

Tavolo regionale per le politiche turistiche e dell'attrattività

28

giugno

2022



Regione
Lombardia

Ordine del giorno

1

Piano per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività (triennale)

2

Regolamenti attuativi per le strutture ricettive alberghiere **condhotel** e **albergo diffuso**

3

Nuove misure di incentivazione

4

Varie

1

Piano Triennale Turismo e Attrattività

20

23

20

25

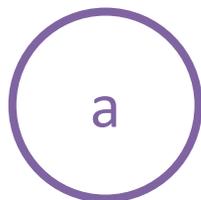


Regione
Lombardia

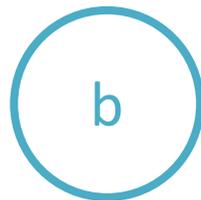
Percorso di consultazione sulle priorità del settore turistico in Lombardia

-  Partendo dall'analisi delle attuali tendenze del mercato turistico nazionale e internazionale e dalla disamina delle principali politiche settoriali attuate a livello regionale negli ultimi anni, si intende coinvolgere i territori in un **percorso di individuazione dei temi prioritari** per lo sviluppo e la rinascita del turismo in Lombardia, nel delicato periodo post covid.
-  Per ampliare ulteriormente la platea dei potenziali partecipanti, sarà attivata tra giugno e settembre una **consultazione pubblica sulla piattaforma Open Innovation** diretta ai singoli **cittadini**, ma anche alle **imprese**, agli **operatori** ed ai **professionisti** del settore, per recepire ogni possibile contributo alla definizione delle più importanti scelte di attuazione delle politiche regionali di intervento, con un ampio coinvolgimento ed una forte interazione tra i diversi attori sociali e territoriali.
LINK: <https://www.openinnovation.regione.lombardia.it/it/iniziative/sondaggio-turismo>
-  A conclusione del percorso di consultazione il 27 settembre, in occasione della giornata internazionale del turismo si svolgerà un evento plenario finale.

Componenti del Piano Triennale



L'**analisi del contesto** internazionale, nazionale e i trend di settore



Lo **stato di fatto delle politiche** avviate dalla regione negli anni precedenti



Gli obiettivi e le **linee principali di sviluppo** e di intervento

a

**Analisi del contesto
internazionale,
nazionale e regionale**

20

23

20

25

Turismo 2021 - Mondo



ripresa a
gennaio 2022,
con prestazioni
molto migliori
rispetto all'inizio
debole del 2021



Italia prima in
Europa per
numero di
presenze nel
2021

Gli arrivi nel mondo a gennaio 2022 sono più che raddoppiati (+130%) rispetto allo stesso mese del 2021, con un aumento di 18 milioni. Si tratta dello stesso aumento dell'intero 2021 rispetto al 2020. Il **turismo mondiale cresce** ma rimane molto inferiore ai livelli pre-pandemici (UNWTO).

La **ripresa rimane lenta e irregolare**. Europa (+199%) e Americhe(+97%) hanno registrato i risultati più forti nel 2021, ma ancora deboli rispetto ai livelli pre-pandemia (rispettivamente -63% e -69%).

Si prevede una graduale ripresa nel 2022, ma si registra anche un'elevata incertezza derivata dal conflitto russo-ucraino, per il peso che queste due nazioni hanno sulla spesa globale per il turismo (3%).

Il **turismo interno** continua a guidare la ripresa del settore: i viaggi vicino a casa, le attività all'aria aperta, i prodotti naturali e il turismo rurale sono tra le **principali tendenze di viaggio** che continueranno a plasmare il turismo nel 2022.

Turismo 2021 - Italia

+22,3%
presenze
negli esercizi
ricettivi
rispetto al
2020

- 38,4%
presenze
negli esercizi
ricettivi
rispetto al
2019

Stagione
Invernale
2021
azzerata

Nello scenario di debole ripresa del turismo internazionale a livello mondiale, l'Italia ha accresciuto la propria quota di mercato dal 3,6 al 4,2 per cento, diventando il quarto paese al mondo per entrate

Nel 2021 il numero di visitatori pernottanti è aumentato del 6% in Italia, in linea con la crescita mondiale degli arrivi.

La spesa **complessiva** dei viaggiatori stranieri in Italia è cresciuta del **23%** sull'anno precedente, ma il livello (21,3 miliardi) è stato pari a circa la metà di quello del 2019.

La ripresa nel numero di viaggiatori è stata più contenuta e si è ulteriormente **allungata la durata media del viaggio, a 7,8 giorni** (era 6,2 nel 2019).

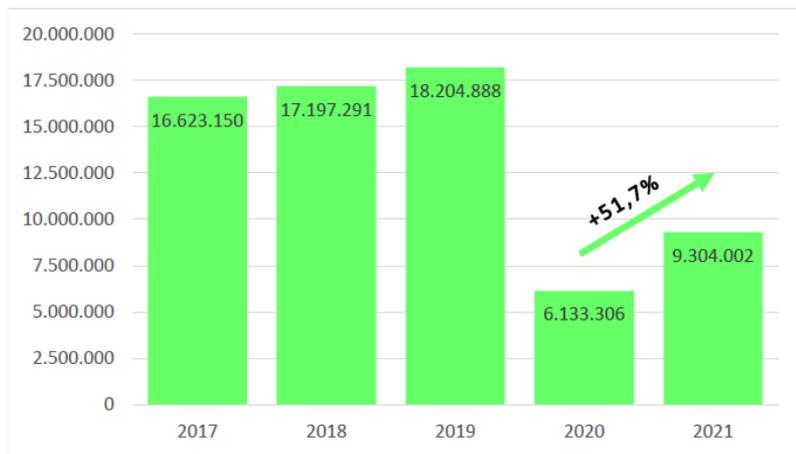
A differenza del 2020, la ripresa è proseguita anche nei mesi autunnali, con un'interruzione solo temporanea in dicembre.

Per il 2021, i dati sul turismo nel nostro Paese mostrano un **trend meno negativo della media europea** rispetto al 2019.

