



CITTÀ DI CAORLE

www.comune.caorle.ve.it

SETTORE SERVIZI SOCIALI

Dirigente Responsabile: Dott. Guglielmo Bello

Ufficio Sport – “CAORLE CITTA' DELLO SPORT”

Resp. del procedimento: dott. Mattia Munerotto
Tel. 0421/219264

e-mail : sport@comune.caorle.ve.it

orario di apertura al pubblico

LUN. – MER. – VEN. dalle ore 9:30 alle ore 12:30

MAR. – GIO. dalle ore 16:00 alle ore 17:00

Data e protocollo generati
automaticamente dal sistema

VIA PEC

dip.turismo@pec.regione.veneto.it

Alla REGIONE DEL VENETO
– Giunta Regionale - Sezione turismo
Palazzo Sceriman
Cannaregio, 168
30121 VENEZIA (VE)

OGGETTO: Trasmissione piano strategico del turismo.-

Con riferimento alla Ns. precedente comunicazione del 31.12.2015 prot. 42661, si trasmette in allegato il Destination Plan “Caorle 2020” elaborato dall'OGD – DMO Caorle, adottato nella seduta del 24.03.2016.

Ringraziando per la collaborazione e rimanendo a disposizione per eventuali chiarimenti, si coglie l'occasione per porgere un cordiale saluto.

**IL DIRIGENTE DEL
SETTORE SERVIZI SOCIALI**
Dott. Guglielmo Bello
(firmato digitalmente)

30021 CAORLE (VE) – VIA ROMA, 26 – Tel 0421 219111 Fax 0421 219300 – PEC comune.caorle.ve@pecveneto.it
C.F. / P.IVA 00321280273

Informativa ai sensi del D.LGS. 196/03: I dati acquisiti sono utilizzati esclusivamente dal Comune di Caorle per la gestione della pratica oggetto della presente comunicazione; la gestione dei dati è manuale e informatizzata; i dati potranno essere comunicati a soggetti terzi solamente nei casi previsti dalla legge e nell'esclusivo ambito della gestione della pratica. Vi competono tutti i diritti previsti dall'art. 7, D.LGS. 196/03. E' possibile chiedere al Responsabile del trattamento, Dirigente del Settore scrivente, con sede per motivi di carica presso il Comune di Caorle - Via Roma, 26, la correzione, l'integrazione dei propri dati e, ricorrendone gli estremi, la cancellazione ed il blocco.

CAORLE 2020: DESTINATION PLAN



03 - 2016

DMO Caorle

Elaborato da:

Robert Seppi
Alex Kornfeind
Diego Gallo

Per conto di: DMO Caorle

INDICE

SIMBOLI, ABBREVIAZIONI ED ACRONIMI UTILIZZATI NEL TESTO.....	4
1. INTRODUZIONE.....	5
2. PROCESSI PARTECIPATIVI PER UNA VISIONE CONDIVISA DEL TURISMO	7
2.1 Percorsi di alta formazione per operatori del turismo.....	7
2.2 Laboratori di partecipazione con il territorio.....	8
2.3 Azioni future per informare e coinvolgere il sistema turistico locale	8
3. IL FENOMENO TURISTICO DELL'OGD – DMO CAORLE	9
3.1 Analisi quantitativa del turismo a Caorle.....	10
3.2 Analisi quantitativa del turismo a Concordia Sagittaria.....	13
3.3 Analisi customer satisfaction a Caorle	14
3.4 Analisi SWOT partecipata del sistema turistico di Caorle	17
3.5 Benchmarking: confronto tra Caorle ed alcune destinazioni balneari del Veneto.....	19
3.6 Turismo enogastronomico, turismo naturalistico e vacanza attiva in Veneto.....	20
4. DEFINIZIONE DELLE LINEE STRATEGICHE	21
4.1 Governance turistica: organizzazione, processi partecipativi e politiche di coordinamento.....	22
4.2 Destination Management: target, prodotti e servizi di qualità.....	23
4.3 Destination marketing e city marketing	26
4.4 Comunicazione	27
5. DEFINIZIONE DELLE AZIONI	28
5.1 Azioni per migliorare la governance turistica locale	28
5.2 Azione sul prodotto turistico di qualità	31
5.3 Azioni sul Destination marketing.....	34
6. MONITORAGGIO PROCESSO E RISULTATI ATTESI	38
SITOGRAFIA	40
ALLEGATI.....	41

SIMBOLI, ABBREVIAZIONI ED ACRONIMI UTILIZZATI NEL TESTO

Analisi SWOT	Analisi Strengths (punti di forza) Weaknesses (debolezza) Opportunities (opportunità), Threats (minacce)
DMO	Destination Management Organization
DP	Destination Plan
FESR	Fondo Economico Sviluppo Regionale
FEASR	Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale
IAT	Informazione e Accoglienza Turistica
ISTAT	Istituto Nazionale di Statistica
L.R.	Legge Regionale
MKTG	Marketing
OGD	Organizzazione Gestione della Destinazione
OTA	Online Travel Agency
POR	Piano Operativo Regionale
UNWTO	World Tourism Organization of the United Nations
VeGAL	Gruppo di Azione Locale Venezia Orientale

Box 1 – Cosa si intende per OGD “DMO Caorle”?

L’Organizzazione Gestione della Destinazione, di seguito denominata “DMO Caorle” definisce la destinazione, il suo sistema territoriale e relative politiche sui prodotti turistici. Include principalmente la spiaggia e il suo entroterra comprendendo i comuni vicini per le specificità e le caratteristiche storico culturali nonché ambientali che il territorio offre alla clientela nazionale ed internazionale, favorendo lo sviluppo economico del fenomeno turistico. Attualmente l’OGD “DMO Caorle” vede tra i firmatari: Comune di Caorle, Fondazione Caorle Città dello Sport, Consorzio di Promozione Turistica Caorle e Venezia Orientale, Confcommercio (ASCOM), Associazione Albergatori Caorle (ACA), Consorzio Arenili Caorle, Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali (FIAIP) e il Comune di Concordia Sagittaria.

1. INTRODUZIONE



La legge regionale n. 11/2013 “Sviluppo e sostenibilità del turismo Veneto” ha introdotto significativi cambiamenti nel modo di pensare ed organizzare il turismo. Tali cambiamenti sono di tipo culturale, organizzativo ed economico e riguardano anche il sistema turistico di Caorle.

