musei di impresa (di cui 6 fanno parte anche dell'indagine ISTAT). Si tratta di realtà imprenditoriali importanti, sia pubbliche che private, anche se l'elenco non può considerarsi esaustivo.

Nell'ottica di una valutazione circa l'opportunità di implementazione o meno di un'apposita policy turistica dedicata ai musei d'impresa, si ritiene utile approfondire il loro potenziale turistico, per verificare come possano contribuire alla distintività dei territori. In base alla letteratura i musei d'impresa diventano attrattori turistici se sono legati ad imprese che vantano un brand famoso a livello internazionale. Potrebbe essere utile un'ulteriore analisi, attraverso questionari rivolti ai musei d'impresa per valutare eventuali azioni già poste in questo senso e l'interesse di una policy turistica specifica.

Le analisi dell'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività hanno inoltre riguardato la rilevazione dei flussi turistici per l'annualità 2017 (vedi allegato All. 1):

- gli **arrivi turistici** sul territorio lombardo nel 2017 sono cresciuti fino ad un totale di 16.577.728, registrando una crescita del 7,4% rispetto al 2016 e un aumento del 21,6% nel quinquennio 2013-2017, periodo nel quale il numero di arrivi in Lombardia è cresciuto di quasi 3 milioni. Le **presenze turistiche** sono cresciute significativamente, raggiungendo 39.385.960 e 2,38 giorni di permanenza media, con un incremento nell'ultimo anno pari al 5,9%, ovvero oltre 2 milioni di presenze in più. Dal 2013 al 2017 si è registrato un aumento del 16,5% corrispondente a 5,5 milioni di presenze in più;
- la crescita degli arrivi e delle presenze turistiche sul territorio Lombardo risulta particolarmente marcata tra i **turisti stranieri** che nel quinquennio di riferimento hanno fatto registrare un incremento del 31,5% per quanto riguarda gli arrivi e del 24,2% per le presenze. La componente straniera è aumentata costantemente negli ultimi anni fino ad arrivare a rappresentare nel 2017 il 55,5% degli arrivi e il 60,9%

delle presenze. I maggiori arrivi si registrano in particolare dalla Germania (22,5%), dal Regno Unito (7%) e dai Paesi Bassi (5,6%);

- **flussi turistici per tipologia di alloggio:** la maggior parte dei turisti sceglie ancora le strutture alberghiere (84,2% degli arrivi e 73,7% dei pernottamenti), ma il ricorso alle strutture ricettive non alberghiere risulta in costante crescita: nel quinquennio 2013-2017 gli arrivi in strutture extralberghiere sono passati dall'11% al 15,8% e le presenze dal 22,2% al 26,3%;
- **stagionalità:** nel corso del 2017 in tutti i mesi si è registrato il record degli **arrivi turistici**, ad esclusione del trimestre agosto-ottobre, che rimane ancora appannaggio del 2015, anno di svolgimento dell'esposizione universale EXPO2015. Nel luglio 2017 si è registrato il numero più elevato di arrivi mensili del quinquennio di riferimento, pari a 1.876.545 turisti. Analizzando la media degli ultimi 5 anni si può notare come il mese di luglio sia quello con il più alto afflusso turistico, mentre i mesi invernali, da novembre a febbraio, risultano un periodo su cui lavorare per un potenziamento dell'incoming turistico. Anche per quanto riguarda le **presenze**, il 2017 risulta un anno positivo per la gran parte dei mesi: nel corso dell'anno si sono infatti superati i 5 milioni di presenze, sia nel mese di luglio che di agosto, mentre i mesi di novembre e dicembre risultano quelli con più bassa presenza turistica;
- **arrivi e presenze per provincia:** ad esclusione delle province di Lodi, Sondrio e di Monza e Brianza, tutte le altre province lombarde hanno fatto registrare nel 2017 il più elevato numero di arrivi del quinquennio. Il comune di Milano ha fatto registrare nel 2017 il maggior numero di arrivi, superando quelli dell'anno di EXPO2015, la città metropolitana di Milano in particolare, ha attirato il 45,6%, seguita dalla provincia di Brescia con il 17%. Il comune di Milano ha registrato un record nel 2017 anche per quanto riguarda le presenze, superando anche in questo caso l'anno di EXPO2015. La città metropolitana di Milano e la provincia di Brescia insieme contano oltre il 66% delle presenze turistiche della Lombardia.

PoliS Lombardia è stato inoltre coinvolto in un'attività di accompagnamento delle province nell'attività di raccolta dei flussi turistici, mediante il nuovo applicativo informatico "Turismo5". In particolare, da gennaio 2018, è stato avviato, con il supporto di Lombardia Informatica, il nuovo servizio per la gestione dei flussi turistici Turismo5, che intende agevolare tutti i soggetti della filiera nella compilazione dei dati richiesti da ISTAT (rilevazioni movimento dei clienti negli esercizi ricettivi e capacità degli esercizi ricettivi, previsti dal Programma Statistico Nazionale, ex art. 7 del D.Lgs. n. 322/1989) e da Regione Lombardia relativamente a quanto previsto all'art.38, comma 8 della legge regionale n. 27/2015.

Il servizio consente infatti di inserire i dati che descrivono il panorama qualitativo e quantitativo delle strutture ricettive del territorio lombardo. Le strutture ricettive possono così adempiere all'obbligo di invio flussi utilizzando i servizi messi a disposizione da Turismo5.

Nel corso dell'anno PoliS Lombardia ha inoltre ricevuto un incarico per "Attività di supporto all'applicazione della legge regionale. n. 7/18, relativa all'applicazione del CIR (Codice Identificativo Regionale)", allo scopo di affiancare le province nell'attuazione della suddetta legge regionale, che ha previsto, a partire dal 1° novembre 2018, l'entrata in vigore del Codice Identificativo Regionale. Sono state svolte attività di verifica presso le province

sull'aggiornamento delle liste anagrafiche delle strutture ricettive attive sul territorio di competenza, con particolare attenzione ad eventuali problemi organizzativi interni, che potevano aver determinato situazioni di arretrati nella registrazione ed aggiornamento della documentazione ricevuta dai SUAP. Successivamente, si è provveduto ad intervenire con un'attività di affiancamento e supporto alle province che ne hanno manifestato la necessità.

4. INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA E INCENTIVI ALLE IMPRESE

Nel corso del 2018 sono state realizzate le seguenti azioni:

- azioni integrate di promozione turistica;
- azioni trasversali indirizzate a segmenti turistici;
- azioni rivolte alla filiera delle imprese turistiche;
- azioni rivolte a singoli territori.

4.1 AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA

La promozione turistica sui mercati italiani ed esteri nell'anno 2018

In attuazione dell'art. 16 della legge regionale n. 27/2015, Regione Lombardia ha approvato un progetto per la promozione turistica sui mercati Italia/estero 2018 (delibera di Giunta n. 7748 del 17/01/2018), che ha individuato le manifestazioni nazionali ed internazionali cui partecipa Regione Lombardia tramite propri stand. Le manifestazioni elencate di seguito hanno visto la partecipazione di oltre 140 operatori della filiera turistica:

- MATKA Helsinki (17–21 gennaio 2018)
- BIT Milano (11–13 febbraio 2018)
- I.T.B. Berlino (7–11 marzo)
- Le Salon du Tourisme Parigi (15–18 marzo)
- TTG Rimini (10–12 ottobre 2018)
- ALTA QUOTA Bergamo (12–14 ottobre 2018)
- WTM Londra (5–7 novembre 2018)

Sono stati inoltre realizzati nel corso dell'anno:

- **workshop**, per mettere in contatto i buyers stranieri con gli operatori lombardi rivolti ai mercati Germania, Europa, USA, Russia;
- **educational tour** dedicati ai buyers stranieri per la scoperta della destinazione e per favorire il contatto con gli operatori lombardi (destinati ai mercati Germania, Austria, Svizzera Francia, Russia, Est Europa).

Al fine di promuovere il territorio è stato realizzato un **piano di comunicazione media** volto a generare conoscenza, interesse e curiosità sulla destinazione Lombardia.

Tra le iniziative di promozione si segnala in particolare, la **campagna promozionale NEXT STOP? #INLOMBARDIA**, avviata su scala europea che, tramite un autobus digitalizzato e brandizzato InLombardia, ha portato le bellezze della regione in Europa, consentendo ai visitatori di vivere

un viaggio esperienziale, per un totale di oltre 10.000 chilometri di promozione. Il progetto itinerante ha previsto tappe a Milano, Innsbruck, Colonia, Londra, Parigi, Torino, Genova, Bologna e ha fatto un racconto originale ed innovativo, tramite viaggi virtuali, sia delle destinazioni lombarde iconiche, sia di quelle ancora da scoprire.

La campagna media è stata declinata su canali digitali quali Google, Facebook, Instagram, oltre che su media tradizionali e on line con pubblico target interessato a viaggi e tempo libero sui mercati Italia, Germania, UK e Francia.

Il tour di promozione internazionale è stato sostenuto anche da un concorso a premi su scala europea che ha inteso generare:

- azioni di sensibilizzazione verso la destinazione Lombardia
- azioni di marketing per generare nuovi potenziali turisti
- comunicabilità sui media
- vetrina per l'emersione dell'offerta
- spazio e visibilità ai territori

mediante la messa in palio di soggiorni in Lombardia a copertura del territorio regionale.



figura 3: autobus brandizzato inLombardia - NEXT STOP? #INLOMBARDIA (2018)

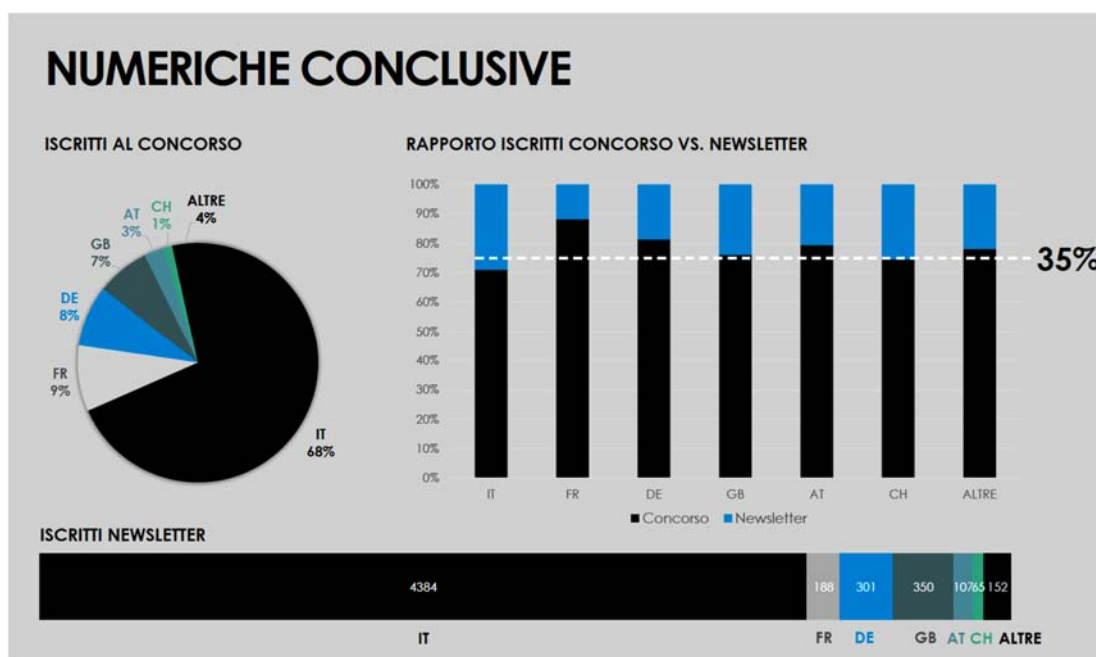


figura 4: dati finali concorso a premi



figura 5: dati finali iniziativa NEXT STOP? #INLOMBARDIA

Nel corso del 2018, è stato inoltre realizzato un **progetto di comunicazione digitale, #inLombardia365**, con la finalità di promuovere l'attrattività e il turismo in Lombardia attraverso il racconto del territorio sui canali on line come siti web, social, attività e iniziative di influencer marketing e digital PR.

Il format #inLombardia365 è stato rilanciato sotto il claim della campagna **#inLombardia, c'è tanto da scoprire**. Un'importante novità è stata la Social-WebTV, per dare, da un lato maggior voce e riconoscibilità ai protagonisti-narratori, che diventano ambassador della Lombardia, e dall'altro affezionare ed ingaggiare ancora di più il pubblico, giorno dopo giorno, scoperta dopo scoperta. Di seguito, i risultati raggiunti:

n. di impressions on line	25.300.000
n. di uscite di ritagli stampa	65
n. di influencer coinvolti	33
n. di tappe realizzate	6
n. di località/territori coinvolti	37
n. di esperienze realizzate	41

I progetti di accompagnamento e formazione

Nel corso del 2018, Regione Lombardia ha proseguito nel percorso di formazione b2b, rivolto agli operatori turistici lombardi con i seguenti obiettivi:

- fornire gli strumenti ed elementi formativi necessari per la promozione e l'accoglienza turistica della filiera: lezioni dal vivo, toolkit digitali, webinar;

- coinvolgere gli stakeholder attraverso un pensiero forte e condiviso, promuovendo un lavoro di squadra per ottimizzare gli investimenti ed incrementare i risultati;
- mettere a conoscenza tutti gli attori della filiera delle iniziative in corso e delle opportunità correlate;
- abilitare all'utilizzo degli strumenti e dei tool di Regione Lombardia.

Sono state realizzate 5 tappe, che hanno coinvolto tutti i territori ed oltre 650 operatori. Il format ha previsto:

- **formazione face to face** con incontri sul territorio: 5 eventi formativi di una giornata rivolti ad una platea di circa 150-200 operatori per ogni incontro, con 6/8 panel ripetuti più volte, per consentire all'operatore di poter frequentare fino a 4 panel differenti nella stessa giornata;
- **formazione on line** per approfondire vari argomenti, senza vincoli di tempo, secondo le esigenze e la disponibilità del fruitore. Sono stati realizzati e resi disponibili dei webinar, accompagnati da esempi pratici, per permettere agli utenti di verificare costantemente il proprio livello di apprendimento, attraverso test di autovalutazione.