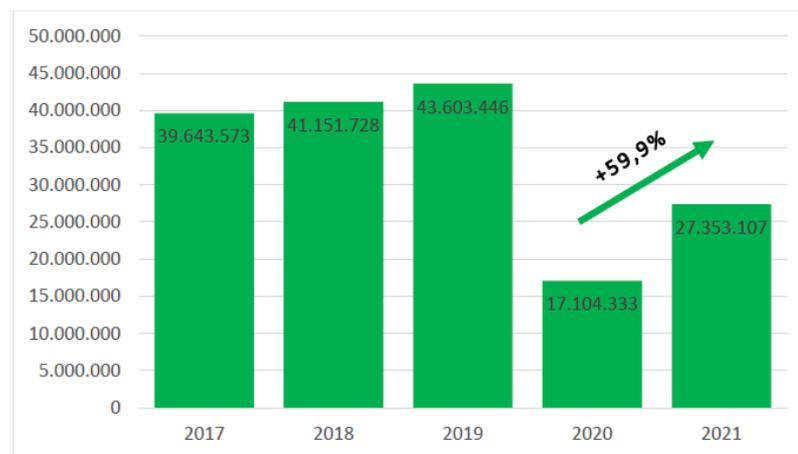
Turismo 2021 - Lombardia

I flussi turistici in Lombardia nel 2021 mostrano una **significativa ripresa rispetto al 2020**

Arrivi turistici **+ 51,7%**



Presenze turistiche **+ 59,9%**



Turismo 2021 - Lombardia

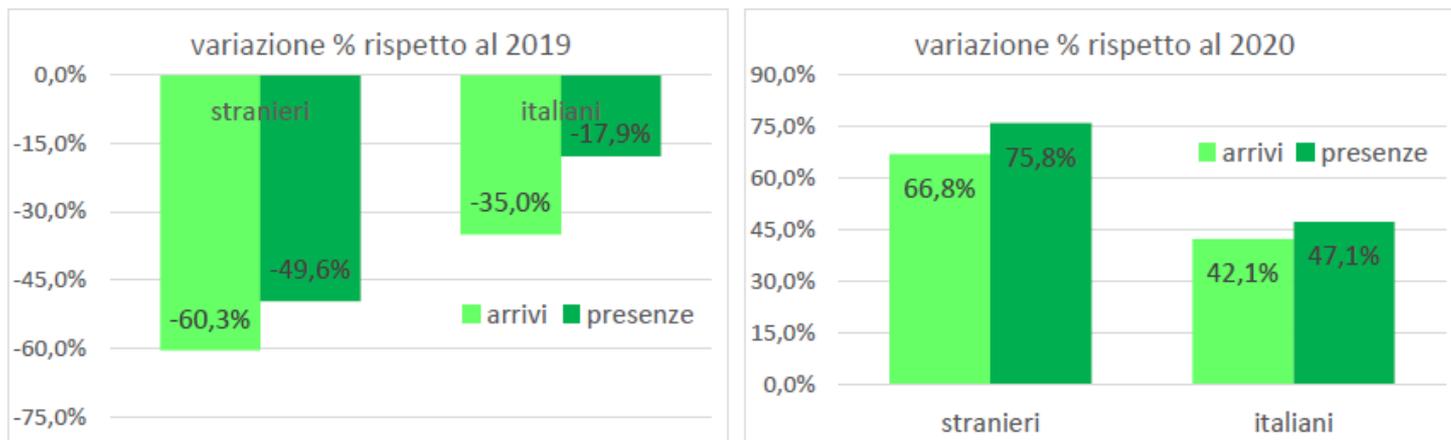
A partire dal 2020 si registra una **crescita della permanenza media** dei turisti sul territorio lombardo



Permanenza media (in giorni) dei turisti in Lombardia

Turismo 2021 - Lombardia

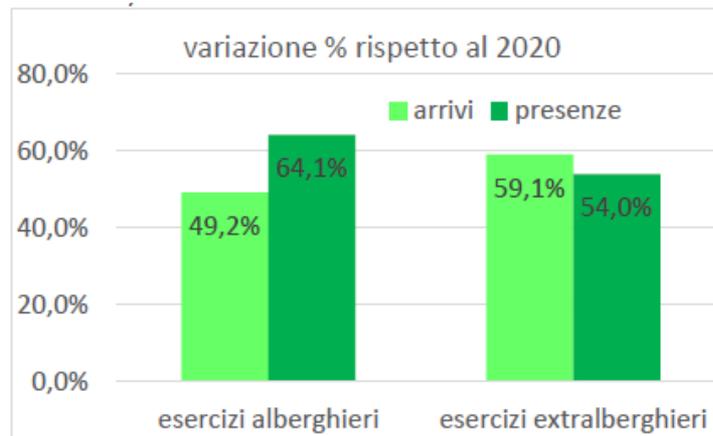
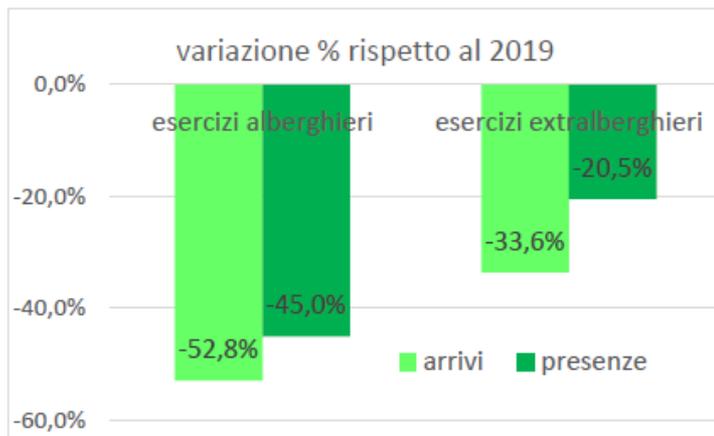
La contrazione dei movimenti turistici ha riguardato in particolare la **componente straniera** anche se nel corso del 2021, si sono riscontrati **segnali incoraggianti**.



Flussi turistici: variazione rispetto al 2019 e al 2020

Turismo 2021 - Lombardia

La contrazione dei movimenti turistici dovuta alla pandemia ha riguardato maggiormente il comparto alberghiero. Tuttavia il 2021 ha fatto registrare una **ripresa** sia del comparto alberghiero (più marcata per quanto riguarda le presenze turistiche, +64,1%), sia del comparto extralberghiero.