La nuova legge pone l’accento sulla **qualità dell’offerta turistica** come risposta alle principali sfide del turismo moderno: aumento della competitività delle destinazioni, maturità di alcuni prodotti tradizionali, aumento dell’influenza delle OTA e dei social network nei canali di commercializzazione. Da un lato il Veneto si conferma essere la prima regione turistica d’Italia per numero di arrivi e presenze, dall’altro i nuovi modi di vivere le vacanze (brevi e ripetute nel corso dell’anno) e le modalità di prenotazione e di viaggiare (diffusione di internet e voli low cost) hanno modificato la durata dei periodi turistici e ridotto la redditività di molte imprese turistiche. Si sente l’esigenza di modificare le stagioni turistiche, di ripensare l’offerta e di rivedere i confini dei luoghi reputati al turismo. Per fare questo occorre organizzare i sistemi turistici in modo da gestire le risorse materiali e immateriali progettando prodotti che siano al contempo esperienze ricercate dal turista e sintesi di una molteplicità di beni e servizi che li rendano fruibili e garantiti nel tempo. Solo in questo modo si offriranno quei livelli di sostenibilità, autenticità e remuneratività che sono alla base del concetto di turismo di qualità.

Da un punto di vista organizzativo la legge ha introdotto il concetto di **destinazione turistica**. I soggetti turistici pubblici e privati sono chiamati a collaborare per costruire e condividere una visione unitaria di sistema turistico, dotandosi di strumenti operativi in grado di trasformare gli obiettivi in azioni concrete. I confini delle destinazioni possono cambiare in modo da coinvolgere l’ambito territoriale più idoneo per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo. I servizi d’informazione, accoglienza, assistenza turistica, comunicazione e promo – commercializzazione del prodotto e dell’immagine della destinazione sono gestite in modo unitario e coordinato da un unico soggetto chiamato **Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD)**.

Al fine di beneficiare del nuovo regime di sostegno pubblico, che si articola anche attraverso nuovi strumenti come i fondi comunitari POR FESR 2014 – 2020 azione 3.3.4, la Regione ha stimolato la costituzione delle OGD e la stesura dei documenti strategici di pianificazione del turismo chiamati **Destination Plan (DP)**. Caorle dopo aver costituito la OGD, il cui atto costitutivo è allegato al presente

piano, ha predisposto il proprio DP in modo da tradurre su scala locale le innovazioni metodologiche introdotte dal Destination Management (figura 1).

Il presente documento si apre con un richiamo al processo partecipativo svoltosi lo scorso anno attraverso l'organizzazione di corsi di alta formazione, seminari informativi e workshop aperti alla cittadinanza (capitolo 2). Nel capitolo seguente si effettuerà un focus sulle performance turistiche della destinazione analizzando e commentando le statistiche della Regione Veneto e l'indagine "Rileva Caorle". Grazie a quest'ultima indagine è stato possibile conoscere il grado di soddisfazione espresso dai turisti balneari riguardo alla qualità dei servizi offerti. Le sfide della governance turistica spingono verso nuove forme di collaborazione con le spiagge vicine per questa ragione il paragrafo 3.3 riassume alcuni spunti di riflessione sul turismo litoraneo e introduce l'opportunità di aprire a nuove forme di turismo all'insegna della vacanza verde, dell'eccellenza gastronomica e della vacanza attiva. Le attuali forme del turismo possono trovare nella collaborazione tra Caorle e Concordia Sagittaria oggi, e in futuro con altri territori prossimi, un terreno favorevole per progettare prodotti di qualità, anche grazie alle significative risorse paesaggistiche, naturalistiche, culturali e archeologiche. Nel quarto capitolo si tratteranno le linee di sviluppo della destinazione e si approfondiranno alcune tematiche legate a: governance, destination management e destination marketing. Nel capitolo successivo, le linee strategiche si articoleranno in azioni per ciascuna delle quali si individuano tempistiche, proposte di finanziamento e target di riferimento. Il capitolo conclusivo proporrà le metodologie e gli indicatori che si intendono adottare al fine di monitorare le performance qualitative dell'organizzazione turistica.

Il Destination Plan è dunque un **punto di partenza** di un processo di riqualificazione del turismo che si apre al contributo di quanti vogliono prendere parte al sistema turistico dell'OGD "DMO Caorle".

Figura 1 - Campi di studio e di attività del Destination Management



2. PROCESSI PARTECIPATIVI PER UNA VISIONE CONDIVISA DEL TURISMO



Il Destination Plan della DMO Caorle trae spunto e forza dai processi partecipativi avviati dagli albergatori di Caorle con percorsi di alta formazione, iniziative informative, workshop che nel corso del 2015 hanno visto il coinvolgimento anche degli operatori del turismo, del commercio, fino ai residenti di Caorle. In vista della definizione del piano, nei mesi scorsi sono stati organizzati incontri di progettazione partecipata con i rappresentanti della DMO e nel mese di marzo è in programma un incontro aperto al pubblico di presentazione del DP Caorle 2020.

2.1 Percorsi di alta formazione per operatori del turismo

A partire da dicembre 2014 nella destinazione ha preso il via un primo ciclo intensivo di incontri formativi per complessive **96 ore**, resosi necessario in seguito alla costituzione del OGD di Caorle e in preparazione allo start up della sua gestione. Scopo degli incontri è stato quello di approfondire i contenuti legislativi della Legge Regionale 11/2013. In particolare le lezioni hanno affrontato i seguenti contenuti:

- le finalità turistiche della DMO,
- gli aspetti organizzativi gestionali,
- le strategie a medio e lungo termine da adottare.

Gli incontri sono stati curati esperti e professionisti del settore turismo territoriale, management e comunicazione.

Il percorso si è articolato in **12 lezioni frontali** da otto ore ciascuna e una visita studio in Trentino di due giorni. I partecipanti sono stati: 20 albergatori, 15 operatori del settore del commercio, 10 titolari di agenzie immobiliari, 2 gestori di villaggi turistici, 2 proprietari di agriturismi e 2 rappresentanti dell'amministrazione comunale. Oltre alle lezioni frontali, si sono organizzati workshop e laboratori partecipativi per stimolare la convergenza di giudizi da parte delle diverse categorie e confronto fra gruppi misti. E' stata svolta un'analisi SWOT delle criticità, dei punti di forza e delle opportunità turistiche di Caorle. I risultati sono stati riportati nel capitolo 3.3.