Tourism Think Tank

Nell'ambito dell'accordo di programma con il sistema camerale, è stata realizzata la 5ª edizione di *TTT Tourism Think Tank*, un'iniziativa ideata per rispondere all'esigenza di avere una costante formazione ed una ricerca di sinergie tra operatori, con lo scopo di migliorare ed accrescere l'offerta turistica. La declinazione dell'edizione 2018 ha riguardato il tema *human factor*, quale elemento imprescindibile nel settore turistico, visto come insieme di competenze e *soft skills*, necessarie per elevare ulteriormente l'attrattività dell'offerta e la competitività del settore economico turistico.

L'evento ha visto 40 relatori, 25 human think tank e oltre 800 partecipanti.

Promozione del turismo culturale - Cult City

Con il progetto Cult City, Regione Lombardia ha sviluppato il turismo culturale per incrementare l'attrattività del territorio. L'azione è stata realizzata in collaborazione con i capoluoghi lombardi, valorizzati come capitali d'arte da scoprire, con programmi promozionali ed itinerari da collezionare, capolavori e curiosità da non perdere.

Il bando Cult City ha previsto uno stanziamento economico pari a 6,4 milioni di euro, destinati al cofinanziamento di due linee di intervento: la prima strutturale per migliorare l'accoglienza, i servizi e la fruibilità; la seconda dedicata alla promozione, all'organizzazione di eventi e progetti innovativi di promozione e comunicazione, con un'azione di marketing territoriale coordinata.

Questo bando ha permesso di realizzare iniziative, eventi ed interventi di riqualificazione del tessuto urbano e architettonico, attraverso programmi d'intervento co-finanziati da Regione Lombardia e dalle città capoluogo aderenti. Il progetto ha permesso di rafforzare l'attrattività dei territori: con un'immagine unitaria e un'azione di marketing territoriale coordinata, valorizzando l'offerta turistica esperienziale e la messa a sistema di servizi correlati

all'accoglienza come volano per la crescita dell'incoming e quindi, per lo sviluppo economico della Lombardia. Regione Lombardia ha inoltre promosso l'attività di comunicazione on line e off line mediante un'immagine coordinata: realizzazione di un sito internet dedicato: <http://cultcity.in-lombardia.it/> (disponibile in italiano e inglese), 1 campagna fotografica, 1 photocontest (a cui hanno partecipato più di 1.000 persone con oltre 4.600 voti espressi), 1 magazine tematico, 10 testimonial, 10 city flyer e 10 city map e la creazione di eventi con oltre 400 segnalazioni (tra cui più di 140 tra concerti, spettacoli, reading letterari e visite guidate).

Nel 2018 sono arrivati a conclusione tutti i progetti intrapresi dai comuni capoluogo, ad eccezione di quelli di Como e Monza, che hanno ottenuto una proroga fino a metà 2019.

Nella seguente tabella, si riepiloga per ogni capoluogo aderente al bando il titolo del programma, i contenuti principali, il contributo regionale, il valore totale dello stanziamento, e laddove possibile, il contributo finale erogato:

comune	titolo	contenuti del programma	contributo regionale (€)	valore totale programma (€)	contributo finale erogato
Bergamo	Bergamo a porte aperte	linea 1 recupero e apertura al pubblico del teatro sociale e creazione nuovo infopoint linea 2 apertura stabile Palazzo della Ragione; mostra sulla città di Bergamo, il suo territorio e le città d'arte della Lombardia	711.882	1.423.764	704.626,11
Brescia	Brescia che spettacolo	linea 1 accessibilità ai luoghi di eccellenza della città, consolidamento strutturale, conservazione e ripristino affreschi del Teatro Grande; free wi-fi in loggia slow and green e per bike sharing; nuova illuminazione; parco monumentale del castello; recupero e apertura Palazzo Tosio;	989.000	1.972.115	1.474.672,5

		valorizzazione strutture comunicative esistenti; mostra: l'arte in metropolitana linea 2 promozione turistica della città: Brescia va in scena, cult living: iniziative culturali ed eventi;			
Como	riflessi di luce sul lago	linea 1 progetto illuminotecnico e abbellimento presso i giardini al lago; potenziamento del sito visitcomo.eu; creazione di app multimediali e multilingue per agevolare la scoperta della città e la fruizione del tempio voltiano; ampliamento della rete wi-fi linea 2 testimonial; la promozione della figura di Alessandro Volta anche nei confronti delle città gemellate; produzione di contenuti video diffusi attraverso i social; materiale comunicativo, promozione del turismo scolastico, card legata ai trasporti e ville, percorsi turistici e visite serali, festival della luce, illuminazione e video mapping della città	635.000	1.226.094	non ancora conclusa la procedura

Cremona	viaggio musicale Cremona, la liuteria e la musica tra oriente e occidente	linea 1 interventi per l'apertura di spazi a Palazzo Grasselli; interventi di riqualificazione dell'infopoint di Piazza del Comune e wi-fi federato; interventi di riqualificazione di Palazzo Affaitati, sede del museo civico, per l'apertura dello spazio informagiovani e del centro fumetto linea 2 nuovi itinerari nella città per l'accoglienza, informazione turistica e storytelling; turismo scolastico, grandi eventi, festival, concerti, diffusione masterclass e business network sul turismo musicale, internazionalizzazione dell'offerta turistica	738.607	1.283.863	815.563,47
Lecco	Lecco tra lago e montagna: viaggio nella terra dei Promessi Sposi	linea 1 connotazione e valorizzazione dei punti di interesse architettonici e naturali, infrastrutture fisiche e digitali per informazioni, ampliamento del servizio wi-fi linea 2 itinerari e pacchetti turistici manifestazioni culturali e di intrattenimento promozione del brand	297.000	594.000	442.397,15

		“Iago” e “I Promessi Sposi”, attraverso l’implementazione del servizio di navigazione, formazione del personale, promozione turistica; realizzazione gadget riqualificazione degli spazi infopoint, per ospitare i materiali del progetto			
Mantova	Mantova capitale di cultura	linea 1 valorizzazione di Palazzo Te: restyling della facciata della loggia d'onore; riqualificazione illuminotecnica del complesso monumentale linea 2 integrazione e promozione del palinsesto di eventi e loro promozione; potenziamento accessibilità e accoglienza turistica anche con wi-fi pubblico; restyling della cartellonistica, realizzazione di segnaletica fissa coordinata per un orientamento polifunzionale sui principali attrattori turistici, servizi ed eventi, con un sistema modulare; produzione e stampa di materiale informativo	792.900	1.302.900	696.880,50 (nel 2019)

Monza e Brianza	sovrane emozioni	linea 1 intervento di riqualificazione e valorizzazione dell'Arengario; intervento di valorizzazione dei musei civici di Monza: Casa degli Umiliati, intervento di riqualificazione del tridente storico dei boschetti reali; intervento di realizzazione passerella pedonale di collegamento tra la pista ciclabile del Villoresi ed il centro; ampliamento del servizio wi-fi, miglioramento della mobilità turistica, strumenti di digital marketing: materiale video promozionale della città linea 2 Longobard ways across Europe; percorsi sulla monaca di Monza; marketing Monza: affidamento del servizio di informazione e accoglienza turistica, merchandising, promozione pacchetti turistici; redazione e servizi collegati al portale turistico www.turismo.monza.it; elaborazione e attuazione piano di comunicazione; realizzazione eventi	723.726	1.447.452	996.738,30 (nel 2019)
-----------------	------------------	---	---------	-----------	-----------------------

Pavia	Pavia capitale longobarda, città dei saperi e dei sapori	linea 1 valorizzazione delle cripte longobarde di Sant'Eusebio, San Felice, San Giovanni Domnarum e Santa Maria alle Cacce e risistemazione della Piazza Leonardo da Vinci; riqualificazione spazi d'accoglienza ed espositivi del Castello Visconteo; promozione e valorizzazione degli infopoint standard, attivazione di infopoint diffusi; wi-fi in città; potenziamento piattaforme e app sugli eventi e luoghi della città; green carpet per la città linea 2 mostra "I Longobardi e l'Europa"; eventi diffusi; makers 4.0 e Pavia 2.0; formazione; fiere di settore; mobilità sostenibile	546.700	1.093.400	756.835,36 (nel 2019)
Sondrio	Sondrio, so beautiful!	linea 1 progetto di riqualificazione di Piazzale Bertacchi e di restyling del seminterrato del teatro sociale di Piazza Garibaldi; creazione infopoint cittadino presso l'URP di Palazzo Pretorio linea 2 pacchetti turistici ed eventi cittadini finalizzati alla promozione dell'anno del turismo lombardo	736.097	1.106.152	555.082,50

Varese	i belvedere di Varese: città giardino: alla scoperta di paesaggi inediti, arte e cultura	linea 1 ristrutturazione e messa in sicurezza della torretta belvedere presso Villa Mirabello, rinnovo degli elementi di illuminazione pubblica in Via Monsignor Macchi e in Via del Ceppo inserimento della cartellonistica turistico-storica dei belvederi; rifacimento della pavimentazione in pietra naturale di Via Tonta alla rasa e di Via Oslavia linea 2 iniziative artistiche e di intrattenimento innovative	577.613	1.155.226	658.305,13 (nel 2019)
Totale			6.748.525	12.604.966	4.520.938,10

Cicloturismo

Nel 2018 sono proseguite le azioni per supportare la promozione dell'offerta turistica lombarda legata al cicloturismo, tramite un apposito bando che ha previsto due linee d'intervento:

- ✓ una linea (A) dedicata alla valorizzazione dell'offerta legata ai macro-assi della rete ciclabile lombarda in chiave turistica, tramite iniziative integrate della "filiera estesa", volte alla definizione del prodotto cicloturismo e alla relativa promozione sui mercati di riferimento;
- ✓ una linea (B) dedicata all'infrastrutturazione dei percorsi ciclabili, suddivisa a sua volta in:
 - macropercorsi (B1);
 - consolidamento della dotazione infrastrutturale esistente legata all'offerta cicloturistica e funzionale al suo sviluppo, attraverso specifici interventi di completamento e qualificazione dei percorsi ciclabili già esistenti (B2).

Lo stanziamento totale previsto per quest'intervento è stato di 9 milioni di euro, così suddivisi:

- 250.000,00 euro per la fase preliminare, coincidente con l'identificazione e la mappatura dei macro-assi ciclabili lombardi (figura 6);
- 1.722.500,00 euro per la linea A;
- 4.156.000,00 euro per la linea B1;
- 3.000.000,00 euro per la linea B2.

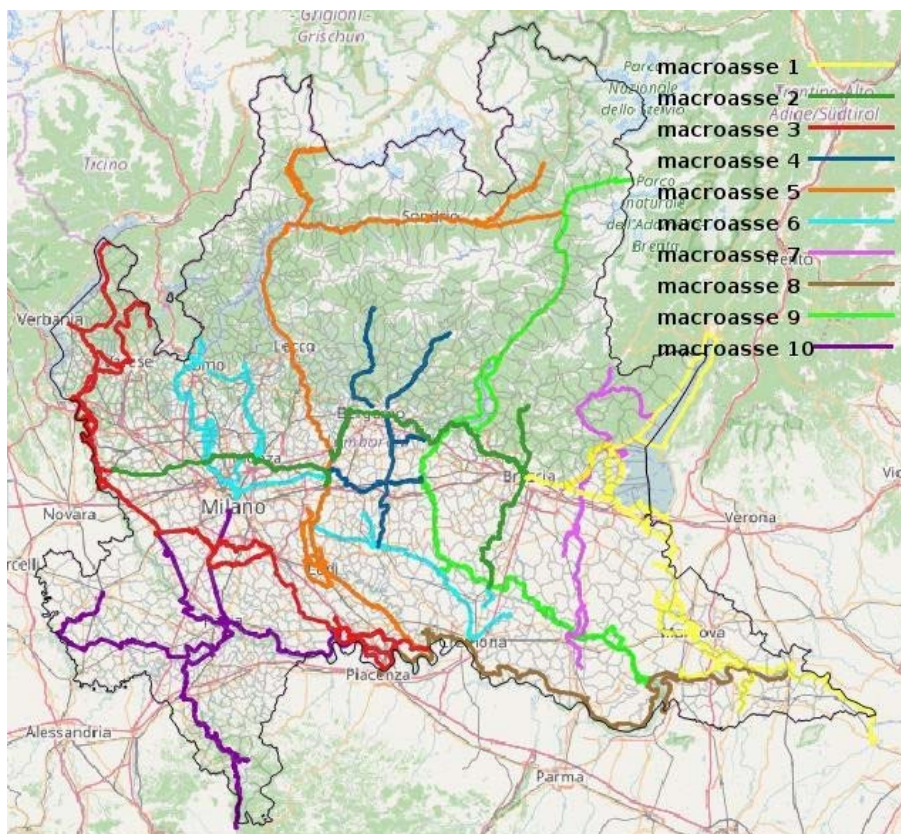


figura 6: i macro-assi cicloturistici individuati dal progetto Cicloturismo in Lombardia
 fonte: elaborazioni PoliS-Lombardia su dati Regione Lombardia

Con decreto n. 5883 del 22/05/2017 sono stati approvati i seguenti progetti in relazione alla linea A, che si sono tutti conclusi entro il 2018:

titolo del progetto	n. soggetti coinvolti	macro-assi coinvolti	investimento complessivo (€)	contributo erogato (€)
Le acque di Leonardo (LeAle) capofila Stucchi e co srl	17	V	174.199,78	76.284,74
Pedalando sulle vie dell'acqua capofila Eguide Multiservizi srl	12	II, III, IV, V, VI, X	155.794,11	77.897,06
Pedalando lungo le terre dei Navigli capofila Pubblipavese srl	12	III	200.730,28	96.618,47
Dallo Stelvio al Po: emozioni sulle due ruote capofila Valtellina Turismo Società Cooperativa Consortile	20	V	305.910,81	94.429,26
Valorizzazione e commercializzazione	11	VI	143.757,56	66.364,62

dell'offerta turistica nella macro-area lombarda VI capofila Consorzio Comunità Brianza				
Liscio come l'Oglio, la greenbike della terra bresciana, bergamasca, cremonese e mantovana capofila Bresciatourism scarl	15	IX	211.149,62	95.201,63
Totale linea A			1.191.542,16	506.795,78

Con decreto n. 6938 del 12/06/2017 sono stati approvati in relazione alla linea B1, i seguenti progetti (5 dei quali conclusi nel 2018 e 1 decaduto):

progetto	macro-asse	investimento totale (€)	contributo ammesso (€)	stato
Ciclovia seriana: in bici da Bergamo a Clusone macro-asse IV capofila comune di Ranica	IV	794.299,50	397.149,75	erogati 359.775,89 euro
Itinerario cicloturistico "Calciana" macro-asse IV capofila comune di Civate al Piano	IV	742.000,00	371.000,00	erogati 319.035,16 euro
Prolungamento del percorso ciclopeditonale della Valganna e Valmarchirolo I° lotto nei comuni di Induno Olona e Valganna macro-asse III capofila provincia di Varese	III	1.080.794,75	415.650,00	decaduto
Completamento, riqualificazione e valorizzazione della dorsale cicloturistica Garda-Mincio-Po macro-asse I capofila provincia di Mantova	I	915.620,00	415.650,00	erogati 363.279,63 euro
Tra acqua, terra, cielo. Il cicloturismo come leva di sviluppo locale della Valtellina macro-asse V capofila comune di Montagna in Valtellina	V	860.636,05	415.649,94	in erogazione
Sui binari del passato: una ciclovia per il futuro della Valle Brembana macro-asse IV	IV	1.199.900,00	415.649,98	erogati 295.055,83 euro

capofila provincia di Bergamo				
Arte & acqua in Lombardia macro-asse X capofila comune di Belgioioso	X	830.420,13	415.210,07	erogati 335.036,26 euro
Ciclovia dell'Oglio-greenway macro-asse IX capofila provincia di Brescia	IX	831.295,07	415.647,54	in rendiconta- zione
Totale linea B1		7.254.965,50	3.261.607,28	

In relazione alla linea B2, con decreto n. 7602 del 26/06/2017, sono stati dichiarati ammissibili 63 progetti per investimenti complessivi di oltre 9,3 milioni di euro a fronte di 2,69 milioni di euro di contributi concessi. Di questi, 42 si sono conclusi nel 2018 per un contributo totale di 1.688.813,95 euro (3 nel 2019 e 18 hanno rinunciato o sono stati soggetti a decadenza).