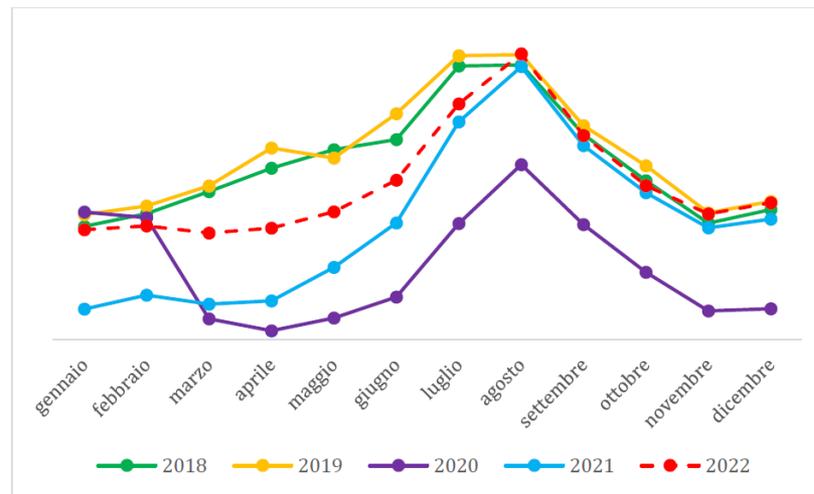


Flussi turistici per tipologia di struttura: variazione rispetto al 2019 e al 2020

Turismo Lombardia prospettive 2022

Per il 2022 si stima un'ulteriore ripresa delle presenze turistiche che potrebbero risultare superiori a quelle del 2021. A partire dal mese di agosto, si prevede che le presenze possano raggiungere (e nel mese di agosto addirittura superare) quelle registrate nel 2019. Nei mesi estivi si prevede una crescita sull'ordine di grandezza del 12% rispetto alla stagione estiva 2021, significativamente vicina alla stagione estiva 2019 (-14%).

Presenze turistiche. Lombardia. Anni 2018-2022*.



Fonte: elaborazione PoliS-Lombardia su dati ISTAT e dati COB

Rispetto al 2021 si prevede una crescita per tutte le province ad eccezione della provincia di Varese. Il tasso di crescita più elevato si registra nella provincia di Sondrio, dove si stima un raddoppio delle presenze (spiegabile con la chiusura degli impianti sciistici nell'inverno 2021). Tassi di crescita superiori al 40% sono registrati anche a Como e Cremona. Le province di Milano, Bergamo e Monza-Brianza vedono una crescita fra il 20 ed il 40%, mentre per le altre province si ipotizza una crescita moderata, inferiore al 20%.

b

Lo stato di fatto delle politiche avviate dalla Regione

20

23

20

25

La strategia regionale per lo sviluppo della Lombardia

XI Legislatura

Le linee strategiche di sviluppo regionale sono state aggiornate al contesto conseguente all'**emergenza sanitaria**, al fine di rafforzare la ripresa del «**sistema Lombardia**», secondo i seguenti **indirizzi prioritari**:

- coerenza delle azioni regionali con **il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)** e con la **Programmazione Comunitaria 2021 – 2027**
- **innovazione e transizione digitale**
- **sviluppo sostenibile,**
- nuova centralità dei territori (**Smart Land**), trasversalità dei **settori del turismo, della cultura e dello sport** come **asset di sviluppo**, in vista delle **Olimpiadi Invernali 2026**

Cosa prevede il PNRR – Missione Turismo e Cultura

I progetti d'investimento in materia di turismo— Missione 1, Componente C3 "Turismo e cultura" sono **a regia nazionale** e ammontano complessivamente a **2miliardi e 400milioni di euro**.



Turismo 4.0 Digital Tourism Hub

un ecosistema turistico integrato composto da operatori turistici, imprese, stakeholders istituzionali, capace di supportare le scelte del turista nella pianificazione della destinazione e del viaggio.



Fondo integrato per la competitività delle imprese turistiche

Un sistema organico di strumenti che consentiranno di rendere disponibili risorse finanziarie a favore degli investimenti del settore turismo



Caput Mundi New Generation EU per grandi eventi turistici

Il progetto definisce un processo innovativo di valorizzazione del patrimonio turistico, culturale di Roma e del Lazio sfruttando il volano del prossimo Giubileo 2025.



Ordinamento della professione delle guide turistiche

L'obiettivo è dare una maggiore uniformità e qualificazione professionale alla categoria, nel rispetto delle competenze regionali

Sviluppo e rilancio dell'attrattività

Olimpiadi Milano Cortina 2026



Piano Lombardia



Grandi eventi sportivi



Interventi di rigenerazione urbana



Valorizzazione del patrimonio minerario dismesso



Principali misure attivate da Regione Lombardia



Riqualificazione e valorizzazione turistico-culturale dei borghi storici

Contributi per rete escursionistica, viabilità agro-silvo-pastorale, percorsi ciclopedonali e ciclabili nei Comuni montani



AREST
Manifestazione di interesse per proposte di Accordo di Rilancio Economico Sociale e Territoriale



PNNR
Intervento 2.1 Attrattività dei borghi

Sviluppo e rilancio dell'attrattività

Programma degli interventi per la ripresa economica

Strategie di rigenerazione urbana locale

Riqualificazione urbana e territoriale dei borghi storici

PIANO LOMBARDIA (l.r. 9/2020)

Risorse destinate ad **attivare la filiera degli investimenti pubblici** per accompagnare la ripresa economica del settore produttivo regionale colpito dagli effetti della pandemia.

Si prevede che **entro il 2027** saranno realizzati **interventi** per un valore complessivo di **oltre 6 miliardi di euro**.

INTERVENTI FINALIZZATI ALL'AVVIO DI PROCESSI DI RIGENERAZIONE URBANA

Sostegno a interventi pubblici su aree/immobili di proprietà pubblica e di pubblico interesse per l'avvio di processi di rigenerazione urbana, in relazione alle **strategie di rigenerazione urbana locale**, e come incentivo agli investimenti per la ripresa economica. (Dotazione: 200 mln€)

RIQUALIFICAZIONE E VALORIZZAZIONE TURISTICO-CULTURALE DEI BORGHI STORICI

Sostegno a interventi pubblici su aree/immobili di proprietà pubblica e di pubblico interesse per la **riqualificazione urbana e territoriale dei borghi storici** in ottica di sviluppo locale, valorizzazione del **turismo culturale**, e come incentivo agli investimenti per la ripresa economica. (Dotazione: 67,9 mln€)

Sviluppo e rilancio dell'attrattività

Selezione di un borgo quale progetto pilota per la Lombardia

A.R.E.S.T.