2.2 Laboratori di partecipazione con il territorio

Nell'ambito dei processi partecipativi e informativi è maturata l'idea di coinvolgere i residenti in una giornata evento (domenica 26 aprile 2015) dedicata alla presentazione di alcuni contenuti innovativi da introdurre all'interno della destinazione Caorle: vacanza natura, vacanza attiva e vacanza cultura. In collaborazione con Veneto Agricoltura, azienda speciale della Regione Veneto ed ente gestore di Valle Vecchia, è stato possibile organizzare visite guidate al museo naturalistico, ai sentieri e ai biotopi di questo importante sito di eccellenza naturalistica. Gli ospiti hanno raggiunto la valle in barca per poi proseguire la visita in bicicletta. L'occasione è stata preziosa per fare conoscere le eccellenze conservate all'interno dell'azienda speciale e le numerose attività pensate per proteggere l'equilibrio dell'ecosistema.

2.3 Azioni future per informare e coinvolgere il sistema turistico locale

Nel mese di aprile 2016 è in programma un incontro aperto al pubblico per presentare la prima versione del DP Caorle 2020. Nei capitoli 4 e 5 sono previste altre azioni finalizzate a continuare il processo di progettazione partecipata come metodo per la definizione dei nuovi prodotti turistici e per l'avvio della operatività della OGD. Questi processi dovranno prevedere anche il coinvolgimento delle aree rurali dove occorre sviluppare maggiormente la coscienza e la cultura turistica.

3. IL FENOMENO TURISTICO DELL'OGD "DMO CAORLE"



Nel panorama turistico europeo Caorle lega il suo nome a quello del litorale dell'Alto Adriatico contribuendo in modo significativo a dare vita ad una delle regioni turistiche più importanti del bacino del Mediterraneo. A differenza delle vicine località balneari, **Caorle** si differenzia per aver costruito la località turistica attorno ad un centro storico dove si respira ancora un'atmosfera tipicamente veneziana. Tale patrimonio storico accumuna il centro lagunare alla vicina Concordia Sagittaria, le cui origini romane affiorano nella rilevante area archeologica attigua alla cattedrale di Santo Stefano Protomartire. Il fenomeno turistico, che ha visto uno sviluppo tumultuoso a partire dagli anni cinquanta del Novecento, in quest'area è stato spinto esclusivamente dalla villeggiatura balneare. Il turismo quindi ha coinvolto essenzialmente Caorle, andando ad aggiungere all'economia locale un'attività complementare ed integrativa a quelle già consolidate della pesca e dell'agricoltura. Nello stesso periodo storico il settore primario, favorito dalle estese bonifiche novecentesche, è stato centrale per lo sviluppo di **Concordia Sagittaria**, i cui residenti hanno trovato successivamente nella vicina Portogruaro opportunità di occupazione nell'artigianato, nei servizi e nell'industria.

La recente evoluzione della domanda turistica e il cambiamento del fenomeno della villeggiatura estiva stanno modificando il fenomeno turistico a Caorle. Questo significa che il turista è sempre più esigente e chiede prodotti sofisticati dove sia esaltata la componente esperienziale della vacanza al mare. Queste dinamiche portano ad un adeguamento dei servizi balneari e ad un ripensamento della stagione turistica e dei luoghi deputati al turismo.

Tali scenari si possono comprendere meglio analizzando i dati quantitativi e qualitativi riportati nel paragrafo seguente che descrivono il fenomeno turistico dell'OGD "DMO Caorle". Completano lo scenario introduttivo un'analisi SWOT della destinazione, un'analisi di benchmarking tra Caorle e le vicine Bibione, Jesolo – Eraclea, Cavallino Treporti e un approfondimento del profilo del turista che sceglie le vacanze natura, attiva ed enogastronomica in Veneto.

3.1 Analisi quantitativa del turismo a Caorle

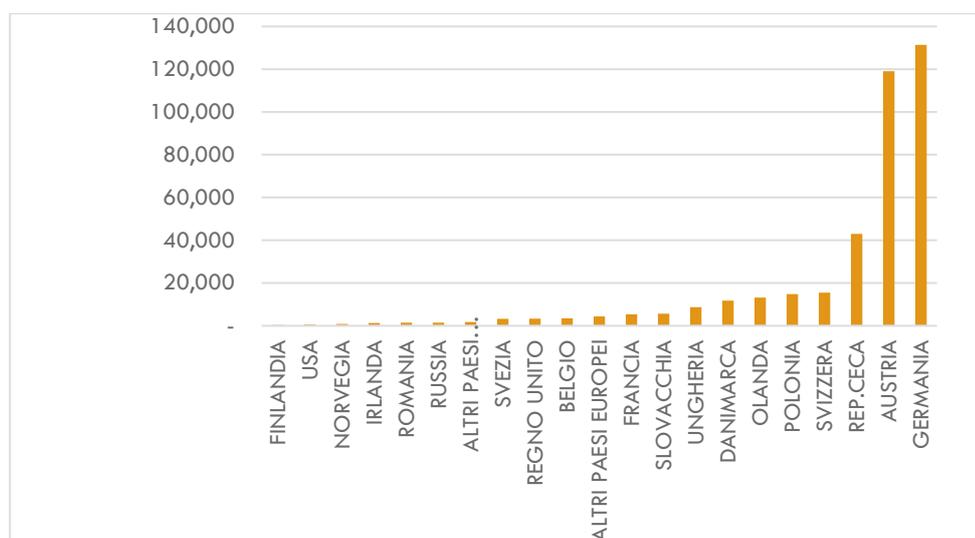
Caorle è una città di circa 11.000 abitanti in grado di offrire ospitalità in oltre 250 strutture alberghiere di dimensioni piccole e medie, in numerosi appartamenti, villaggi turistici e campeggi. I servizi per il turismo balneare sono di eccellenza. Dal 1992 le spiagge ricevono il riconoscimento “bandiera blu”, le due darsene hanno una capienza complessiva di circa 1000 posti barca e i 18 chilometri di arenile sono divisi in due spiagge attrezzate (Levante e Ponente) alle quali si aggiungono Porto Santa Margherita, Duna Verde, Lido Altanea e la riserva naturalistica di Valle Vecchia. Secondo le statistiche regionali 2015 Caorle è stata frequentata da 631.879 turisti, ripartiti fra 62% stranieri e 38% italiani per un totale di 4.282.036 presenze. Numeri che fanno di **Caorle il quinto comune turistico del Veneto**. Tuttavia dal confronto con le statistiche degli ultimi cinque anni emerge che l’andamento delle **presenze a Caorle** è negativo: - 1,0 % rispetto al 2014 e - 5,9 % rispetto al 2011 (tabella 1). La permanenza media è di 6,8 giorni che si alza a 7,2 per i turisti stranieri.