Successivamente, tenendo conto della disponibilità di risorse, con delibera di Giunta n. 7447 del 28/11/2017 sono state rifinanziate le linee A e B2, con uno stanziamento complessivo di 2.191.530,90 euro. Considerato il numero rilevante di progetti presentati sulla linea B2 con delibera di Giunta n. 437 del 2/08/2018 è stata ulteriormente incrementata la dotazione di 861.285,53 euro.

Il nuovo bando è stato aperto a febbraio 2018.

Attualmente, la linea A è ancora in fase di realizzazione e terminerà nel 2020 con 3 progetti per un contributo complessivo concesso di 288.785,00 euro:

progetto	macro asse	investimento totale (€)	contributo ammesso (€)
Hai voluto la bicicletta... Il Garda in bici: emozione, turismo, servizi capofila Bresciatourism	I	180.275,00	90.000,00
Bike friendly. Pavia, Vigevano, Oltrepò e Lodi capofila Publirose spa	X	199.570,00	€99.785,00
La ciclovia dei giganti: incontri in bicicletta con "giganti" della natura, della storia e dell'arte capofila Consorzio Comunità Brianza società cooperativa sociale - impresa sociale	VI	218.410,00	99.000,00
Totale linea A		598.255,00	288.785,00

La Linea B2 ha finanziato 49 enti locali beneficiari con un contributo complessivo di 2.211.177,50 euro, la fase di realizzazione terminerà nel primo trimestre 2020.

Il cicloturismo rappresenta un settore a sostegno del turismo sostenibile in quanto favorisce l'utilizzo di mezzi ecosostenibili e garantisce al contempo il turismo di prossimità e in aree meno sviluppate da un punto di vista turistico, ma di grande interesse naturalistico e ambientale. L'obiettivo è quello di favorire la consapevolezza di un nuovo modo di viaggiare "slow", sostenibile e responsabile di fruizione del territorio da parte del turista e, al contempo, accrescere la coscienza degli attori locali nel promuovere le pratiche del viaggiare etico e responsabile.

Complessivamente, il tema del sostegno alla realizzazione e manutenzione delle piste ciclabili è molto sentito dalle amministrazioni comunali. Le risorse messe a disposizione da Regione Lombardia hanno consentito di generare sui territori significativi investimenti. Un punto di attenzione è legato alla difficoltà dei comuni a rispettare i tempi dei progetti, principalmente a causa di ritardi nelle procedure di aggiudicazione degli appalti e nella realizzazione delle opere.

Turismo religioso

Il turismo religioso rappresenta un segmento importante per la destagionalizzazione e per lo sviluppo di alcuni asset strategici: arte e cultura, enogastronomia e food experience, previsti dal posizionamento strategico. Nel 2018 sono proseguite le attività relative all'attuazione di un bando regionale destinato al cofinanziamento di due tipologie di progetti rivolti a:

- ✓ pellegrinaggi, percorsi, vie della fede, ritiri spirituali e soggiorni di studio/preghiera;
- ✓ attrazioni turistiche religiose (siti artistici e del patrimonio), incontri, eventi, manifestazioni.

I beneficiari sono partenariati composti da enti no profit, MPMI del turismo e del commercio, rappresentanti almeno 3 territori provinciali. I progetti hanno sviluppato nuovi pacchetti turistici o ampliato quelli esistenti, per favorire l'incremento di arrivi e presenze e aumentare la permanenza media. Particolare rilevanza è attribuita alla promozione e/o commercializzazione, tramite strumenti informatici con tecnologie mobile, social, app e realtà aumentata. Lo stanziamento complessivo è stato di 1,4 milioni di euro.

I progetti ammessi a finanziamento nel 2017 sono stati portati tutti a termine nel corso del 2018 e liquidati tra il 2018 ed il 2019, come di seguito specificato:

- ✓ **i luoghi e le esperienze della Misericordia** con 17 soggetti partecipanti che coinvolgono i territori delle diocesi di Milano, Bergamo e Brescia per un investimento complessivo ammesso di 221.720,00 euro ed un contributo di 99.992,50 euro, di cui liquidati (nel 2019), a seguito di rendicontazione, 83.399,70 euro;
- ✓ **crocevia d'Europa tra Pavia, Lodi e Como** con 21 soggetti partecipanti per un investimento complessivo ammesso di 199.036,30 euro ed un contributo di 93.005,20 euro, di cui liquidati, a seguito di rendicontazione 80.991,79 euro;
- ✓ **fede, arti e sapori: itinerari "Sotto il manto di Maria"** con 33 soggetti partecipanti facenti riferimento alle province di Bergamo, Brescia, Como, Lecco e Sondrio, per un investimento complessivo ammesso di 179.100,00 euro ed un contributo di 81.800,00 euro, di cui liquidati, a seguito di rendicontazione, 73.088,54 euro (nel 2019);
- ✓ **Religo Tour – percorsi di fede e identità** tra Milano, Brescia, Bergamo, Cremona e Mantova, con 22 soggetti partecipanti per un investimento complessivo ammesso di

214.648,00 euro ed un contributo di 99.999,49 euro, di cui liquidati, a seguito di rendicontazione 78.052,19 euro;

- ✓ **santuari di fede, santuari di cultura** con 20 soggetti partecipanti sviluppato tra i territori delle province di Bergamo, Lecco e Milano per un investimento complessivo ammesso di 244.385,00 euro ed un contributo di 100.000,00 euro, di cui liquidati, a seguito di rendicontazione 88.347,45 euro;
- ✓ **tour della fede** con 13 soggetti partecipanti che interessa i territori delle province di Bergamo, Brescia, Lodi, Mantova, Lecco e Sondrio per un investimento complessivo ammesso di 170.900,00 euro ed un contributo di 85.450,00 euro, di cui liquidati, a seguito di rendicontazione 75.682,48 euro;
- ✓ **il cammino di San Colombano**, itinerario religioso e culturale articolato sulle province lombarde di Sondrio, Lecco, Milano e Lodi con 29 soggetti partecipanti per un investimento complessivo ammesso di 178.950,00 euro ed un contributo di 67.375,00 euro, decaduto per rinuncia;
- ✓ **meet Brianza faith heritage – Monza e Brianza terra di fede** con il coinvolgimento dei territori delle province di Lecco, Como e Milano e 15 soggetti partecipanti, per un investimento complessivo ammesso di 205.825,50 euro ed un contributo di 99.999,98 euro, di cui liquidati, a seguito di rendicontazione, 85.537,30 euro;
- ✓ **un viaggio nel gusto: pellegrino per le virtù dell'ospitalità** con 25 soggetti partecipanti e il coinvolgimento dei territori delle province di Varese, Milano, oltre alle città di Vigevano, Monza e Imbersago, per un investimento complessivo ammesso di 151.300,00 euro ed un contributo di 75.650,00 euro, decaduto per rinuncia.

In sintesi, sono stati liquidati contributi ai beneficiari per un totale di 566.403,47 euro, che hanno attivato investimenti per 1.614.564,80 euro.

Regione Lombardia ha promosso attraverso questi progetti l'immagine di una Lombardia "slow" e accogliente, con proposte turistiche che si articolano tra soggiorni nei monasteri e weekend di spiritualità, promuovendo i cammini storici in chiave esperienziale e lo sviluppo di una nuova immagine e di un'offerta turistica orientata ai settori culturale, spirituale e naturalistico in un'ottica di sostenibilità.

Promozione del turismo enogastronomico

L'enogastronomia è una priorità della strategia regionale per la sua trasversalità e il forte legame con i territori. Il settore è stato promosso e sostenuto con il bando **Wonderfood & Wine**, emanato nel 2017, e finalizzato a sviluppare il turismo enogastronomico all'interno della regione. Il bando offre sostegno ai progetti di rilievo regionale, nazionale ed internazionale di promozione turistica legata all'offerta enogastronomica lombarda, valorizzando la partecipazione di consorzi, fondazioni, associazioni di categoria, imprese, professionisti, quartieri fieristici e soggetti pubblici e privati che si occupano di promozione turistica e del territorio. Lo stanziamento complessivo è stato di 1.258.000,00 euro con contributi massimi di 50.000,00 euro, per soggetti in forma singola e 75.000,00 euro, per le aggregazioni, con un'intensità massima del 70%. Nel corso del 2018, sono stati approvati 18 progetti in corso di realizzazione, con investimenti complessivi per oltre 1.900.000,00 euro.

capofila richiedente	progetto	investimento ammesso totale (€)	contributo ammesso (€)
Bresciatourism soc. cons. a r.l.	"Brixia food & wine... emozioni da gustare!"	155.000,00	74.999,99
Experience Italy Tours srl	Eat, lake, love. Turismo enogastronomico di eccellenza come driver di crescita del territorio	90.000,00	63.000,00
Consorzio Cavallivarese	Sport, cavalli, montagna, laghi e mangiar sano, sapori e tradizioni di Varese alla scoperta dell'experience dei territori dei 7 laghi	116.305,00	75.000,00
Coldiretti Pavia	Pop al top: i chicchi delle meraviglie. Un viaggio tra riso e vino in provincia di Pavia	121.400,00	74.900,00
Slow Ride Italy	Slow Ride Italy: la Lombardia bella e buona in moto, lentamente, con gusto	108.132,00	75.000,00
Associazione Promoisola	I territori del cibo: turismo e sapori in Lombardia	113.140,00	75.000,00
Terramica srl	The "slow walk" of the turtle - i percorsi della tartaruga	114.850,00	75.000,00
Ente Parco Lombardo Valle Del Ticino	L'appetito viene viaggiando... sul fiume Ticino	115.500,00	75.000,00
Promoserio	Tra calici e sapori alla scoperta di Val Seriana, terre del vescovado e Val Cavallina	116.750,00	74.999,99
Federazione Provinciale Coldiretti Brescia	Colgusto diretti a Brescia	116.600,00	75.000,00
Consorzio tutela Valcalepio	Valcalepio Bergamo ambassador	50.000,00	35.000,00
Cev srl	Storycooking in Lombardia	108.095,00	74.999,99
Consorzio Agriturismo Mantovano Verdi Terre d'Acqua	Storie di saperi e sapori: alla scoperta dell'enogastronomia nel territorio mantovano	71.800,00	50.000,00
Agenzia per lo sviluppo e la promozione turistica della provincia di Bergamo scarl	Astino nel gusto	112.857,50	75.000,00
Consorzio Oltrepò Mantovano	Choice Mantova: scegli una visita "esperienziale" fra le proposte enogastronomiche nella terra dei Gonzaga fra i sapori di Lombardia	97.000,00	67.900,00
Comune di Cremona	#Cremonacongusto	103.280,00	72.296,00
Valtellina Turismo società cooperativa consortile	Dalle ricette ai save the date enogastronomici: uno storytelling	115.000,00	75.000,00

	moderno alla scoperta del #sapore tipico della montagna lombarda		
Agenzia territoriale Lago d'Iseo e Franciacorta (capofila subentrante)	Un viaggio di gusto tra Franciacorta, Lago d'Iseo e Valle Camonica (protocollo n. 2976 del 29/06/2017)	86.700,00	60.690,00
Totale		1.912.409,50	1.248.785,97

All'iniziativa è legata la campagna di comunicazione **Sapore in Lombardia** un progetto di sistema con format, iniziative e strumenti che danno visibilità al territorio e alle sue eccellenze enogastronomiche in Italia e all'estero. Tale campagna si inserisce a pieno titolo nel percorso **dell'anno nazionale del cibo italiano** lanciato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo (MIPAAFT) per l'anno 2018.

Bando "Viaggio InLombardia"

Con decreto n. 18967 del 18 dicembre 2018 è stata approvata, ai sensi della delibera di Giunta n. 1022 del 17 dicembre 2018, la misura finalizzata a sostenere lo sviluppo da parte degli enti locali lombardi di attività di destination marketing, ovvero di definizione, promozione e comunicazione di prodotti turistici espressi dai territori al fine di generare flussi turistici.

La dotazione finanziaria complessiva della misura è pari a 880.000,00 euro di cui:

- linea borghi: 400.000,00 euro – rivolta ai comuni lombardi con totale residenti inferiore o pari a 15.000 abitanti (dato ISTAT al 31/12/2017);
- linea aggregazioni: 480.000,00 euro – rivolta ai capifila di partenariati composti da almeno 2 enti locali lombardi.