PNNR COMPONENTE M1C3 TURISMO E CULTURA 4.0 MISURA 2. RIGENERAZIONE DI PICCOLI SITI CULTURALI, PATRIMONIO CULTURALE RELIGIOSO E RURALE INTERVENTO 2.1 ATTRATTIVITÀ DEI BORGHI - LINEA DI AZIONE A

Promozione di una manifestazione di interesse per la **selezione di un borgo** quale **progetto pilota per la Lombardia**, per la rigenerazione culturale, sociale ed economica a rischio abbandono e abbandonati, con approvazione del progetto del **Comune di Pertica Alta (BS)**.

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE PER LA PRESENTAZIONE DI PROPOSTE DI ACCORDO DI RILANCIO ECONOMICO SOCIALE E TERRITORIALE - AREST (Dotazione: 75 mln€)

Territorializzare le politiche regionali intercettando progettualità che si sviluppano dal basso in risposta a bisogni ed esigenze locali per il rilancio economico, sociale e territoriale nei seguenti ambiti tematici: **attrattività e competitività dei territori, competitività delle imprese e sostegno all'occupazione**

Sviluppo e rilancio dell'attrattività



Grandi eventi sportivi

Rete escursionistica

Patrimonio minerario dismesso

GRANDI EVENTI SPORTIVI IN LOMBARDIA

Opportunità per lo sviluppo del **turismo sportivo** sia per il richiamo in termini di partecipazione di pubblico e di risonanza mediatica, sia per l'**indotto economico** sui territori - Dal 2019 RL ha stanziato risorse complessive pari a circa **4,5 mln€**.

CONTRIBUTI PER RETE ESCURSIONISTICA LOMBARDA, LA VIABILITA' AGRO-SILVO-PASTORALE E I PERCORSI CICLOPEDONALI E CICLABILI NEI COMUNI MONTANI

Sviluppo di forme di **turismo eco-compatibile** per incrementare l'attrattività dei territori montani, con effetti positivi sul rilancio dell'economia locale (Dotazione: 10 mln€)

VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO MINERARIO DISMESSO

Recupero e valorizzazione del patrimonio minerario dismesso ai fini turistici, culturali, sociali e di ricerca scientifica (Dotazione: 3,5 mln€)

Sviluppo e rilancio dell'attrattività

Olimpiadi e
Paralimpiadi
invernali

Milano – Cortina
2026

Attrattività
dei territori

ASSEGNAZIONE DELLE «OLIMPIADI E PARALIMPIADI INVERNALI MILANO-CORTINA 2026»

RL, insieme agli altri partner istituzionali, ha candidato con successo Milano e l'intero territorio regionale a ospitare nel 2026 i Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali, un evento globale che ne favorirà la **visibilità in termini di marketing territoriale** e comporterà **ricadute positive sul sistema economico regionale**:

- ha contribuito alla **creazione del sistema di governance** che gestirà la realizzazione delle infrastrutture e tutte le fasi di organizzazione e svolgimento dell'evento
- si è impegnata in un percorso di **confronto con gli Enti Locali e gli stakeholder del territorio** per individuare gli interventi infrastrutturali essenziali da realizzare per garantire la **sostenibilità** delle Olimpiadi invernali e la **valorizzazione dell'attrattività dei territori** interessati
- sosterrà con proprie risorse, in aggiunta a quelle nazionali, interventi per le **infrastrutture sportive e di accesso** ai territori e alle località olimpiche

Promozione turistica: cosa abbiamo fatto da inizio Legislatura

Visibilità nazionale ed internazionale in **32 fiere di settore** a **780 seller** dell'offerta turistica lombarda



Più di **200 uscite promozionali** sulle principali testate nazionali + partnership con grandi testate internazionali (BBC, RCS, Conde Nast)



Campagne digitali Italia-Estero: superato 1MLD di impressions



Piano Montagna: 112MLN di persone raggiunte con azioni di ufficio stampa

2,5 MLN di **pagine visualizzate** di media all'anno sul portale #inLombardia



€ 13,8 milioni
spesi da inizio
legislatura



Partnership con le più rilevanti **compagnie aeree:** Ryanair, Easyjet, Air Emirates

Campagna di comunicazione «Vorrei la vedessi come me. Ogni giorno»: Più di 3.000 passaggi su TV e Radio nazionali



Più di 900 operatori coinvolti in **progetti formativi**



Progetti di promozione con Enit e con altre Regioni (partecipazione ad Eurovision Song Contest, campagne di comunicazione congiunte, visibilità alla Lombardia su testate internazionali)



Piano Cina: aperti nel 2021 account ufficiali sui social cinesi Wechat e Weibo



Incentivi: cosa abbiamo fatto da inizio Legislatura

9 MLN per **progetti infrastrutturali** «Lombardia to stay»

25 MLN **sostegno alla competitività delle strutture ricettive**

5 MLN per il **sostegno alla competitività delle Aree interne** Alto Lario, Oltrepò Pavese, Valchiavenna



4,28 MLN per lo **sviluppo di itinerari turistici** «Viaggio #inLombardia» 1°, 2°, 3° edizione

744k per sostenere la rete di «**Infopoint #in Lombardia**»



€ 44,8 milioni spesi per bandi



416k **azioni di sviluppo sostenibile** «Lombardia attrattiva»



342k per l'**amplificazione territoriale della campagna di promozione turistica della destinazione Lombardia**

Punti di forza

32.932 strutture
ricettive presenti
sul portale



45.817
eventi
pubblicati



2.606 punti di
interesse
valorizzati



591 itinerari

3.156 offerte
turistiche



1.897
esperienze
proposte



È INNOVATIVO: piattaforma digitale multicanale per il marketing territoriale l'informazione, la relazione e la promozione di servizi turistici alimentata automaticamente da grandi player quali TicketOne, Trenitalia, Musement, Neiade, Sherwood

È UNA VETRINA PER TUTTO IL TERRITORIO LOMBARDO: grandi e piccoli player territoriali possono pubblicizzare le proprie **proposte turistiche** e commerciali accreditandosi al portale e raggiungendo il turista su tutti i canali digitali B2C (web app, totem interattivi, newsletter, digital signage etc)

È UNO STUMENTO DI LAVORO EFFICACE: spazio digitale di collaborazione dove gli operatori, pubblici e privati, del settore possono incontrarsi e attivare iniziative di co-marketing e co-comunicazione.