Tabella 1 Presenze a Caorle dal 2011 al 2015

Anno	Presenze	%
2015	4.282.036	-1,02
2014	4.326.477	-0,81
2013	4.361.753	-3,83
2012	4.535.394	-0,35
2011	4.551.099	

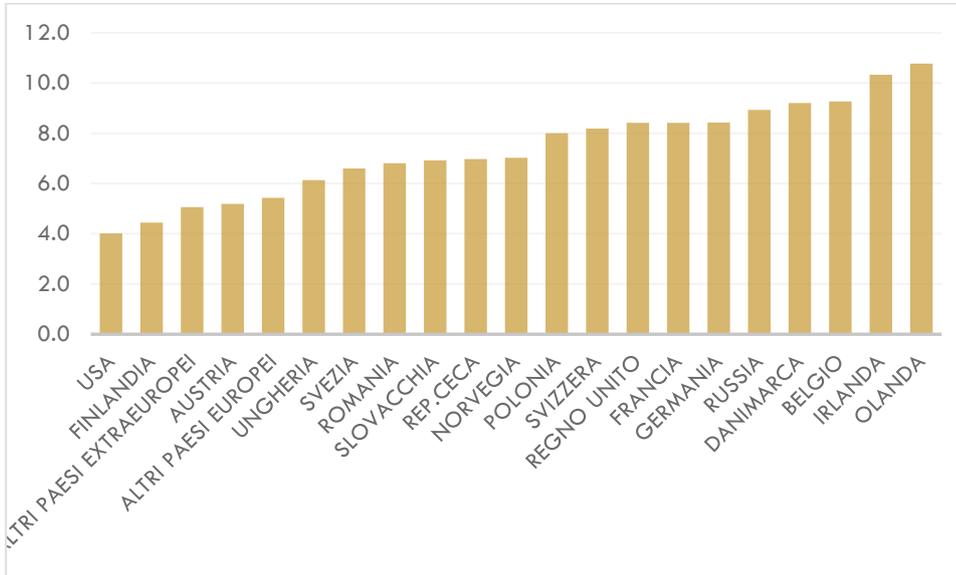
Nel 2015 è aumentato il flusso di **arrivi** provenienti da Francia, Slovacchia e Polonia, mentre è calato quello dei mercati di riferimento come la Germania - 2,25%, l’Austria, la Danimarca e il Belgio.

Grafico 1 Arrivi 2015 divisi per nazionalità



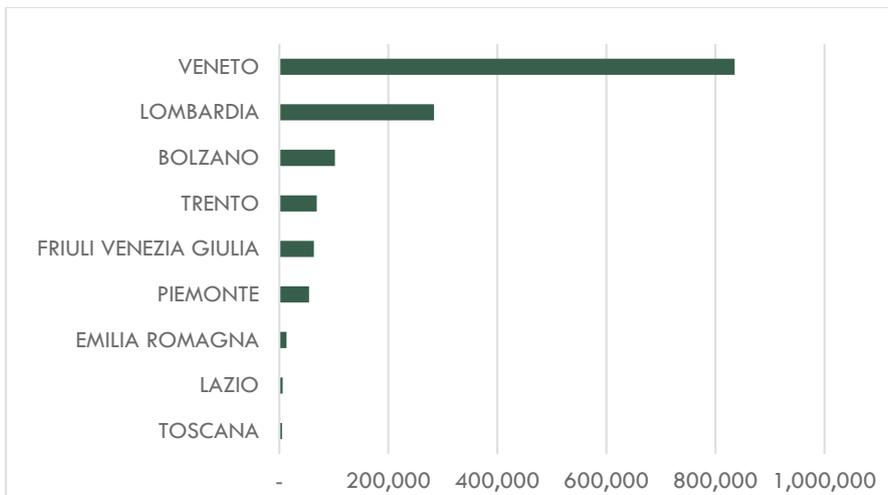
Se il turista austriaco ha una **permanenza media** di circa 5 giorni, inferiore a quella italiana che è di 6,2 giorni, ben più significativa e la presenza di turisti svizzeri, francesi, tedeschi che si attesta a circa 8 giorni. Migliore è la permanenza degli olandesi che supera i 10 giorni (grafico 2).

Grafico 2 Permanenza media dei turisti stranieri 2015



La capacità attrattiva di Caorle sul **mercato italiano**, notoriamente ricco di destinazioni balneari, si concentra nel territorio del Nordest con l’aggiunta della Lombardia e Piemonte (Grafico 3). Occorre specificare che rispetto all’anno precedente, il 2015 ha visto un aumento significativo in termini percentuali di turisti provenienti da Veneto 4,40%, Lombardia 5,46% e Bolzano 9,10% e un calo di turisti friulani – 2,82%. Nel complesso si accentua il fenomeno dello *short break* con una permanenza media del turista italiano da 6,4 giorni del 2014 a 6,1 giorni del 2015.