4.2 AZIONI DI INCENTIVAZIONE ALLE IMPRESE

Turismo e attrattività

In tema di sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, Regione Lombardia ha promosso il bando "Turismo e attrattività" (approvato con decreto n. 3521 del 6 aprile 2017 e modificato con decreto n. 4581 del 21 aprile 2017) che ha messo a disposizione dello sviluppo turistico e dell'attrattività i fondi del **POR-FESR**, relativi al periodo **2014–2020**.

Il bando è dedicato ad incrementare la qualità dell'offerta ricettiva e dei pubblici esercizi legati all'attrattività con uno stanziamento di **32 milioni di euro** finalizzato alla riqualificazione delle strutture tramite la ristrutturazione, il rinnovo di arredi, impianti, macchinari, attrezzature e l'acquisto di hardware e software.

In attuazione di quanto previsto dagli artt. 2, 4 e 17 della legge regionale n. 27/2015, è stato previsto un criterio di valutazione del bando denominato "rilevanza del progetto rispetto ai temi della sostenibilità ambientale e/o sociale", che è stato condiviso e costruito con l'Autorità Ambientale e l'Autorità Pari Opportunità.

Con riguardo alla sostenibilità ambientale sono stati considerati i seguenti elementi:

- il contenimento dell'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo e la riduzione dello spreco di materie (ad es.: utilizzo di prodotti rispettosi dell'ambiente, di materiali ecocompatibili certificati, soluzioni per la riduzione delle emissioni e per la corretta gestione dei rifiuti e degli scarichi);
- la riduzione del consumo di energia e risorse, attraverso soluzioni per migliorare l'efficienza energetica e idrica (ad es.: macchinari e attrezzature ad alta efficienza energetica e idrica, tecnologie per l'automatizzazione ed il monitoraggio dei consumi, soluzioni per il recupero e il riuso dell'acqua piovana, ecc.);
- l'attenzione specifica verso la biodiversità nelle aree poste sotto il controllo diretto della struttura ricettiva (ad es. impianti di vegetazione in connessione e per il potenziamento della rete ecologica locale e delle aree verdi, interventi per favorire l'alimentazione e il rifugio della fauna – nidi per insetti, uccelli, pipistrelli, ecc. - aumento della permeabilità dei suoli, ecc.);
- la mobilità a basso impatto ambientale, attraverso l'integrazione di attrezzature che favoriscano l'accessibilità e la connessione con le reti ciclabile e del TPL (ad es.: velostazioni e strutture per il ricovero delle biciclette, pensiline per l'attesa dei mezzi pubblici, colonnine per la ricarica dei mezzi elettrici, ecc.);
- l'applicazione di principi di bioedilizia nella realizzazione e ristrutturazione degli edifici e delle loro aree pertinenziali;
- la certificazione ecologica dei servizi ricettivi e dei prodotti turistici - presente o in corso di acquisizione (Ecolabel turistico o altri marchi riconosciuti di qualità ecologica delle strutture e dei prodotti turistici).

Per l'attribuzione dei punteggi in tema di sostenibilità sociale sono stati considerati i seguenti elementi:

- interventi per l'accessibilità;
- interventi family friendly;
- interventi per la disabilità e persone con esigenze speciali (es. anziani, persone con esigenze dietetiche o con problemi di allergie);
- interventi filiera corta e km 0;
- salubrità e sicurezza dell'ambiente di lavoro.

Il bando ha finanziato 1.030 beneficiari, concedendo oltre 29 milioni di euro di contributi che hanno consentito di attivare oltre 101 milioni di euro di investimenti complessivi. Nel 2018 sono stati erogati 110 stati di avanzamento lavori e 194 saldi per un valore di oltre 6.000.000,00 euro. Risultano autorizzate 12 variazioni societarie.

L'iniziativa è stata replicata con le medesime finalità per l'**area interna Valchiavenna** (decreto n. 13335 del 27 ottobre 2017), mediante uno stanziamento di 2,5 milioni di euro che ha permesso di sostenere 33 progetti di strutture ricettive e pubblici esercizi per un investimento complessivo di oltre 6 milioni di euro: in particolare n. 21 bar/ristoranti e n. 12 strutture

ricettive, di cui n. 1 B&B. Nel 2018 sono state autorizzate 2 variazioni societarie. I progetti sono in corso di realizzazione.

4.3 INIZIATIVE DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Aqst Sebino

Con le delibere di Giunta n. 7680 del 12 gennaio 2018 e n. 211 dell'11 giugno 2018 è stato promosso e approvato l'accordo quadro di sviluppo territoriale per il rilancio, la riqualificazione, la valorizzazione e la promozione dell'area del Sebino, che prevede tra gli altri anche un intervento pluriennale trasversale riguardante la promozione turistica dell'area. È stato predisposto un piano promozionale per il periodo 2018-2020, del valore complessivo di 200.500,00 euro, con l'obiettivo di valorizzare il volano di popolarità offerto dall'evento The Floating Piers, per consolidare e generare nuovi flussi turistici, attraverso la declinazione di strategie di comunicazione e promozione del territorio. Gli obiettivi principali consistono nella:

- destagionalizzazione, anche attraverso la tematizzazione delle offerte e l'amplificazione dei valori della destinazione;
- valorizzazione ed emersione delle eccellenze e peculiarità territoriali sul mercato.

Nel 2018 è stato approvato un programma di ottimizzazione dell'offerta turistica, da realizzare nel biennio successivo, che prevede l'implementazione dei seguenti strumenti:

- realizzazione strumenti per la promozione
- piano media
- accordi distributivi di promozione flashsales
- accordi distributivi e workshop b2b
- accordi di partnership promozione congiunta
- valorizzazione della navigazione lacuale.

Progetto di valorizzazione turistica della Valtellina

Con delibera di Giunta n. 439 del 2/08/2018 è stato approvato il progetto di valorizzazione turistica della destinazione Valtellina, in collaborazione con la CCIAA di Sondrio, al fine di consolidare il posizionamento della destinazione Valtellina in Italia e all'estero. L'intervento intende estendere progressivamente le principali stagioni estate/inverno per dare maggiore continuità al turismo di montagna, valorizzando linee di prodotto legate allo sport attivo e green, enogastronomia, wellness, cicloturismo, cultura e tradizioni, e sviluppando l'attrattività delle destinazioni minori, che presentano potenzialità ancora inesprese in termini turistici.

Le attività intraprese al fine di raggiungere gli obiettivi hanno riguardato:

- partecipazione a manifestazioni ed eventi per la promozione del territorio e del prodotto montagna in ambito b2b e b2c;

- marketing digitale: azioni per il miglioramento del posizionamento sui motori di ricerca, valorizzazione del sito www.valtellina.it, veicolazione di contenuti legati al brand tramite l'influencer e tour sul territorio, realizzazione di prodotti multimediali e campagne digital;
- media, PR e co-marketing: attività di ufficio stampa e coinvolgimento di giornalisti, per il racconto della destinazione e campagne di comunicazione, anche mediante il coinvolgimento di testimonial.

Lo stanziamento complessivo è di 280.000,00 euro, di cui 140.000,00 euro a carico di Regione e la restante parte a carico della CCIAA di Sondrio.

Progetto di marketing turistico della destinazione Cremona sul mercato cinese

Nell'ambito dell'accordo di programma con il Sistema Camerale, Regione Lombardia e CCIAA di Cremona hanno sancito una collaborazione per le annualità 2018-2019 per destagionalizzare i flussi turistici mediante la leva dell'attrattore turistico-culturale legato alla musica. L'intervento, ai sensi della delibera di Giunta n. 531 del 17/09/2018, ha un valore complessivo di 70.000,00 euro, di cui 35.000,00 euro in capo a Regione Lombardia. Le attività progettuali prevedono:

- l'organizzazione di masterclass a Cremona e provincia, con particolare riferimento al mercato cinese, con elaborazione dei contenuti in lingua cinese di tutti i servizi offerti dal comune di Cremona e dal museo del violino;
- l'adesione del comune di Cremona a China Tourism Academy;
- l'attività di promozione on e off line, social media, partecipazione a eventi di settore e fiere, predisposizione e distribuzione di materiali, sales missions.

Sviluppo dell'attrattività turistica della città di Milano

Milano rappresenta un polo di attrazione turistica di valenza internazionale ed è fondamentale per lo sviluppo del turismo su tutto il territorio regionale; per questo si è deciso di attivare una specifica collaborazione, finalizzata all'incremento del livello di attrattività del capoluogo e del territorio regionale, in grado di:

- ✓ favorire il mantenimento delle posizioni raggiunte nei diversi ranking nazionali ed internazionali;
- ✓ incrementare ulteriormente gli investimenti nel comparto turistico attraverso un rapporto di collaborazione inter-istituzionale e con un programma di sviluppo dell'attrattività turistica dell'area milanese per favorire sinergie su proposte progettuali strategiche e addizionalità di risorse, ottimizzando, in una logica di sistema, le iniziative ad oggi promosse.

Con delibera di Giunta n. 7199 del 9/10/2017 è stato approvato lo schema di protocollo d'intesa tra Regione Lombardia, comune di Milano e CCIAA di Milano-Monza-Brianza-Lodi, per la definizione di un programma di sviluppo dell'attrattività turistica della città di Milano. Il protocollo di intesa prevede la definizione di un programma integrato di interventi volto ad aumentare l'attrattività turistica della città di Milano e, di conseguenza, l'attrattività turistica regionale, mediante:

- ✓ la promozione ed il miglioramento dell'immagine della destinazione turistica "Milano" e di conseguenza della regione a livello nazionale ed internazionale;
- ✓ l'incremento dei flussi turistici nella città di Milano e quindi sul territorio lombardo;
- ✓ il miglioramento dei servizi legati all'accoglienza del turista per favorire la fruizione dei luoghi d'interesse culturale, commerciale, enogastronomico, artistico e artigianale, anche in sinergia con le associazioni di categoria e gli altri attori che operano per la promozione del territorio;
- ✓ la qualificazione del sistema dell'offerta turistica, con particolare riferimento alla formazione degli operatori turistici;
- ✓ la valorizzazione degli strumenti digitali nelle politiche di promozione turistica e marketing territoriale.

Sono state realizzate iniziative congiunte in occasione della Borsa Internazionale del Turismo di Milano e della manifestazione fieristica internazionale WTM di Londra di promozione del turismo culturale legate alle celebrazioni di "Leonardo500".

Interventi a sostegno delle pro loco

L'attività delle associazioni delle pro loco lombarde sostiene e favorisce il turismo di prossimità, mediante l'organizzazione di eventi per la promozione delle identità territoriali, che concorrono alla visibilità delle eccellenze, anche minori, della Lombardia. La legge regionale n. 27/2015 riconosce le associazioni pro loco quali *"strumenti efficaci della promozione turistica di base"*. Nel corso del 2017 risultavano registrate presso l'apposito albo regionale circa 650 associazioni. Con delibera di Giunta n. 7200 del 9/10/2017 è stato emanato un bando per interventi a sostegno dell'attività delle pro loco lombarde. A tal fine sono stati stanziati 700.000,00 euro, con voucher dall'importo di 1.500,00 euro, che offrono una copertura fino al 90% delle spese rendicontate relative all'organizzazione di eventi per la promozione e valorizzazione turistica del territorio attuate nel corso del 2018. Complessivamente sono stati finanziati n. 138 progetti per un totale di 207.000,00 euro.

Promozione del turismo termale

Con riferimento al segmento turismo termale e benessere sono stati attivati i seguenti strumenti:

- sezione del sito InLombardia, con landing page per ogni struttura termale nella sezione luoghi e landing page nella sezione esperienze del sito InLombardia;
- magazine Wellness inLombardia disponibile in versione cartacea e on line;
- inserimento delle strutture come check in nella app Lombardia Pass;
- video sulla wellness experience presente nel canale youtube InLombardia.

Nel corso del 2018 sono state inoltre realizzate le seguenti azioni:

- organizzazione di un concorso nazionale b2c in associazione con un magazine lifestyle nazionale in target. Attraverso l'iniziativa è stata data visibilità agli stabilimenti termali lombardi con un sito dedicato all'iniziativa, sponsorizzazioni, post social, articoli dedicati

per edizioni on line e pagine pubblicitarie. Il contest ha messo in palio 13 weekend per 2 persone con pacchetti benessere inclusi presso le terme lombarde. Al concorso si sono registrati 6.829 utenti;

- aggiornamento dei contenuti del magazine Wellness in Lombardia in italiano e inglese, traduzione e stampa in francese e tedesco;
- pianificazione media in Italia e all'estero su portali specializzati target viaggi su mercato italiano, tedesco e britannico.

Progetti interregionali relativi agli itinerari turistici nei borghi storici a valenza artistico culturale

In occasione dell'anno dei borghi, Regione Lombardia con delibera di Giunta n. 6219 del 13/02/2017 ha aderito ad un progetto interregionale per promuovere gli itinerari turistici nei borghi storici a valenza artistico culturale. Il progetto, sovraregionale, ha previsto due linee riguardanti:

1. itinerari culturali e tematici nei borghi storici;
2. itinerari d'autore.

Lo stanziamento della Regione è stato per complessivi 35.000,00 euro (di cui 20.000,00 euro, a valere sulla prima linea ed i restanti 15.000,00 euro sulla seconda). Questo investimento è prodromico allo sviluppo del progetto: "Borghi viaggio italiano", che si riferisce ai borghi certificati (borghi più belli d'Italia, bandiere arancioni, gioielli d'Italia) e/o aderenti all'associazione borghi autentici dell'Italia.

In continuità con tale azione nel 2018, sono stati approvati i seguenti progetti:

1. borghi e turismo slow;
2. atlante dei paesaggi;
3. turismo accessibile.

La conclusione dei primi due progetti è prevista nel 2019 con la redazione della pubblicazione finale (Viaggio Italiano – Lombardia – Paesaggi e borghi d'Italia). Il terzo progetto, riferito al turismo accessibile, non è stato ancora avviato.

Accordo Lombardia e Puglia

Regione Lombardia e Regione Puglia hanno sottoscritto il 14 marzo 2018 l'accordo di collaborazione approvato con delibera di Giunta n. 7605 del 20/12/2017 per la definizione e l'attuazione di iniziative congiunte di sviluppo dell'attrattività turistica con particolare riguardo agli ambiti:

- promozione e comunicazione;
- formazione degli operatori della filiera dell'attrattività;
- messa a sistema dell'offerta.

Entrambe le regioni hanno stanziato 100.000,00 euro per l'annualità 2018.