Piano Annuale del Turismo e dell'Attrattività 2022

Ambiti strategici prioritari:

- ✔ **Governance** e Programmazione strategica
- ✔ **Riqualficazione** e riorganizzazione **dell'offerta turistica**
- ✔ **Valorizzazione e innovazione** dei prodotti turistici e dell'attrattività dei territori
- ✔ Posizionamento della destinazione Lombardia sui **mercati internazionale e nazionale.**

Piano Annuale del Turismo e dell'Attrattività 2022

Obiettivi:

-  **Riqualificare le strutture** ricettive in continuità con le misure avviate nel corso degli anni precedenti;
-  **Consolidare la domanda** mantenendo l'attenzione sulla centralità del turista;
-  Consolidare la **reputazione e l'immagine turistica** della Lombardia
-  Mettere al centro il territorio per il rilancio della destinazione Lombardia, anche in raccordo con **grandi eventi**, come BG e BS Capitale Italiana della Cultura 2023;
-  Rafforzare il **turismo montano** in termini di accoglienza e valorizzazione del sistema di offerta turistica, nell'ottica delle Olimpiadi 2026 e per intercettare flussi internazionali.



Trend e linee principali di sviluppo e di intervento

20

23

20

25

I trend del settore

Sostenibilità

Secondo l'edizione 2019 dell'annuale report di viaggio sostenibile di booking.com, **il 55% dei viaggiatori globali ha riferito di essere più determinata a fare scelte di viaggio sostenibili rispetto a un anno fa.**

Quasi tre quarti (72%) dei viaggiatori ritiene che **le persone debbano agire ora e fare scelte di viaggio sostenibili per salvare il pianeta per le generazioni future.**

Lentezza, autenticità, esperienze

Alto interesse per le **destinazioni meno conosciute**, le **piccole destinazioni** e le **destinazioni rurali**. I turisti cercano vacanze **"lente o "autentiche"**, cercano di **"vivere come una persona del posto"** e di **apprezzare la cultura locale in modi nuovi**. **L'artigianato e le esperienze sono diventate nuove forme di turismo culturale**, dove i **visitatori cercano connessioni con le comunità locali.**

Digitalizzazione

I **viaggi turistici sono sempre più pianificati e prenotati online**. L'indagine della European Travel Commission (ETC) del febbraio 2021 ha mostrato che **il 45,5% dei turisti usa un motore di prenotazione online** per pianificare il viaggio. Sempre più spesso vengono usati **siti web di recensioni** di viaggio come fonte di informazioni e le **piattaforme di economia collaborativa** mediano anche **"esperienze"** come tour locali, corsi di artigianato, partecipazione ad eventi, degustazioni, permettendo di **prenotare pacchetti di esperienze di viaggio in modo personalizzato.**

I trend del settore



Neverending tourism

Si tratta della **possibilità di estendere l'esperienza turistica nel tempo e nello spazio**, grazie anche all'utilizzo di strumenti digitali. In particolare, si offre al viaggiatore la possibilità di fruire dell'**offerta turistica sia nel pre-viaggio che nel post-viaggio**, con contenuti online e prodotti del territorio che possono essere distribuiti tramite i canali digitali dalle destinazioni o dagli operatori.



Prossimità

Il COVID-19 ha ridotto le possibilità di viaggiare in aereo, e **gli europei hanno sfruttato questo momento per riscoprire il turismo di prossimità e modi alternativi di trasporto**.

Durante il 2020, il turismo interno è stato più resistente di quello intra-UE, e **nel breve termine e fino alla completa ripresa dei mercati globali dei viaggi, sarà la chiave per guidare la ripresa dell'ecosistema turistico**.



Turismo d'argento

Saranno oltre 140 milioni **i turisti over 60 in Europa nel 2030** (erano 41,9 milioni nel 2010), **con una capacità di spesa annua di 3.800 euro**, ben 1.250 in più rispetto ai turisti tra i 35 e i 54 anni.

Si tratta di persone **con tempo, interesse e fondi per viaggiare in altri paesi dopo la pensione**, così come persone con un budget più limitato ma con **l'interesse di partecipare alle offerte culturali e ricreative nel loro paese d'origine**.

I trend del settore



Benessere

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO), **il turismo sanitario**, inteso come benessere e turismo medico, **sta crescendo a ritmi sostenuti. I turisti sanitari spendono da 5 a 10 volte di più dei turisti normali, viaggiano accompagnati e rimangono in media da 2 a 3 settimane nel paese.**