Grafico 3 Principali regioni di provenienza dei turisti italiani a Caorle 2015



Focalizzando l’attenzione sulla distribuzione dei flussi turistici nelle diverse tipologie di **strutture ricettive** (tabella 2) notiamo che il 26,84% delle presenze si concentra negli alberghi e ben il 73,16% riguarda

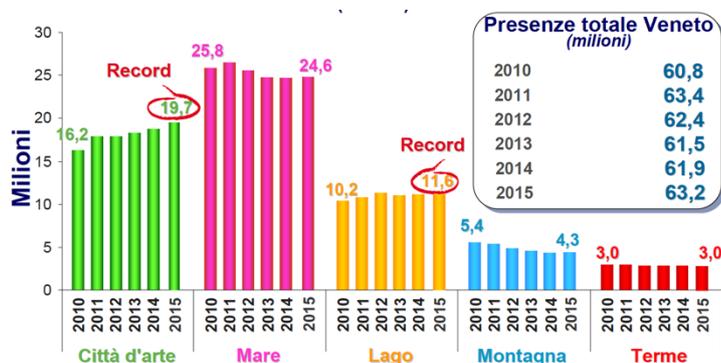
l'extra alberghiero. In particolare, villaggi e campeggi hanno registrato una tenuta delle presenze 1,55% mentre gli alloggi privati hanno subito una diminuzione del -3,67%. Il settore alberghiero ha visto un complessivo aumento delle presenze + 2,83%, grazie ai risultati degli hotel tre stelle, mentre hanno sofferto sia le strutture due stelle -3,20% che quelle a quattro stelle - 2,13%.

Tabella 2 Andamento degli arrivi e le presenze nelle strutture ricettive

Categoria e tipo di alloggio	Presenze				Perman. Media	
	2014	2015	Diff. %	% sul Tot.	2014	2015
Alberghi ****	115.594	113.131	-2,13%	2,65%	5,4	5,3
Alberghi ***	715.773	749.033	4,65%	17,53%	4,5	4,4
Alberghi **	134.135	129.848	-3,20%	3,04%	4,7	4,7
Alberghi *	76.925	76.747	-0,23%	1,80%	5,0	5,0
RTA (Res. Tur. Alb.)	72.647	77.884	7,21%	1,82%	6,4	5,7
TOTALE ALBERGHI	1.115.074	1.146.643	2,83%	26,84%	4,7	4,6
Alloggi Privati	1.339.962	1.290.798	-3,67%	30,21%	8,8	8,7
Campeggi / Vill.Turistici	1.696.239	1.722.449	1,55%	40,32%	8,0	8,0
Altre Strutture	111.850	112.492	0,57%	2,63%	8,4	8,4
TOTALE EXTRALB.	3.148.051	3.125.739	-0,71%	73,16%	8,3	8,2
TOTALE GENERALE	4.263.125	4.272.382	0,22%	100,00%	6,9	6,8

Nell'insieme l'analisi quantitativa dei flussi turistici dello scorso 2015 a Caorle conferma il trend degli ultimi cinque anni e si allinea a quello del comprensorio turistico "mare in Veneto" (grafico 4). Di fronte ad un trend regionale in crescita, il mare, come la montagna e le terme, mostra i segnali di maturità del mercato: rallentamento della crescita, stagnazione dei prezzi, profitti unitari bassi e forte competizione.

Grafico 4 Turisti sul territorio veneto per comprensorio turistico. Presenze in milioni (2010:2015)



3.2 Analisi quantitativa del turismo a Concordia Sagittaria

Come ricordato precedentemente Concordia Sagittaria non ha vissuto lo sviluppo turistico della seconda metà del Novecento, pur essendo confinante con importanti località come Caorle e Bibione. In questo paese della Venezia Orientale, abitato da circa 10.000 abitanti e dalle importanti risorse culturali e naturalistiche, il turismo è un fenomeno marginale che coinvolge direttamente 5 alberghi, due affittacamere e 7 bed & breakfast (tabella 3). Tuttavia non bisogna dimenticare che molti residenti lavorano nelle strutture turistiche delle spiagge durante la stagione turistica.

Tabella 3 Strutture ricettive a Concordia Sagittaria

Tipologia e numero	Classificazione	Posti Letto
2 Alberghi	3 Stelle	45
3 Alberghi	2 Stelle	38
2 Affittacamere	3 Categoria	18
7 Bed & Breakfast	-	27

Gli arrivi nel 2015 sono stati circa 3.000, di cui due terzi italiani. La tabella 4 evidenzia come gli arrivi sono aumentati del 5% negli ultimi cinque anni, mentre le **presenze** sono calate del 25% a causa di una riduzione significativa dei giorni di permanenza. Dai quasi 5 giorni del 2012 si è passati ai 2,7 del 2015. Sono dinamiche significativamente diverse da quelle registrate nella vicina Caorle che disegnano un fenomeno che non è legato alle vacanze estive e al prodotto turistico spiaggia.

Tabella 4 Arrivi e Presenze a Concordia Sagittaria dal 2011 al 2015

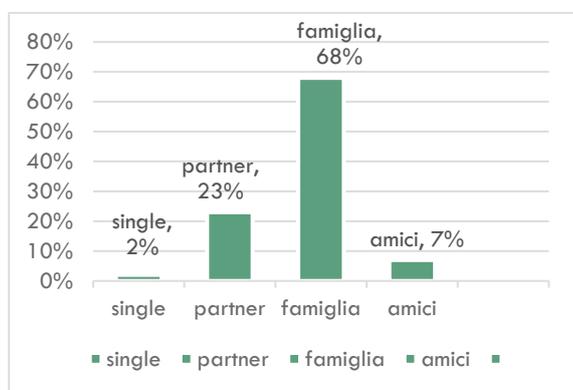
Anno	Arrivi	Presenze
2015	2.905	8.084
2014	2.902	9.100
2013	2.175	10.752
2012	2.406	11.647
2011	2.745	10.800

Se da un lato il turismo balneare assume un ruolo marginale, riveste un valore particolare il **turismo culturale**, il cui dato più significativo è quello del numero di accessi all'area archeologica: circa 15.000 nella basilica Paleocristiana e di 7.800 nel Museo Nazionale Concordiense. Alla valenza culturale si lega quella **religiosa**, Concordia Sagittaria è sede vescovile della diocesi di Pordenone – Concordia. Il paese conserva le antichissime testimonianze dei primi martiri cristiani ed è meta di pellegrinaggi. La presenza di importanti vie d'acqua come il Lemene e il Livenza ha recentemente acceso l'interesse verso il **turismo fluviale**. Imprenditori locali e compagnie di navigazione propongono mini crociere sul fiume e vacanze in *house boat* sulle rotte della Litoranea Veneta. Negli ultimi anni la città è stata coinvolta in diversi progetti e iniziative di sviluppo del turismo territoriale sostenuti dal Comune e dal vicino VeGAL.