La collaborazione è stata lanciata in occasione della manifestazione fieristica BIT 2018 mediante:

- presenza congiunta con la social call #DOUBLEYOURJOURNEY;
- organizzazione di una conferenza stampa;
- lancio campagna di comunicazione DOUBLEYOURJOURNEY e declinazione sui vari canali e strumenti (sito web, materiali cartacei, allestimenti);
- evento fuori BIT "LOMBARDIA&PUGLIA DOUBLE YOUR JOURNEY IN ITALY" di networking per operatori e imprese turistiche pugliesi e lombarde tra musiche e sapori dei due territori regionali.

Altre iniziative promozionali congiunte hanno riguardato:

- azioni di penetrazione del mercato turistico russo con la partecipazione alla 3^a edizione della fiera "Buongiorno Italia 2018" che si è tenuta a Mosca dall'8 all'11 dicembre 2018 in cui sono stati realizzati:
 - o stand congiunto per il pubblico b2c brandizzato con l'immagine coordinata di progetto Lombardia&Puglia Double Your Journey in Italy e servizi annessi;
 - o supporto multimediale pubblicità esterna, stampa e affissione di manifesti nel centro di Mosca;
 - o realizzazione materiale di comunicazione brandizzato con l'immagine coordinata di progetto;
 - o cena di gala con animazione musicale con presenza di invitati istituzionali della Duma di Mosca, principali tour operator e stampa russa;
 - o workshop b2b promosso da ENIT con la partecipazione di seller lombardi e pugliesi selezionati da ENIT che hanno incontrato buyer russi;
- organizzazione di un evento promozionale con una conferenza stampa congiunta di lancio del progetto sul mercato UK in occasione della manifestazione fieristica internazionale WTM di Londra.

Per quanto riguarda l'ambito formativo è stato realizzato un panel dedicato all'accoglienza in occasione dell'evento formativo Human Tourism Think Tank (febbraio 2018) ed è stato organizzato un evento promozionale di valorizzazione del turismo enogastronomico destinato al grande pubblico.

5. QUADRO RIEPILOGATIVO - RISORSE 2018

Si riporta di seguito il quadro riepilogativo delle risorse impegnate nel 2018 a valere sul bilancio autonomo:

<i>ambito tematico</i>	<i>risorse stanziare 2018 (€)</i>
azioni di promozione turistica del territorio lombardo - partecipazione alle manifestazioni turistiche all'estero e in Italia e azioni varie di promozione promosse dalla Direzione Turismo (932.589,50 euro); - iniziative di promozione b2c e b2b nell'ambito del piano delle attività Explora 2018 (1.871.456,00 euro: turismo termale, promozione turistica AQST Sebino, formazione, workshop, educational, influencer tour, campagna di comunicazione itinerante); - accordo di collaborazione Regione Puglia (100.000,00 euro)	2.904.045,50
valorizzazione integrata del territorio - promozione turistica della destinazione Valtellina (140.000,00 euro); - progetto di marketing turistico della destinazione Cremona sul mercato cinese (35.000,00 euro); - bando per interventi a sostegno dell'attività delle pro loco lombarde (264.000,00 euro)	439.000,00
sostegno alla filiera turistica (mediante l'attuazione dei progetti di promozione del turismo esperienziale) - bandi Wonderfood&Wine, turismo religioso, cicloturismo (quota nuovo bando), Viaggio In Lombardia (6.590.816,43 euro)	6.590.816,43
enti del sistema - interventi di promozione turistica realizzati nell'ambito del piano delle attività Explora 2018, già dettagliati nella sezione azioni di promozione turistica del territorio lombardo; - incarichi a Polis: Osservatorio del turismo e percorso di supporto all'applicazione del CIR (110.000,00 euro)	110.000,00
Totale	10.043.861,93

6. CONCLUSIONI

La presente relazione illustra i risultati delle azioni intraprese da Regione Lombardia a favore dello sviluppo e dell'innovazione del turismo e dell'attrattività territoriale della Lombardia, illustrandone lo stato di avanzamento, seguendo le indicazioni richieste dal Comitato paritetico, come indicato in premessa.

Si conferma un approccio sussidiario e collaborativo con soggetti pubblici e privati conseguito attraverso tavoli di lavoro e confronto e il consolidamento di collaborazioni istituzionali.

Il percorso di attuazione normativa, già avviato fin dal 2016, è proseguito con l'adozione di interventi finalizzati alla regolamentazione e semplificazione delle attività di locazione turistica, attraverso l'introduzione del codice identificativo regionale (CIR), nonché alla regolamentazione delle strutture ricettive all'aria aperta.

Le iniziative 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 gli stakeholder di riferimento;
- 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 consolidamento del posizionamento sui mercati di riferimento, anche attraverso la capitalizzazione dell'effetto positivo generato da alcuni eventi internazionali svoltisi sul territorio regionale.

I flussi turistici in Lombardia

Un'analisi dell'indagine ISTAT «Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi»

a cura di Lorenzo Cavedo



I numeri del turismo lombardo



16.557.728 arrivi

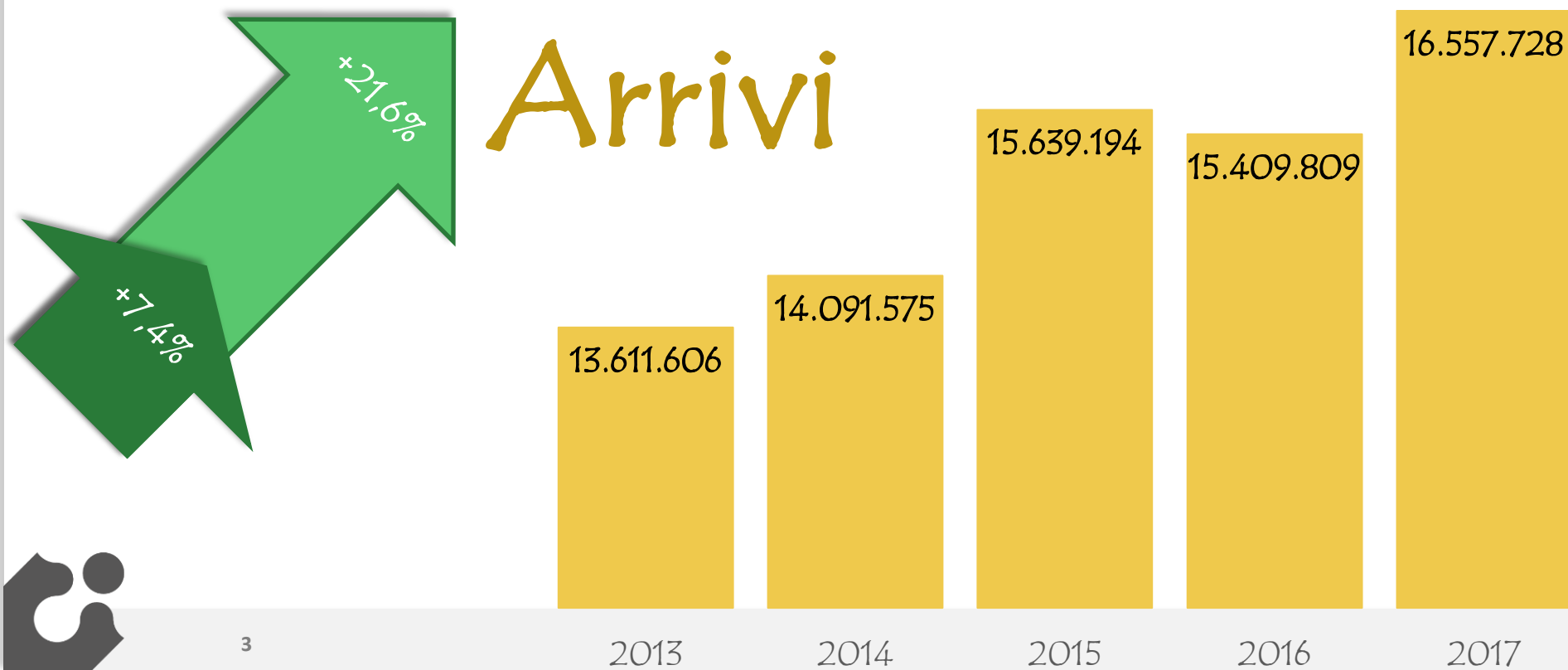
39.385.960 presenze

2,38 giorni di permanenza media

La serie storica degli arrivi turistici

Gli arrivi turistici sul territorio lombardo nel 2017 sono cresciuti fino ad arrivare a
16.557.728

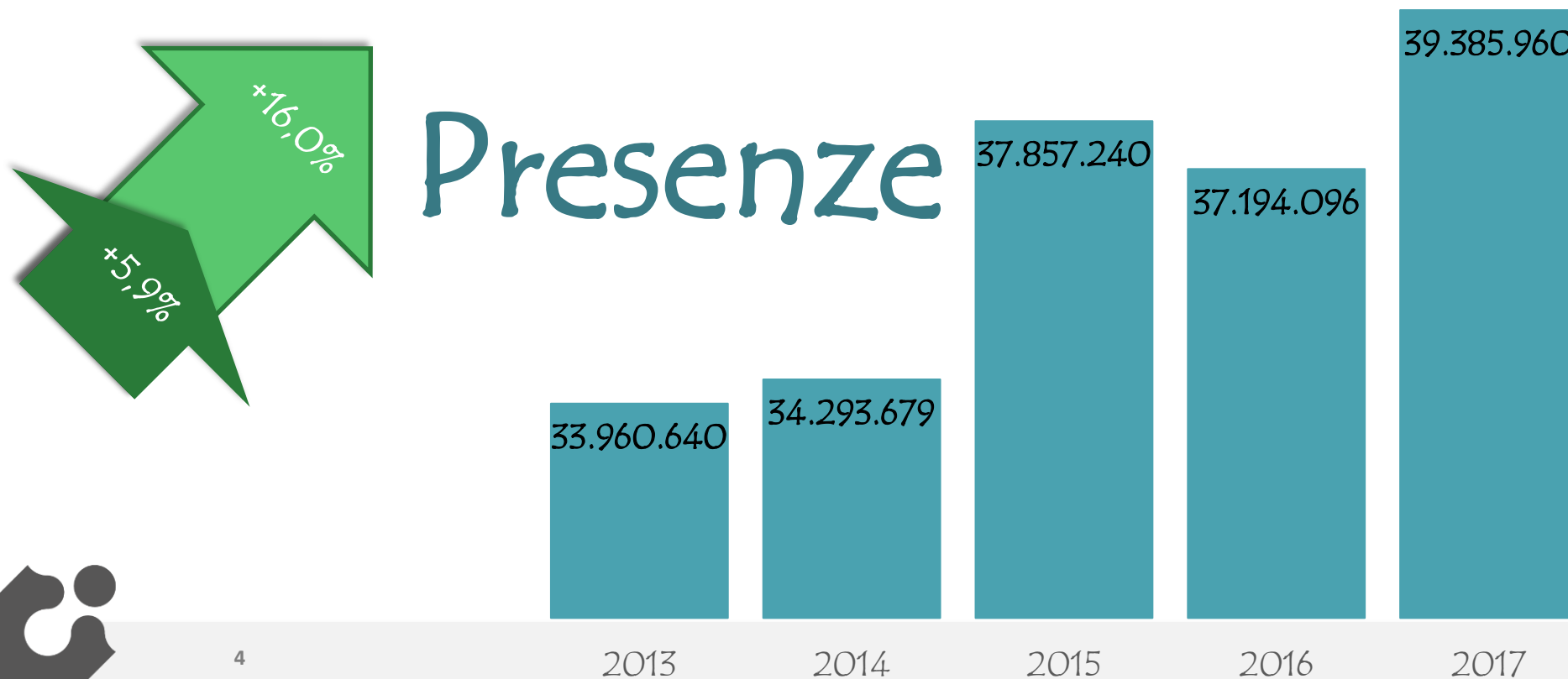
Si può osservare una crescita del 7,4% rispetto al 2016 e un aumento del 21,6% nel quinquennio 2013-2017, periodo nel quale il numero di arrivi in Lombardia è cresciuto di quasi 3 milioni.



La serie storica delle presenze turistiche

Le presenze turistiche in Lombardia nel 2017 sono cresciute significativamente raggiungendo **39.385.960**.

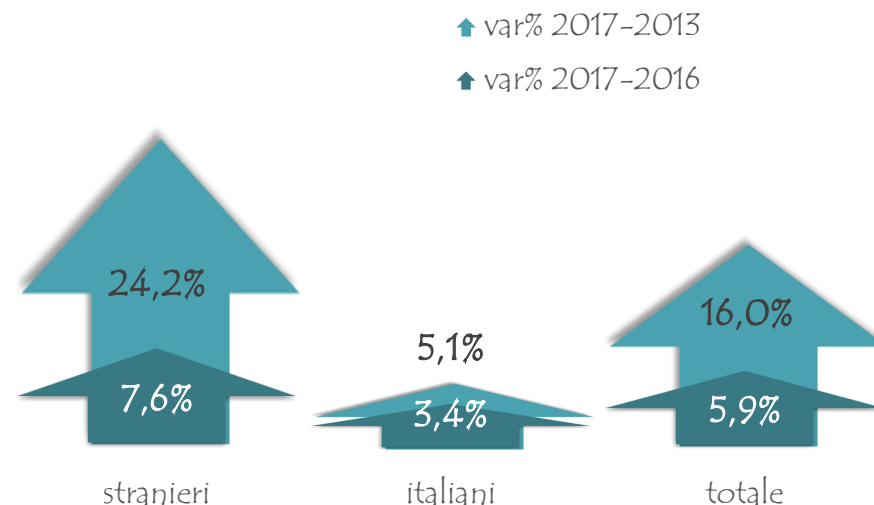
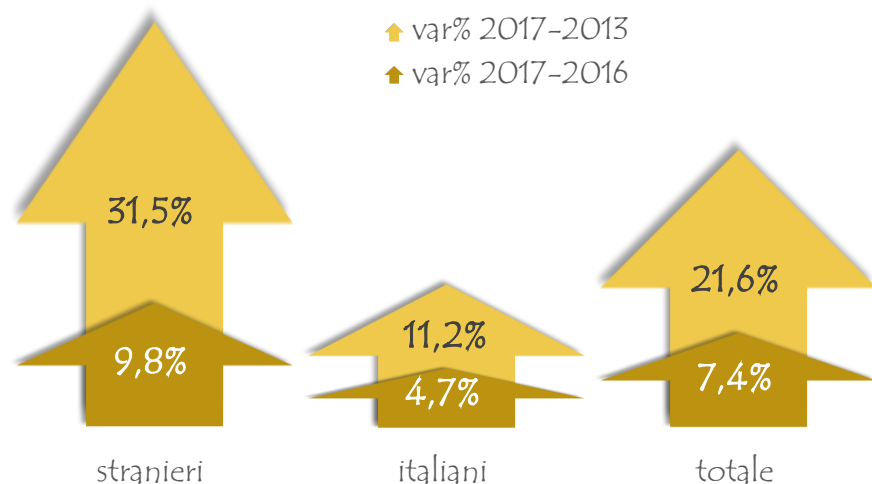
Nel corso dell'ultimo anno l'incremento è stato pari al **5,9%** (oltre 2 milioni di presenze in più), mentre nel quinquennio 2013 – 2017 si è registrato un aumento del **16%** (+5,5 milioni).