Smart working, long staying

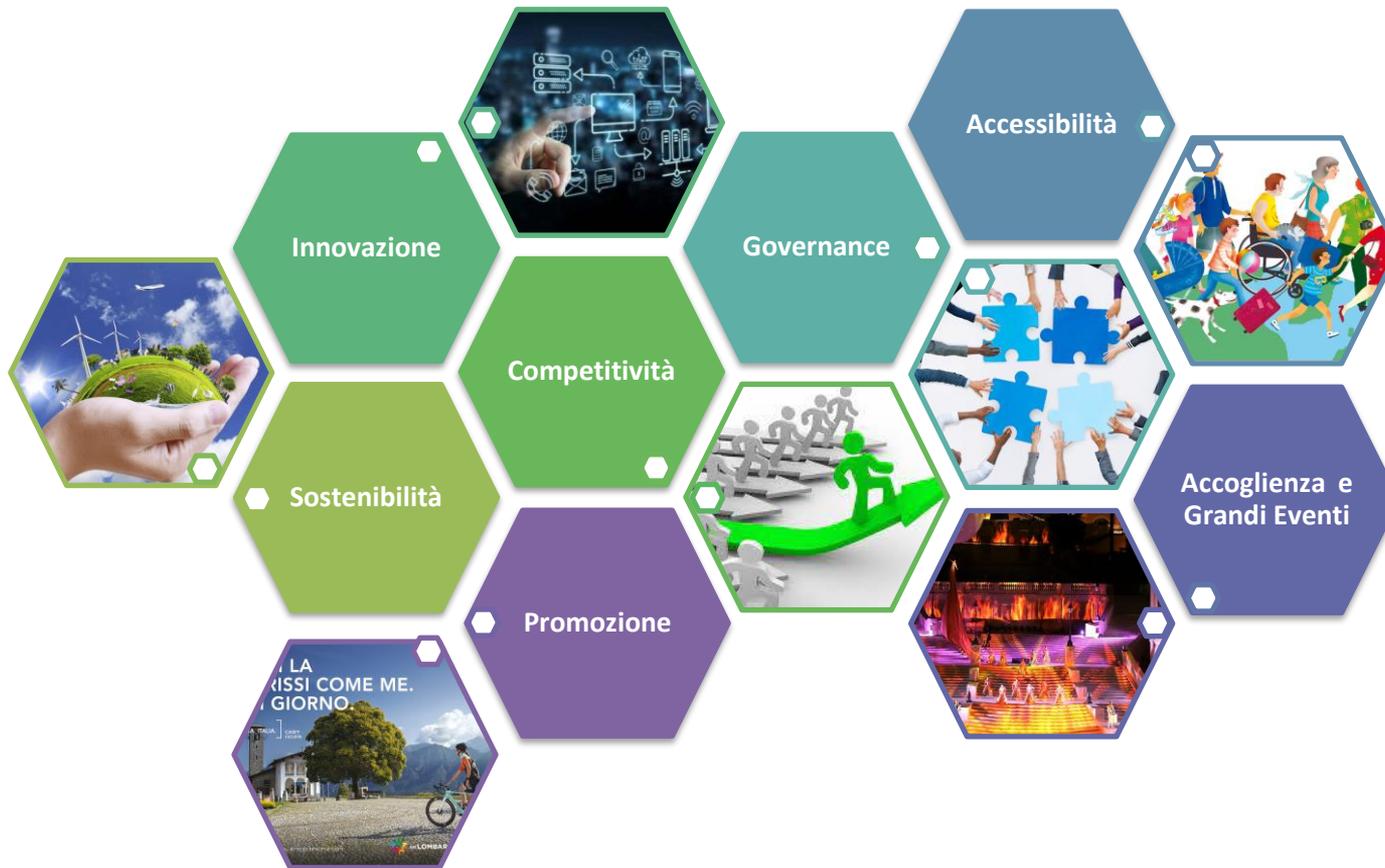
Accanto ad un nuovo modo di lavorare, sempre meno in ufficio e sempre più da remoto, stanno **emergendo nuove necessità e nuovi trend** in particolare **living culture e city quitter** (proposte culturali e ritorno ai borghi). Sta diventando prioritario garantire possibilità di **connessione e infrastrutture** a chi lavora soprattutto nei piccoli centri, per sfruttare le potenzialità di questa domanda sempre più in crescita.



Salute, sicurezza e igiene

Dopo il COVID-19, la **gente presterà più attenzione alla salute e all'igiene, nelle pratiche e nelle aspettative nei confronti delle strutture turistiche e dei servizi di viaggio.** La percezione dei rischi per la salute e le opzioni di cura possono anche influenzare la scelta delle destinazioni di viaggio.

Da dove siamo partiti: il piano per il turismo e l'attrattività 2020-2022



Piano Triennale Turismo e Attrattività 2023-2025: gli obiettivi



Governance



Riprogettare



Sinergie



Integrazione



Transizione Verde

Transizione Digitale



Sviluppo Sostenibile



Competitività e
resilienza

Piano Triennale Turismo e Attrattività 2023-2025: strumenti



Alcuni spunti di riflessione

Benessere

Autenticità

Esperienza

Viaggi su misura

Sostenibilità

Scambio reciproco

Innovazione

Connessione e infrastrutture

Ecosistema

Promozione

Prossimità

Sicurezza

Digitalizzazione

Resilienza

Accoglienza

Transizione verde



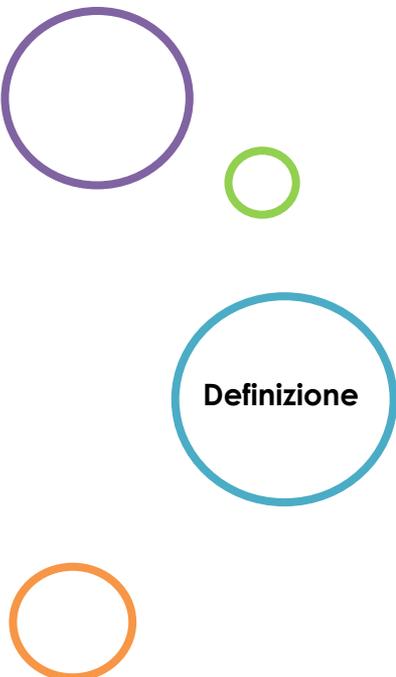
2

Regolamenti attuativi per le strutture ricettive alberghiere condhotel e albergo diffuso



Regione
Lombardia

Condhotel

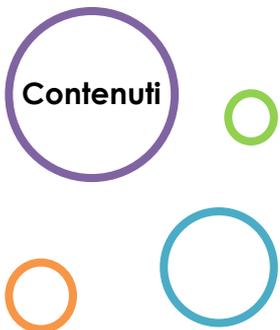


Definizione

Struttura ricettiva alberghiera a **gestione unitaria** che fornisce alloggio, servizi accessori ed eventuale vitto in **camere destinate alla ricettività** e in **unità abitative a destinazione residenziale** la cui superficie non può superare il **40%** della superficie netta destinata alle camere.