3.3 Analisi customer satisfaction a Caorle

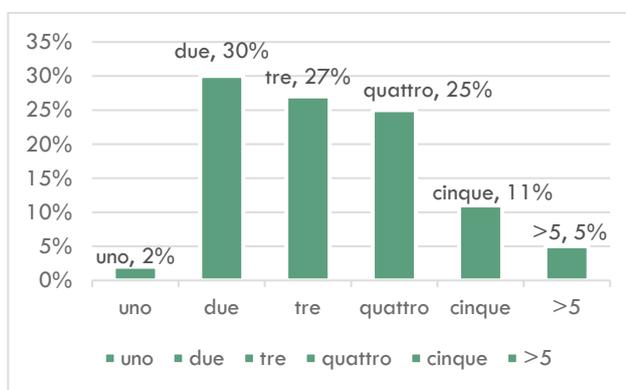
Il Consorzio Arenili e il Comune di Caorle a partire dal 2014 ha commissionato uno studio per ottenere informazioni sul grado di soddisfazione dei turisti che frequentano le spiagge di Caorle. Per fare questo nei mesi di luglio ed agosto dello scorso anno un gruppo di rilevatori hanno raccolto 1.346 interviste nei giorni di giovedì, venerdì e domenica. Il primo dato significativo riguarda il **grado di fidelizzazione**: l'83% degli intervistati aveva già soggiornato a Caorle. Il 33% degli intervistati ricade nella fascia di età dai 36 ai 45 anni, il 22% tra i 46 e i 55anni, il 16% tra i 26 e i 35 anni, il 14 % ha un'età superiore ai 55 anni e 13% età inferiore ai 25 anni. I grafici 5 e 6 descrivono la composizione dei gruppi di turisti.

Grafico 5 Composizione dei gruppi di turisti



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

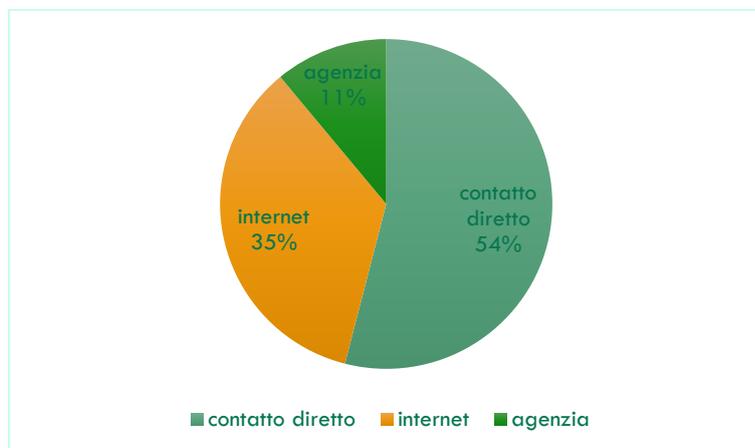
Grafico 6 Numero di componenti dei gruppi di turisti



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

La maggioranza di turisti ha prenotato la vacanza a Caorle utilizzando i **contatti diretti** 54%, una quota significativa pari al 35% ha utilizzato internet, mentre l'11% si è servito dell'agenzia turistica (grafico 7).

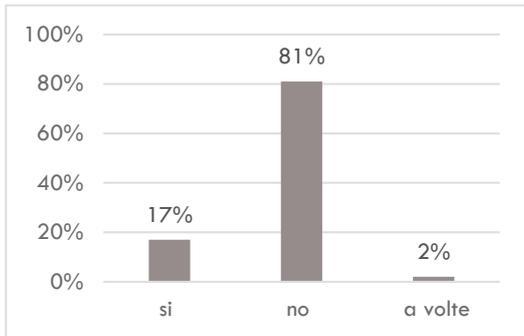
Grafico 7 Modalità di prenotazione della vacanza



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

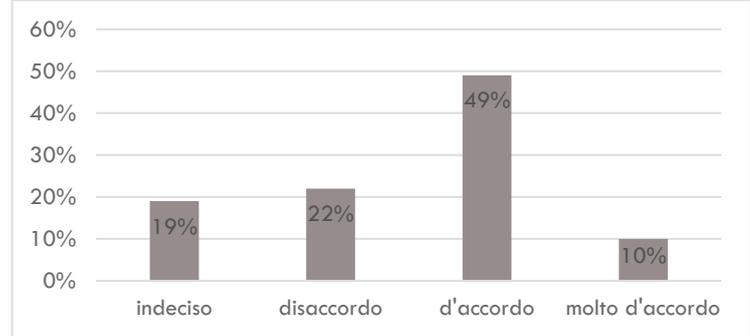
Particolarmente interessanti sono i giudizi degli intervistati riguardo **l'utilizzo dell'automobile** e le politiche della mobilità. Il grafico 8 evidenzia come l'81% del campione dichiara di non utilizzare l'auto durante il soggiorno e circa il 60 % di questi dimostra un giudizio positivo rispetto all'idea di limitare la circolazione delle auto nelle strade limitrofe alle spiagge. Solo il 22% ha espresso un giudizio negativo alla proposta.

Grafico8 Utilizzo dell'auto durante il soggiorno a Caorle



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

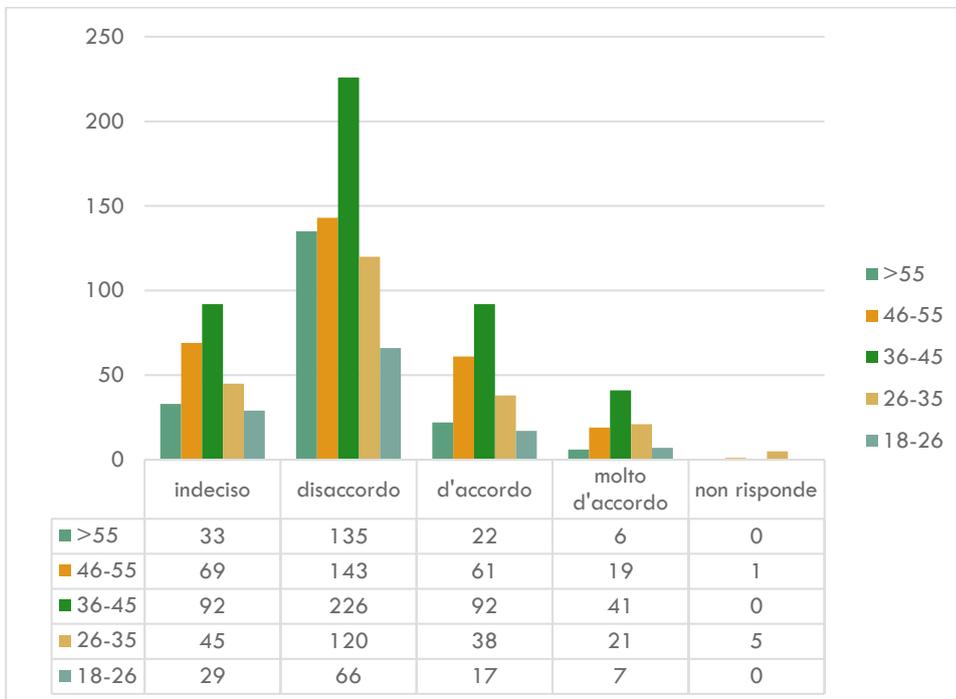
Grafico9 Giudizio sulla proposta di chiudere al traffico le strade vicino alle spiagge