Variazione dei flussi per provenienza e tipo di alloggio

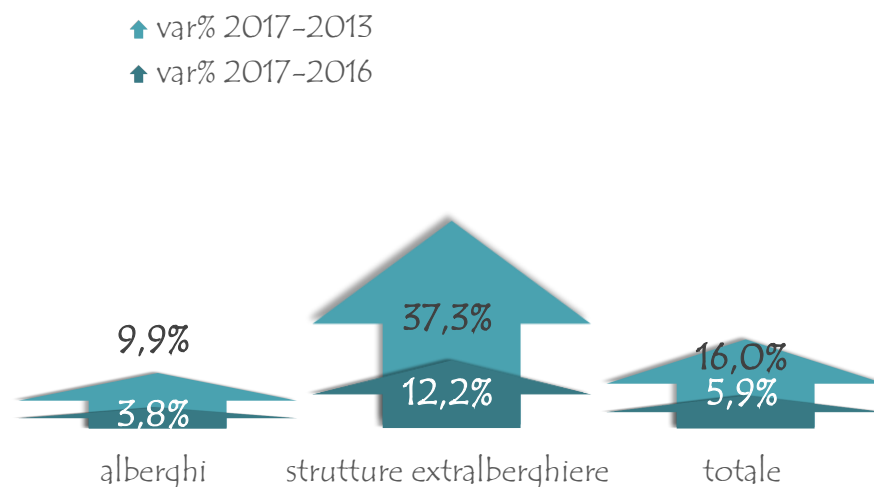
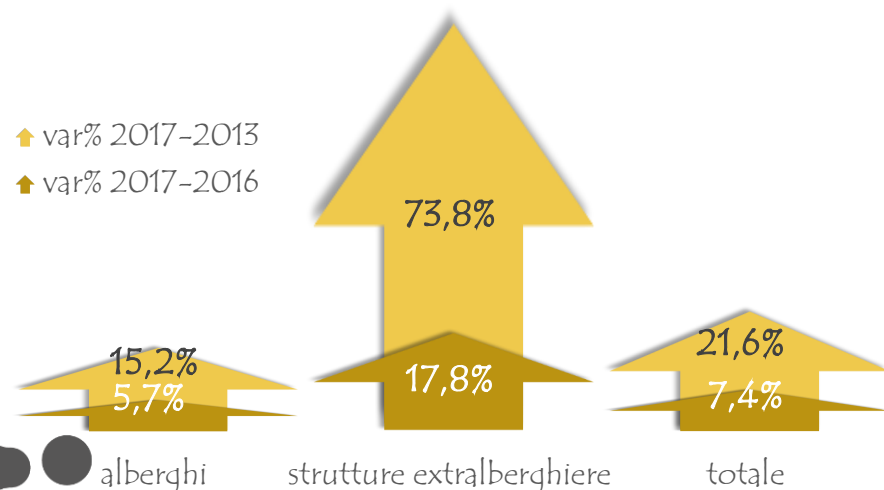
Provenienza dei turisti

La **crescita** degli arrivi e delle presenze turistiche sul territorio lombardo risulta particolarmente **marcata tra i turisti stranieri** che nel quinquennio hanno fatto registrare un incremento del **31,5%** per quanto riguarda gli arrivi e del **24,2%** per le presenze

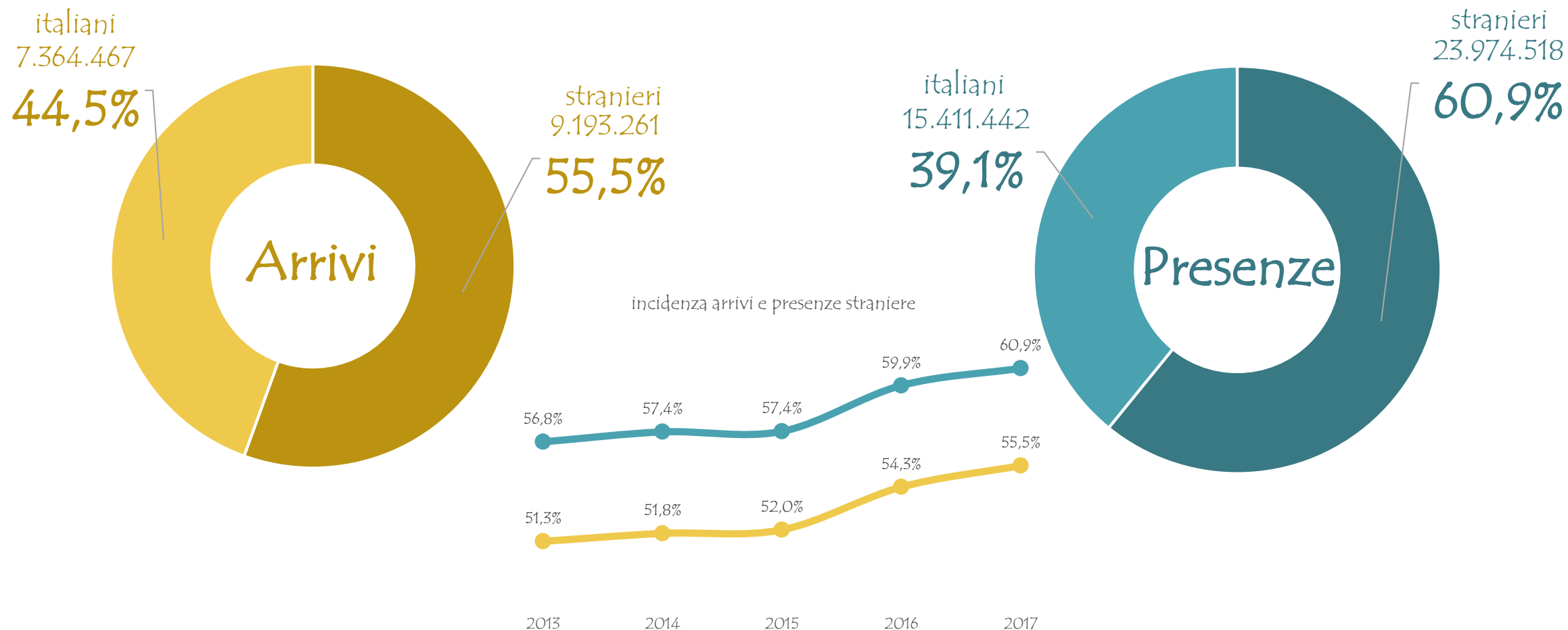


Il tipo di alloggio scelto dai turisti

L'aumento degli arrivi e delle presenze turistiche sul territorio lombardo ha interessato particolarmente il **comparto extralberghiero**: negli ultimi 5 anni gli arrivi in tali strutture sono aumentati del **73,8%** e le presenze del **37,3%**



I flussi turistici per provenienza



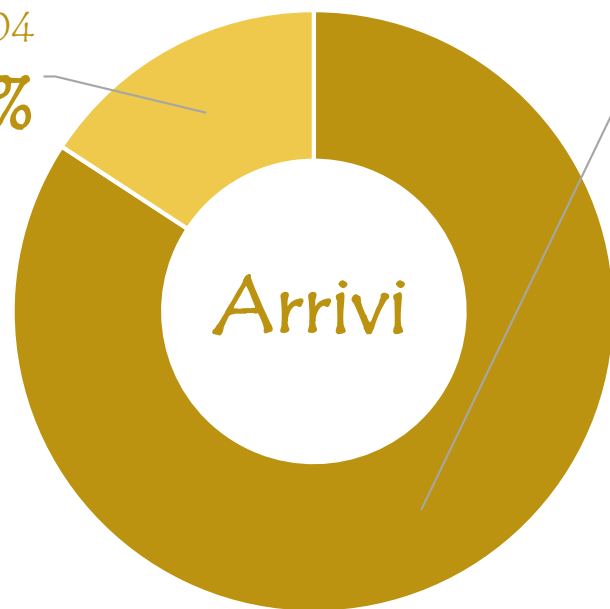
La **componente straniera** nel turismo lombardo è **aumentata** costantemente negli ultimi anni fino ad arrivare a rappresentare nel 2017 il **55,5%** degli arrivi turistici e il **60,9%** delle presenze

I flussi turistici per tipologia di alloggio

extra-alberghiero

2.613.504

15,8%



alberghiero

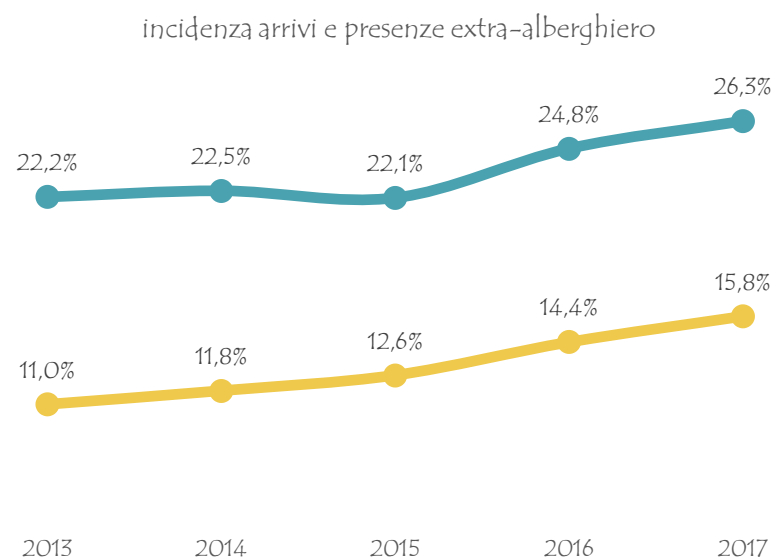
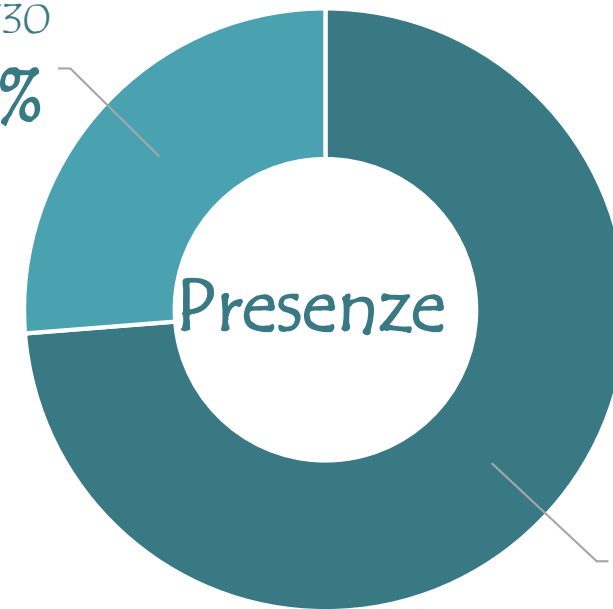
13.944.224

84,2%

extra-alberghiero

10.339.330

26,3%



La maggior parte dei turisti sceglie ancora le strutture alberghiere (84,2% degli arrivi e 73,7% dei pernottamenti), ma il ricorso alle strutture ricettive extralberghiere risulta in costante crescita: nel quinquennio gli arrivi in strutture extralberghiere sono passati dall'11% al 15,8% e le presenze dal 22,2% al 26,3%.

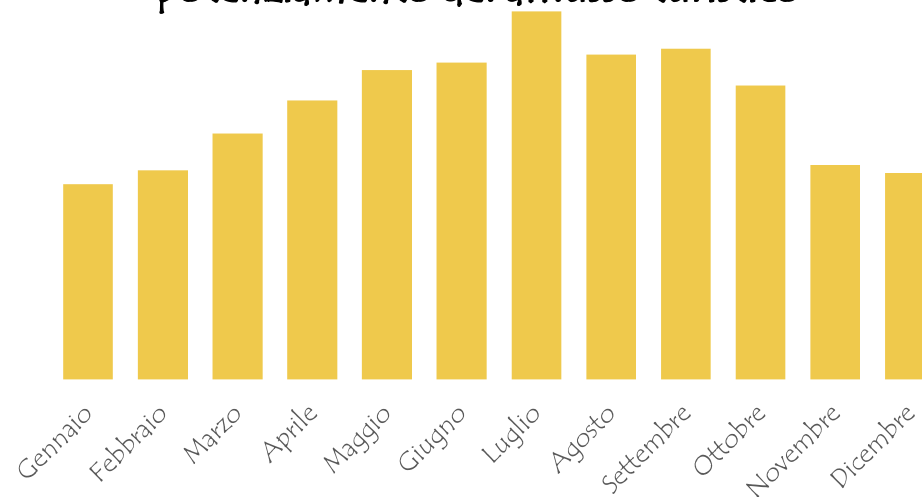
La stagionalità degli arrivi turistici

MESE	2013	2014	2015	2016	2017
Gennaio	831.513	868.954	887.410	888.546	982.042
Febbraio	871.774	887.884	963.870	1.006.819	1.050.169
Marzo	1.082.685	1.078.458	1.093.851	1.163.396	1.197.794
Aprile	1.089.843	1.211.384	1.254.553	1.283.576	1.540.153
Maggio	1.273.790	1.332.610	1.488.557	1.471.845	1.509.148
Giugno	1.301.659	1.392.227	1.455.638	1.439.892	1.654.980
Luglio	1.524.005	1.509.424	1.730.633	1.779.932	1.876.545
Agosto	1.318.532	1.368.076	1.667.834	1.484.816	1.591.082
Settembre	1.368.044	1.370.221	1.666.846	1.555.767	1.606.030
Ottobre	1.167.245	1.205.960	1.593.162	1.329.339	1.419.199
Novembre	914.826	946.015	946.243	1.020.471	1.073.894
Dicembre	867.690	920.362	890.597	985.410	1.056.692
Totale anno	13.611.606	14.091.575	15.639.194	15.409.809	16.557.728

Nel corso del 2017 in tutti i mesi si è registrato il record di arrivi turistici ad esclusione del trimestre agosto-ottobre che rimane ancora appannaggio del 2015, mesi di EXPO2015.