Può essere realizzato **a seguito di intervento di ristrutturazione di un esercizio alberghiero esistente** (albergo o RTA) che porti ad un **aumento di classificazione di almeno una stella e con classificazione finale non inferiore a 3 stelle.**

Il **Regolamento regionale** proposto costituisce **diretta applicazione del DPCM 22 gennaio 2018, n.13.**



Classificazione:

- per i servizi, le dotazioni delle parti comuni, le dotazioni e i requisiti delle camere si applicano gli standard qualitativi obbligatori minimi per la classificazione di cui all'allegato A del r.r. n. 5/2009
- per le unità abitative ad uso ricettivo e ad uso residenziale si applicano gli standard qualitativi obbligatori minimi per la classificazione di cui all'allegato C del r.r. n. 5/2009

Destinazione d'uso:

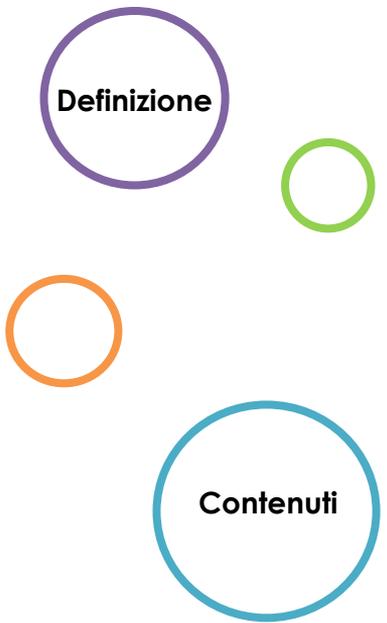
- I cambi di destinazione d'uso dell'immobile per l'esercizio dell'attività di condhotel devono avvenire in conformità con la l.r. 12/2005

Si rimanda alle disposizioni della **l.r. 27/2015** per quanto riguarda avvio dell'attività, controlli e sanzioni

Contratto di trasferimento:

- Disciplina, conformemente alla normativa nazionale in materia, il trasferimento di proprietà delle unità abitative residenziali
- L'uso delle unità abitative residenziali deve essere compatibile con il principio di gestione unitaria del condhotel: il gestore è l'unico soggetto che può esercitare attività turistica

Albergo diffuso



Definizione

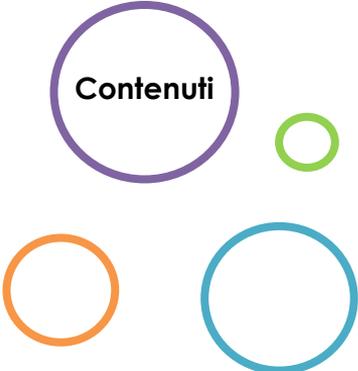
La naturale collocazione, dell' "albergo diffuso", riferendosi ad un modello ampio ed elastico definibile come "paese albergo", vede **privilegiare i piccoli centri storici ed i borghi e nuclei di antica formazione o gli insediamenti rurali o montani**, pur non escludendo la validità di soluzioni legate a singole presenze significative in contesti diversamente urbanizzati. (<https://www.alberghidiffusi.it/>)

Contenuti

LR 27/2015, art. 19, comma 3: «Struttura ricettiva alberghiera con **servizi di ricevimento e accoglienza centralizzati e camere/alloggi ed eventuali altri servizi dislocati in uno o più edifici separati**, anche residenziali, ma situati nello stesso **ambito definito ed omogeneo**».

Le strutture centrali ed edifici adibiti a camere/alloggi possono essere di proprietà di **soggetti distinti** purché sia mantenuta la **gestione unitaria**.

Albergo diffuso



Contenuti

Il **Regolamento regionale** disciplina esclusivamente: i **requisiti**, le **modalità di classificazione**, e **l'ambito territoriale definito e omogeneo**, nel quale può essere avviato un albergo diffuso e che **per le aree montane tiene conto delle peculiarità del territorio e in particolare della necessità di valorizzazione degli antichi nuclei**.

Requisiti:

- Almeno 7 unità ricettive
- Servizi di ricevimento ed accoglienza centralizzati
- Gestione unitaria e integrata dei servizi

Classificazione:

- per i servizi, le dotazioni delle parti comuni, le dotazioni e i requisiti delle camere si applicano gli standard qualitativi obbligatori minimi per la classificazione di cui all'allegato A del r.r. n. 5/2009
- per le unità abitative con destinazione residenziale si applicano gli standard qualitativi obbligatori minimi per la classificazione di cui all'allegato C del r.r. n. 5/2009

3

Misure di incentivazione



BANDO OgniGiorno in Lombardia: primi risultati

Sostegno
eventi e
iniziative di
carattere
attrattivo-
turistico

2022-
2023

- ✔ Stanzianti **4 milioni di euro**
- ✔ Pervenute **87 domande** (al 24 giugno 2022)
- ✔ Circa **57 soggetti** assegnatari di contributi
- ✔ Oltre **2 milioni di euro** di investimenti generati
- ✔ Sportello ancora capiente: prima finestra aperta fino al **15/09**

BANDO ALL - Attrattività Locale Lombardia

Finanzia
interventi di
costruzione,
ristrutturazione,
manutenzione
straordinaria di
beni immobili per
favorire
l'attrattività

2022-
2023

- ✔ Stanzianti **3,3 milioni di euro**
- ✔ Pervenute **81 domande** (al 10 giugno 2022)
- ✔ Beneficiari: Comuni Lombardi, esclusi i capoluoghi
- ✔ In corso la **fase istruttoria**
- ✔ In corso la fase istruttoria

POR FESR 2014-2020: risultati bandi Turismo e Attrattività

Sostegno alla
riqualificazione
dell'offerta
ricettiva
lombarda

2014-
2020

- ✔ Stanziate più di **62 milioni di euro**
- ✔ Circa **1300 imprese** assegnatarie di contributi
- ✔ Oltre **188 milioni di euro** di investimenti generati
- ✔ Bando Turismo e attrattività classificato come **Sussidio Ambientalmente Favorevole (SAF)** nel Catalogo sussidi ambientali a livello regionale del 2020
- ✔ Ultimi Progetti in fase di realizzazione fino a dicembre 2022/giugno 2023 in caso di proroga