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

Risulta più articolato il giudizio sulla proposta di limitare l'accesso a Caorle da parte delle automobili, come evidenzia il grafico 10. In questo caso prevalgono i contrari alla proposta di limitare l'uso dell'auto per accedere a Caorle.

Grafico 10 Giudizio dei turisti sulla proposta di limitare l'accesso a Caorle in auto

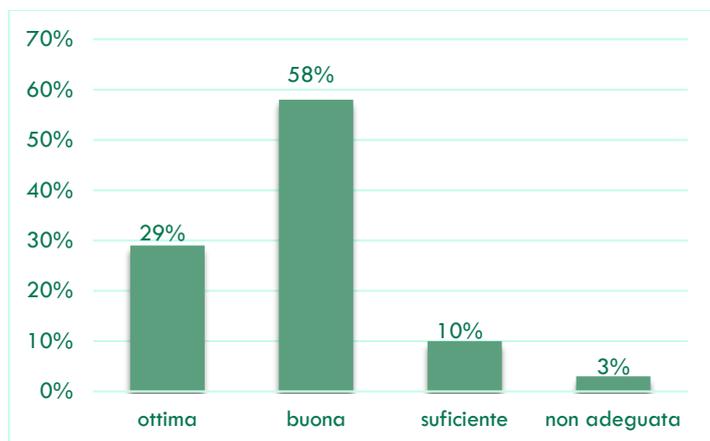


Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

Il **grado di soddisfazione** dei turisti sul livello dei servizi offerti dalle spiagge è generalmente soddisfacente; sia per quello che riguarda la pulizia, (grafico 11) solo il 3% lo reputa non adeguato,

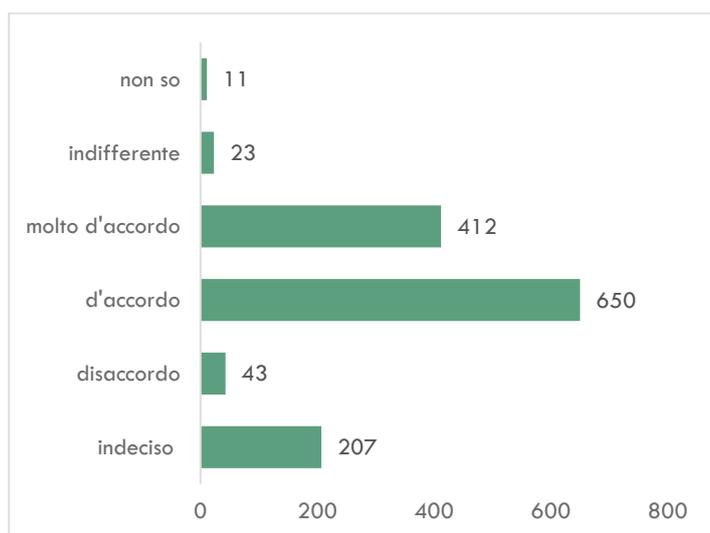
che per quanto attiene all'organizzazione di attività ludico ricreative (grafico 12). Anche il giudizio sul rispetto dell'ambiente in spiaggia è positivo come evidenzia il grafico 13.

Grafico 11 Giudizio dei turisti sulla qualità della pulizia delle spiagge di Caorle



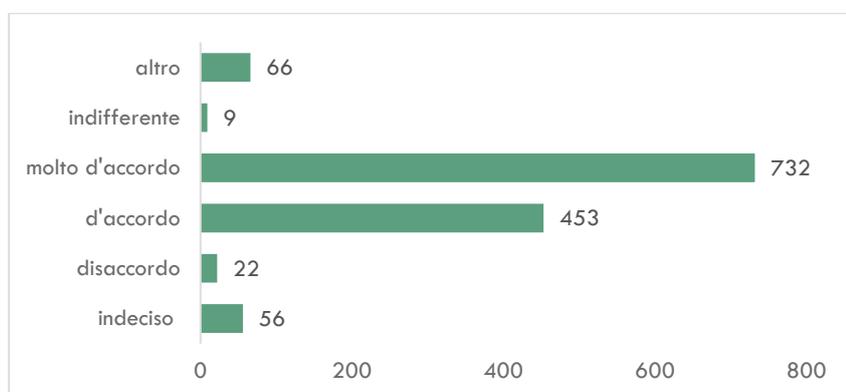
Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

Grafico 12 Giudizio sull'organizzazione delle attività ludico - ricreative in spiaggia



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

Grafico 13 Giudizio su attività ambientali in spiaggia



Fonte: Progetto Rileva Caorle 2015

3.4 Analisi SWOT partecipata del sistema turistico DMO Caorle

Nell'ambito dei processi partecipativi realizzati lo scorso anno, si è lavorato assieme alla realizzazione dell'analisi SWOT della **Destinazione Caorle**. Questa analisi permette di evidenziare i punti di forza e i punti di debolezza interni al sistema turistico locale e di far emergere anche le opportunità e i rischi determinati da fattori esterni all'organizzazione turistica locale. Al fine di semplificare le procedure si è deciso da un lato di concentrarsi solo su punti di forza, punti di debolezza e opportunità del sistema turistico locale e dall'altro di animare la discussione su argomenti specifici inerenti al turismo balneare. Di seguito si riportano le sintesi delle attività svolte. I fattori riportati nelle tabelle seguenti sono serviti per la definizione delle linee strategiche e delle azioni descritte nei capitoli successivi.