Nel mese di **luglio 2017** si è registrato il numero più elevato di arrivi mensili del quinquennio (pari a 1.876.545 turisti)

Analizzando la media degli ultimi 5 anni si può notare come il mese di luglio sia quello con il più alto afflusso turistico, al contrario il periodo invernale da novembre a febbraio risulta un periodo su cui lavorare per un potenziamento del afflusso turistico

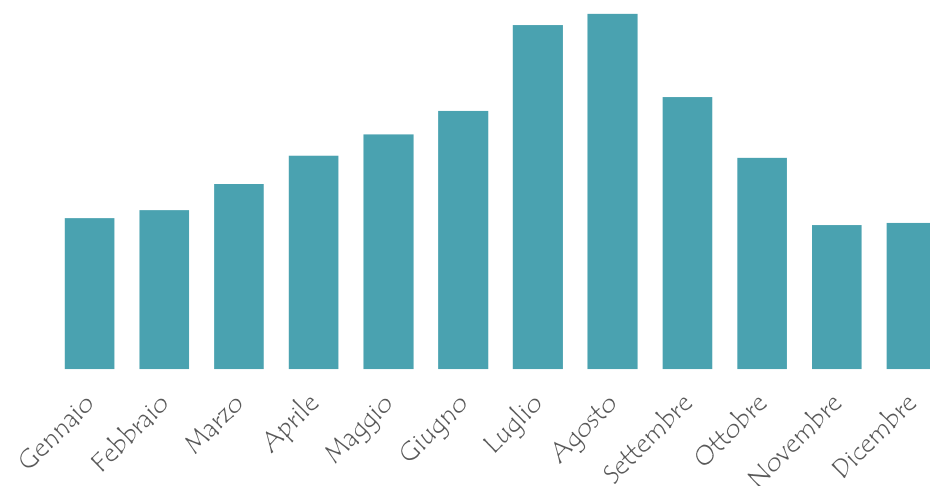


La stagionalità delle presenze turistiche

MESE	2013	2014	2015	2016	2017
Gennaio	1.993.574	2.028.321	2.061.809	2.046.104	2.199.769
Febbraio	2.013.446	2.023.426	2.204.330	2.280.361	2.351.474
Marzo	2.488.479	2.449.076	2.450.225	2.658.671	2.586.346
Aprile	2.503.621	2.848.747	2.863.484	2.841.167	3.511.162
Maggio	2.981.229	2.982.574	3.404.411	3.382.588	3.293.590
Giugno	3.170.159	3.428.094	3.599.408	3.442.373	4.007.922
Luglio	4.497.314	4.238.769	4.775.784	4.866.484	5.113.490
Agosto	4.570.781	4.481.651	5.168.551	4.904.974	5.130.015
Settembre	3.431.893	3.405.662	4.047.392	3.806.827	3.902.777
Ottobre	2.560.191	2.573.770	3.378.891	2.876.439	3.030.611
Novembre	1.847.281	1.867.316	2.002.499	2.033.526	2.103.844
Dicembre	1.902.672	1.966.273	1.900.456	2.054.582	2.154.960
Totale anno	33.960.640	34.293.679	37.857.240	37.194.096	39.386.439

Anche per quanto riguarda le presenze, il 2017 risulta essere un anno positivo per la gran parte dei mesi: pur rimanendo il mese di agosto 2015 (nel pieno di Expo) il mese record, nel 2017 si sono superati i 5 milioni di presenze sia nel mese di agosto che nel mese di luglio

Analizzando la media degli ultimi 5 anni si può notare proprio come luglio-agosto siano di gran lunga i mesi con la più marcata presenza turistica. Al contrario, come e ancor più che per gli arrivi, i mesi di novembre e dicembre risultano quelli con la più bassa presenza turistica

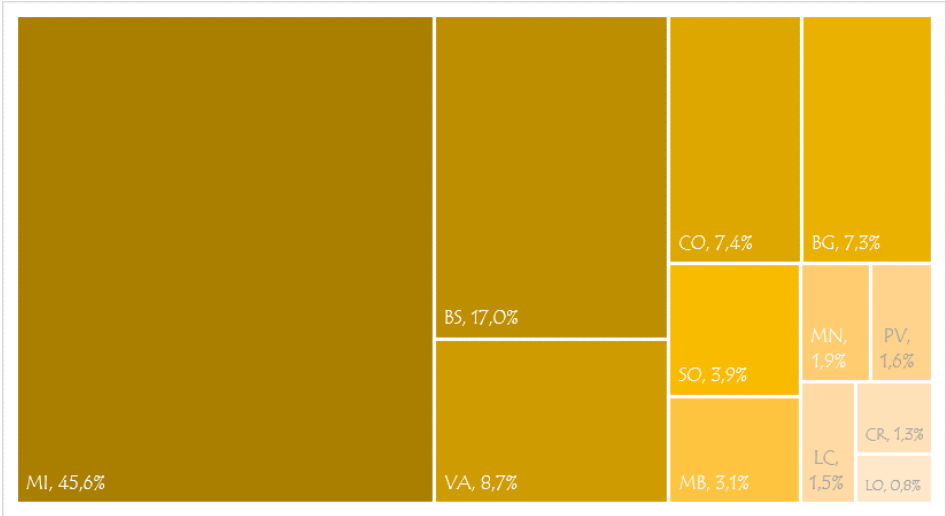


Gli arrivi turistici per provincia

Provincia	2013	2014	2015	2016	2017
BERGAMO	905.328	943.324	1.056.563	1.060.727	1.201.437
BRESCIA	2.263.859	2.308.488	2.480.647	2.687.679	2.808.896
COMO	1.017.881	997.784	1.068.723	1.122.972	1.218.598
CREMONA	175.925	162.035	195.682	200.380	207.149
LECCO	188.462	196.309	225.557	233.159	250.290
LODI	142.128	141.979	152.985	135.537	140.408
MANTOVA	226.994	237.399	244.548	294.879	308.991
MILANO	6.308.182	6.635.883	7.392.538	6.945.829	7.552.241
MONZA E DELLA BRIANZA	428.959	467.779	555.819	474.624	520.596
PAVIA	200.289	193.430	259.602	251.450	268.697
SONDRIO	676.551	689.260	731.193	699.371	647.923
VARESE	1.077.048	1.117.905	1.275.337	1.303.202	1.432.502
Totale Lombardia	13.611.606	14.091.575	15.639.194	15.409.809	16.557.728

Ad esclusione delle province di Lodi, Sondrio e di Monza e Brianza, tutte le altre province Lombarde nel corso del 2017 hanno fatto registrare il più elevato numero di arrivi turistici del quinquennio.

La città metropolitana di Milano attira il 45,6% degli arrivi turistici, segue la provincia di Brescia con il 17%



Il comune di Milano ha fatto registrare nel 2017 il maggior numero di arrivi, risultando addirittura più attrattivo rispetto all'anno di EXPO2015. Oltre 1 turista su 3 sceglie la città di Milano (33,5% degli arrivi)

Arrivi	2013	2014	2015	2016	2017
Comune di Milano	4.527.889	4.748.506	5.290.162	5.088.437	5.545.347

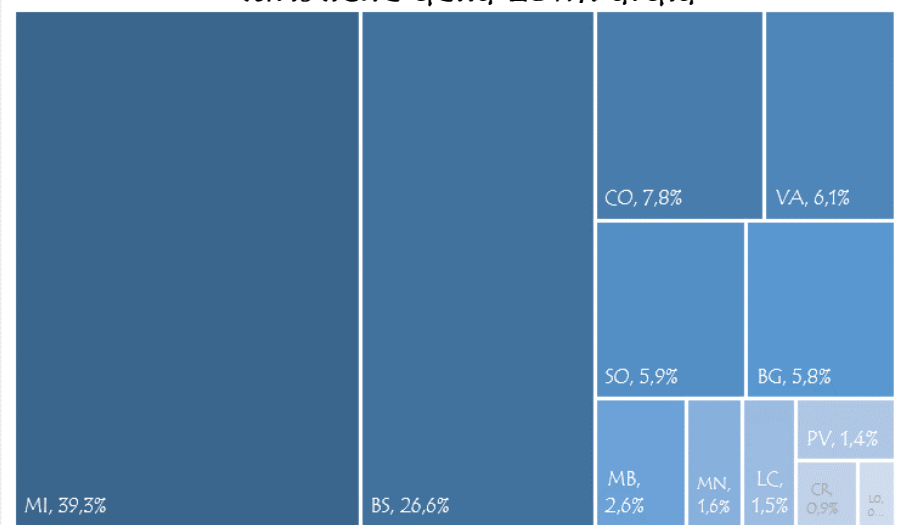


Le presenze turistiche per provincia

Provincia	2013	2014	2015	2016	2017
BERGAMO	1.759.579	1.829.163	2.060.564	2.065.670	2.294.624
BRESCIA	8.938.718	8.846.331	9.257.806	10.017.216	10.463.688
COMO	2.617.805	2.570.153	2.760.074	2.874.038	3.088.807
CREMONA	325.365	305.298	351.652	352.325	359.016
LECCO	509.900	489.037	534.291	560.384	601.955
LODI	207.882	214.858	205.486	206.432	220.201
MANTOVA	508.203	526.818	525.091	602.619	626.264
MILANO	13.598.591	13.839.456	15.850.544	14.429.660	15.468.199
MONZA E DELLA BRIANZA	713.732	798.448	1.000.990	897.637	1.022.753
PAVIA	420.584	402.019	563.609	505.313	535.222
SONDRIO	2.488.335	2.532.747	2.560.082	2.456.610	2.320.525
VARESE	1.871.946	1.939.351	2.187.051	2.226.192	2.384.706
Totale Lombardia	33.960.640	34.293.679	37.857.240	37.194.096	39.385.960

Il 2015 rimane l'anno record per presenze turistiche sul territorio provinciale per Milano, Pavia e Sondrio. Tutte le altre province nel 2017 hanno fatto registrare il maggior numero di presenze.

La Città metropolitana di Milano e la provincia di Brescia insieme contano oltre il 66% delle presenze turistiche della Lombardia

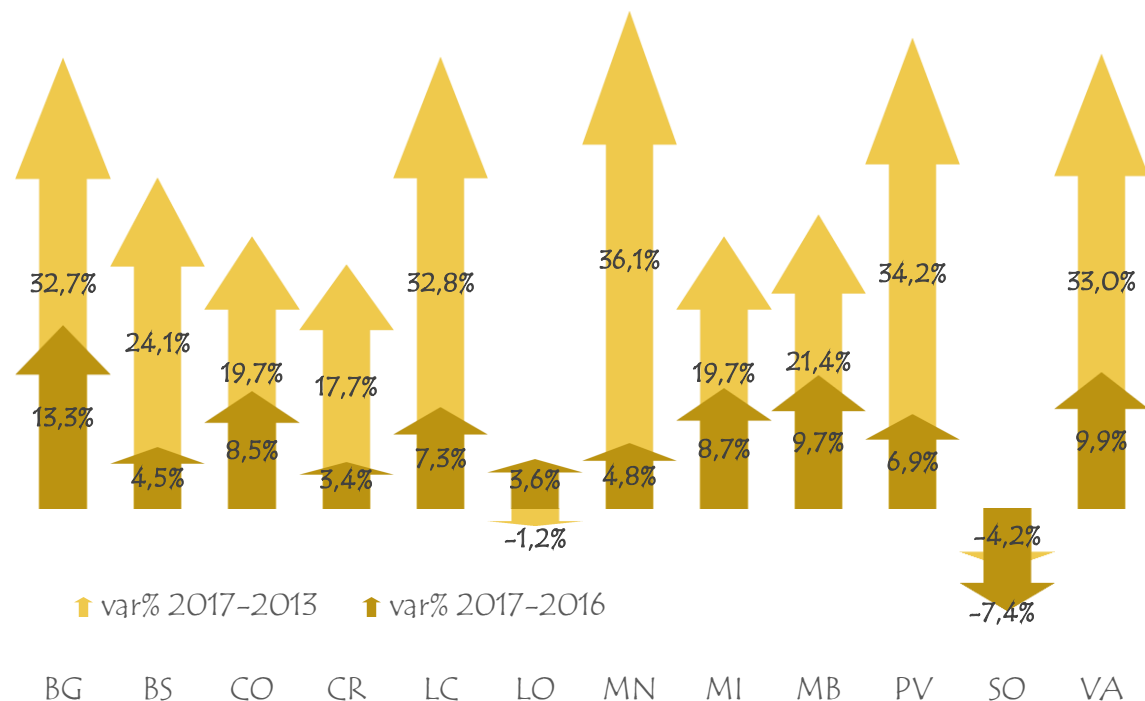


Il comune di Milano ha fatto registrare nel 2017 il record per presenze turistiche, superando l'anno di Expo 2015.