POR FESR 2014-2020: risultati bandi Turismo e Attrattività

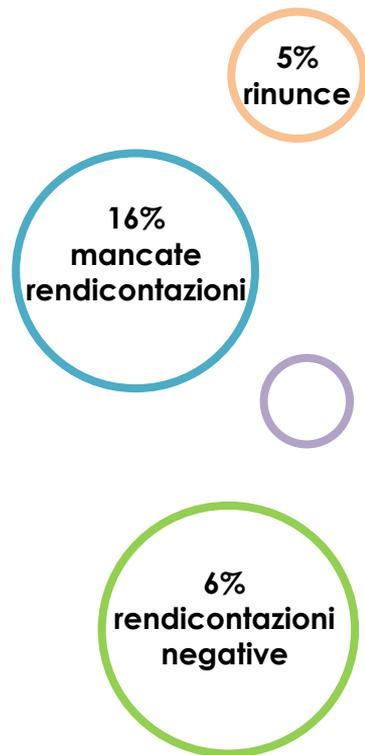
PoliS Lombardia

Autorità
Ambientale
POR FESR
2014-2020

- Il finanziamento ha teso a trasferirsi **sull'assunzione di nuovo personale** in proporzione ai costi annuali del personale stesso: 1,1 unità in più per circa 40.000€
- Il **comportamento sul mercato del lavoro** può diventare un criterio di determinazione dei target/beneficiari
- L'additività dei finanziamenti ricevuti ha inciso in modo considerevole sullo **sviluppo delle attività rispetto a chi non ha partecipato al bando**

- I **temi ambientali** sviluppati nei bandi Turismo e Attrattività hanno ricevuto una **buona risposta**
- I progetti si sono concentrati nelle **aree a maggior vocazione turistica e ad alta valenza paesaggistica**
- Significativa concentrazione dei progetti candidati su **mobilità sostenibile in aree ad alta valenza paesaggistica e ambientale**
- **Pochi progetti hanno previsto certificazioni ambientali**
- **Buona sovrapposizione dei progetti rispetto agli elementi lineari di rilevanza paesaggistico- ambientale**
- Importante lavorare su **formazione e sensibilizzazione sui temi green** nonché su integrazione accoglienza, attrattori culturali e mobilità dolce

POR FESR 2014-2020: monitoraggio ex-post bandi Turismo e Attrattività



I motivi delle decadenze sono legati principalmente alla **fase di rendicontazione dei progetti** a causa di:

- Mancata rendicontazione
- Rendicontazioni con esito negativo

Dalle interviste e dalle dichiarazioni dei beneficiari, emerge chiaramente la **difficoltà di rendicontazione** da parte dei **pubblici esercizi/strutture ricettive non alberghiere** e delle **PMI di piccole dimensioni**

INFORMATIVA SULLO STATO DI PREPARAZIONE DEL PR FESR 2021-2027



Un'Europa
più
competitiva
e intelligente



Sostegno al
potenziamento
della capacità
attrattiva del
territorio

D.g.r. 8 febbraio 2021, n.4275

indirizzi delle politiche di sostegno delle imprese turistiche previsti nel documento di riferimento per i negoziati europei

D.g.r. 26 luglio 2021, n. 5106

piano finanziario preliminare del Programma Operativo Regionale a valere sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (POR-FESR) 2021-2027

D.g.r. 4 aprile 2022, n. 6214 «Approvazione della proposta di programma regionale PR FESR 2021-2027»

- **OS1 1.3.) rafforzare la crescita sostenibile, la competitività e la creazione di posti di lavoro nelle PMI anche grazie agli investimenti produttivi.** L'obiettivo sarà realizzato prevalentemente attraverso strumenti finanziari; **solo in via residuale saranno destinate sovvenzioni a settori particolarmente danneggiati dalla crisi da Covid 19 tra cui il turismo**

L'approvazione del PR FESR 2021-2027 è prevista a settembre 2022

PR FESR 2021-2027: Azione 1.3.3. Sostegno agli investimenti delle PMI

TURISMO
25 Milioni di
euro ipotesi
prima misura,
salvo modifiche

Sostegno allo
sviluppo
competitivo
delle imprese

Potrà riguardare, salvo modifiche richieste dalla Commissione a seguito della notifica del programma, il sostegno ad investimenti per:

- ✔ lo **sviluppo competitivo delle imprese del turismo e delle imprese culturali e creative**, e per la progettazione di nuove offerte competitive di servizi, promuovendo la sostenibilità ambientale, in sinergia con istituti e luoghi della cultura della Lombardia e in un'ottica di rete estesa anche a livello nazionale ed internazionale;
- ✔ il sostegno delle imprese della filiera turistica finalizzati al **rilancio delle destinazioni turistiche e di specifici segmenti dell'offerta** identificati sulla base della programmazione regionale di settore, per favorire il riposizionamento, la qualificazione, l'innovazione, la sostenibilità ambientale e sociale e la diversificazione del sistema turistico regionale.

PR FESR 2021-2027: ipotesi primo intervento a sostegno delle imprese turistiche

Finalità:

Contributo a **fondo perduto** per:

- **riqualificazione** di strutture ricettive alberghiere e non alberghiere già esistenti alla data di presentazione della domanda e in forma imprenditoriale
- **realizzazione** di strutture ricettive alberghiere e non alberghiere aventi forma imprenditoriale

Ipotesi
Dotazione
€ 25 mln

Beneficiari:

PMI che esercitano o intendono esercitare attività:

- **Ricettiva alberghiera** (alberghi, hotel, RTA, alberghi diffusi, condhotel)
- **Ricettiva non alberghiera all'aria aperta** (villaggi turistici, campeggi, aree di sosta)
- **Ricettiva non alberghiera** (CAV imprenditoriali, foresterie, locande)

Ipotesi Spese
ammissibili:

- **Arredi, macchinari e attrezzature**
- **Opere edili-murarie e impiantistiche**
- **Progettazione e direzione lavori**
- **Spese generali forfettarie**
- **Altre eventuali spese da valutare sulla base dei regolamenti e del regime quadro**

Spunti di dibattito interventi PR FESR 2021-2027

? **Evidenziare complementarità e integrazione con PNRR:** necessario non sovrapporsi

? Valorizzare **focus tematici** (transizione ecologica, transizione digitale...)

? In vista del Comitato di sorveglianza **revisione di criteri di valutazione** (qualità progettuale, impatti temi dgr 651/2013, accessibilità e sostenibilità) **e premialità** (addizionalità finanziarie, titolarità femminile e/o giovanile, reti tra imprenditori)

? **Confronto su esiti misure nazionali, PNRR, altre PPAA**



Direzione Turismo, marketing territoriale e moda

turismo_moda@pec.regione.lombardia.it