Il comune di Milano raccoglie il 30% delle presenze turistiche lombarde

Presenze	2013	2014	2015	2016	2017
Comune di Milano	9.934.413	10.232.396	11.741.374	10.976.244	11.853.191

Variazione dei flussi per provincia



Arrivi

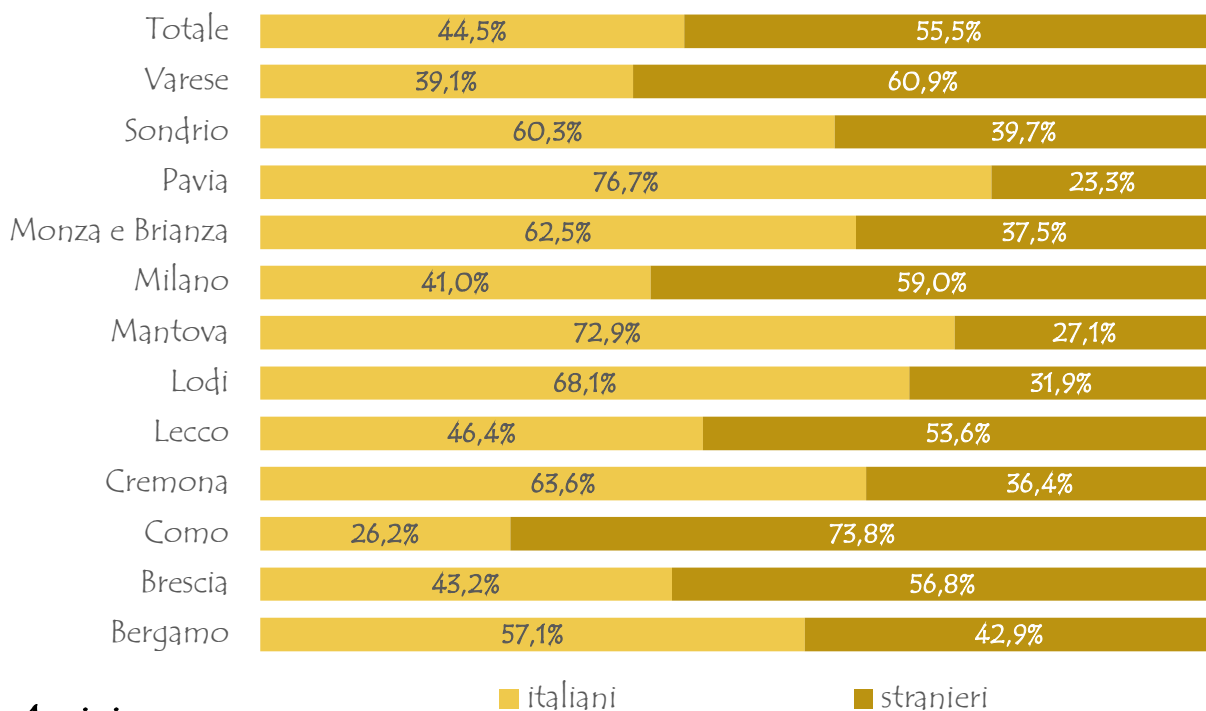
Nel 2017, la provincia di Bergamo ha fatto registrare il maggior incremento di arrivi (+13,3%). Risulta elevata anche la crescita a Varese (9,9%) e Monza (9,7%). L'unica provincia che ha visto ridurre gli arrivi rispetto al 2016 è Sondrio (-7,4%). Nel quinquennio la crescita maggiore si è osservata a Mantova (+36,1%) e Pavia (34,2%). Gli unici decrementi hanno riguardato Sondrio (-4,2%) e Lodi (-1,2%)

Presenze

Tutte le province a eccezione di Sondrio hanno fatto registrare una crescita di presenze turistiche sia rispetto al 2016 che più in generale nel quinquennio. In particolare si segnala l'incremento delle presenze nella provincia di Monza Brianza che nel corso del 2017 sono cresciute del 13,9% rispetto all'anno precedente e ben del 43,3% rispetto al 2013. Elevata anche la crescita delle presenze osservata in provincia di Bergamo (+11,1% rispetto al 2016 e +30,4% nel quinquennio)



I flussi turistici per provenienza e provincia

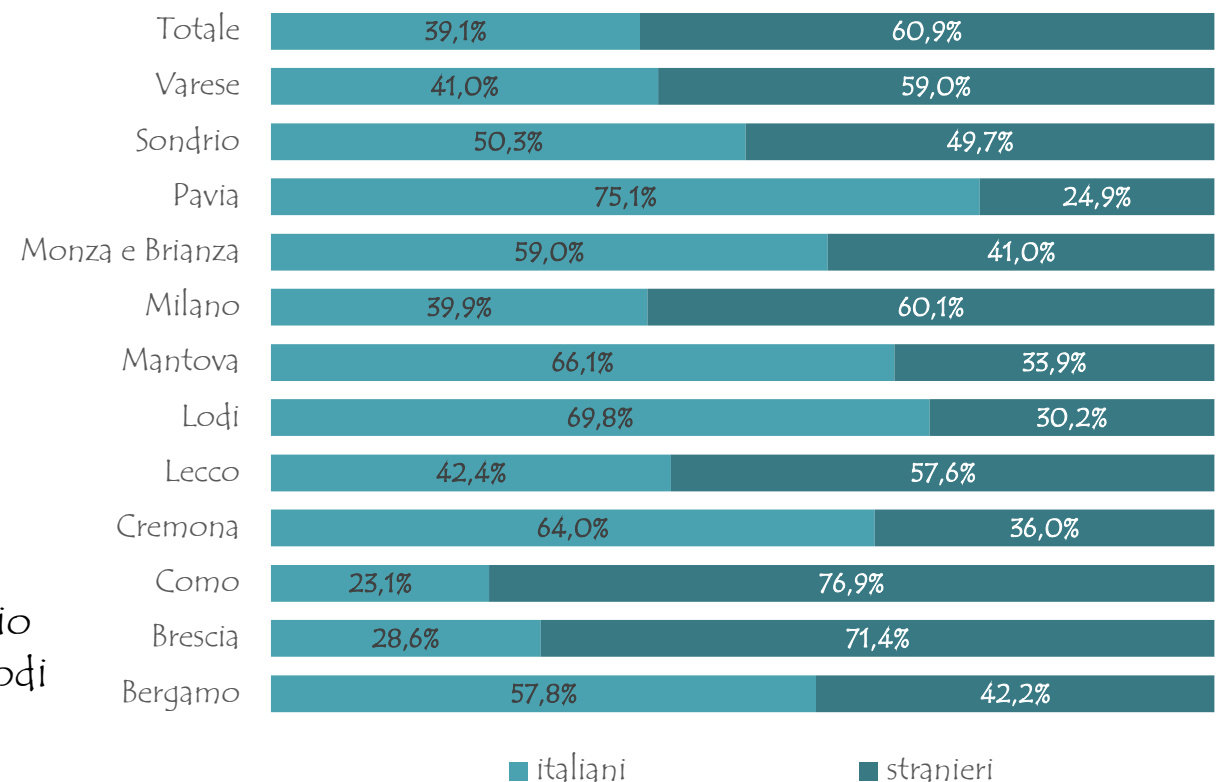


Arrivi

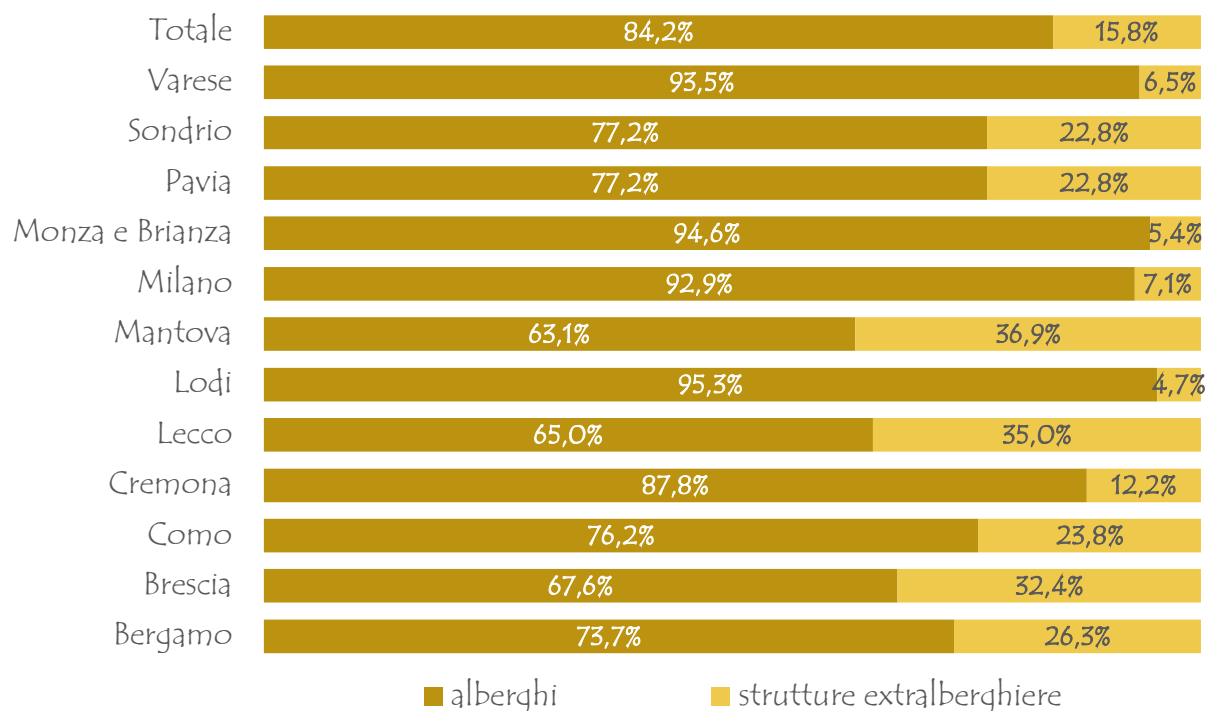
Le località turistiche della provincia di Como sono particolarmente attrattive per i turisti stranieri: il 73,8% degli arrivi nel 2017. Sopra la media anche Varese (60,9%), Milano (59,0%) e Brescia (56,8%). Al contrario i territori della bassa Lombardia risultano essere appannaggio dei turisti italiani: Pavia (76,7% di arrivi italiani), Mantova (72,9%), Lodi (68,1%) e Cremona (63,6%)

Presenze

Nelle province di Como e Brescia oltre il 70% delle presenze turistiche proviene da paesi esteri (rispettivamente 76,9% e 71,4%). Al contrario la Lombardia meridionale mostra un'elevata incidenza di italiani: in particolare nella provincia di Pavia (75,1% di presenze italiane), Lodi (69,8%), Mantova (66,1%) e Cremona (64,0%)



I flussi turistici per tipologia di alloggio e provincia



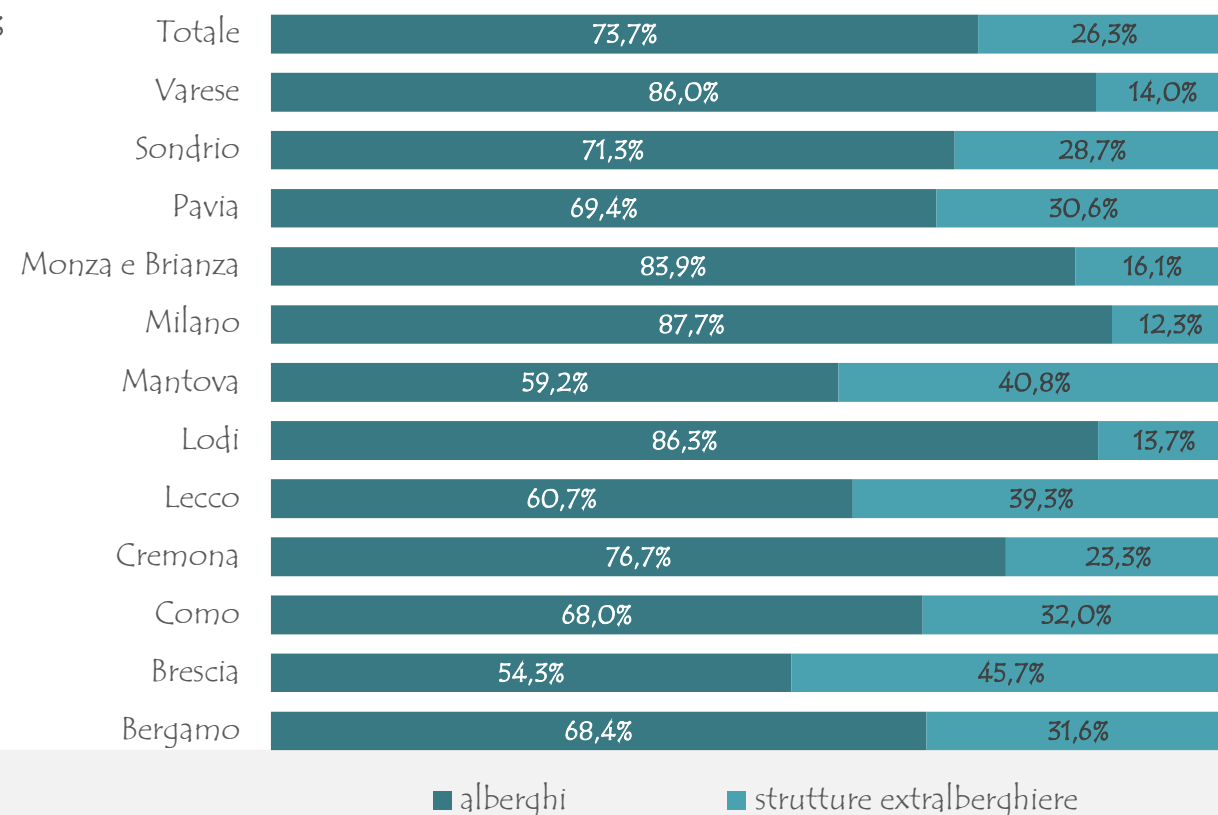
Arrivi

Le province di Lodi, Monza, Varese e Milano risultano essere territori prevalentemente a turismo alberghiero (oltre il 90% nel 2017). Al contrario spiccano Mantova, Lecco e Brescia per una più elevata incidenza di arrivi turistici in strutture extralberghiere

Presenze

La provincia di Brescia è quella con la quota maggiore di presenze extralberghiere (45,7%) nel 2017.

All'opposto, la Città Metropolitana di Milano è caratterizzata dall'87,7% delle presenze turistiche in strutture alberghiere



- **Arrivi:** numero di clienti arrivati che hanno effettuato il check in nell'esercizio ricettivo nel periodo considerato
- **Esercizi alberghieri:** alberghi classificati in cinque categorie distinte per numero di stelle e residenze turistico-alberghiere
- **Esercizi extraalberghieri:** campeggi, villaggi turistici, forme miste di campeggi e villaggi turistici, alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, agriturismi, ostelli per la gioventù, case per ferie, rifugi di montagna, bed & breakfast e altri esercizi ricettivi n.a.c.
- **Permanenza media:** rapporto tra il numero di presenze e il numero di arrivi registrati nel periodo di riferimento negli esercizi ricettivi
- **Presenze:** numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi nel periodo considerato



turismo@polis.lombardia.it



OSSERVATORIO REGIONALE DEL TURISMO E DELL'ATTRATTIVITÀ