ORGANIZZAZIONE TURISTICA TERRITORIALE, PROMOZIONE, IMMAGINE, MARCHIO

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Consorzio Arenili, Spiagge	Mancanza di una promozione forte, mirata e coordinata
Centro storico vivibile ed autentico	Scarsa conoscenza del prodotto tipico "Moscardino di Caorle"
Presenza del Santuario dell'Angelo e della Cattedrale	Mancanza di progettualità turistica
OPPORTUNITÀ	Mancanza di manager turistico
Valorizzazione turistica della Laguna di Caorle - Valle Vecchia e dei suoi casoni	Eccessiva dipendenza da booking esterni
	Mancanza di una tematizzazione dell'offerta turistica
Organizzazione di nuovi periodi a medio e lungo termine	Mancanza di un brand turistico
Valorizzazione del "mito" turistico Venezia	Comunicazione degli eventi non adeguata alla finalità turistiche
	Difficoltà di reperire informazioni sugli eventi
Sinergia con sistema turistico delle vicine spiagge venete	Scarsa cultura turistica territoriale

CONTESTO TERRITORIALE: AMBIENTE, PAESAGGIO, ECOLOGIA, INFRASTRUTTURE PUBBLICHE, URBANISTICA, TRAFFICO, COMMERCIO

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Mare (Bandiera Blu)	Traffico: pessima accessibilità
Depuratore	Scarsi parcheggi
Laguna (Flora, Fauna, Hemingway)	Viabilità scarsa
Centro Storico	Commercio-shopping: limitato alla stagionalità
Prodotti tipici	Poche zone verdi
	Piste ciclabili insufficienti
OPPORTUNITÀ	Commercializzazione dei prodotti tipici insufficiente
Laguna – Casoni – Paesaggio	Autobus di linea non adeguati: rumorosi e inquinanti
Centro storico (servizi turistici per la valorizzazione delle risorse)	Trasporto fluviale non sviluppato adeguatamente
Percorsi subacquei,	Raccolta differenziata da migliorare
Mercato ittico aperto – Pesca Turismo	Scarsi collegamenti tra periferia e centro storico
Mercato centro storico	Servizi trasporto pubblico non orientato al turismo "biglietto unico – servizio intermodale"
Produzioni biologiche	Connettività Wi- Fi in centro
Riprogettare i principali assi viari (Viale Santa Margherita)	
Vie fluviali	
Prodotti tipici "Pescaori"	
Scuola professionale turistica "Giovanni XXIII"	

STRUTTURE RICETTIVE: ALBERGHIERE – EXTRA ALBERGHIERE – RISTORAZIONE

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Hotel	Hotel
Gestione familiare	Skyline (architettura anonima)
Skyline (piccole dimensioni)	Piccole dimensioni aziendali
Flessibilità dell'offerta	Pochi spazi verdi
Buona cucina	Scarseggiano SPA, piscine e parcheggi
"Arrivi da ospite e parti da amico"	Scarso aggiornamento professionale
Extra alberghiero	Extra alberghiero
Agriturismi di buona qualità	Sistema non collegato con l'alberghiero
Villaggi turistici di buona qualità	Molti appartamenti da ammodernare
Campeggi di buona qualità	Gastronomia non propone piatti tipici
Appartamenti di buona qualità nelle nuove realizzazioni	Normativa non adeguata rispetto alle necessità del mercato
Ristorazione	Ristorazione
Menù con offerta tipica	Nessuna eccellenza
Buon livello qualitativo	Difficoltà di riqualificare le strutture
Gruppo di ristorazione caorlotta	

INFRASTRUTTURE TURISTICHE PER LO SPORT, IL TEMPO LIBERO, LA CULTURA. MANIFESTAZIONI ED EVENTI

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Stadio – palazzetto – golf – tennis - piscina	Noleggio mezzi nautici
Casoni pescatori	Manifestazioni ed eventi di interesse turistico
Spiaggia attrezzata con animazione	Museo del mare
Regate e corsi di vela	Spazi ludico ricreativi coperti per bambini
Campo di volo	Scarsa rete di informazione
Corsi di voga	Manca il cinema
Teatro di strada	Attività sportive in mare
Parco Acquatico "Acquafollie"	
OPPORTUNITÀ	Teatro incompleto
Pala "Expomar"	Arena per manifestazioni turistiche
Manifestazioni ed eventi di interesse turistico	Manca una programmazione turistica degli eventi
Centro policulturale Bafile	

3.5 Benchmarking: confronto tra Caorle ed alcune destinazioni balneari del Veneto.

Al fine di valutare il grado di competitività della destinazione Caorle con le vicine spiagge si è svolta un'analisi di benchmarking che si basa sull'utilizzo di una matrice predisposta da UNWTO. Si tratta di una metodologia che facilita il confronto fra destinazioni, le quali sono analizzate sulla base di alcuni indicatori quantitativi e qualitativi. Occorre specificare che da un lato si è fatto uso di statistiche turistiche della Regione Veneto e dall'altro si è valutata l'offerta dei prodotti turistici come presentata dai siti internet istituzionali delle destinazioni. I diversi approcci alla promozione turistica dei siti hanno lasciato maggiore spazio all'interpretazione per confrontare le performance turistiche delle destinazioni. La tabella 5 mette in luce che nel segmento di mercato turismo balneare c'è un certo grado di diversità fra le spiagge venete. Caorle presenta maggiori affinità con Bibione per quello che riguarda i mercati di riferimento, i segmenti target e conseguentemente l'andamento di mercato (negativo per entrambe). **La differenziazione** cresce passando da Cavallino – Treporti a Jesolo – Eraclea; con la prima destinazione Caorle condivide i segmenti di mercato di riferimento (famiglie) e i dieci mercati di origine, mentre con Jesolo le affinità sono maggiori nelle distanze con i mercati di riferimento. Tutte le destinazioni condividono lo stesso periodo di picco della stagione turistica. Queste considerazioni verranno riprese nella indicazione delle strategie di sviluppo descritte nel capitolo 4.

Tabella 5 Benchmarking tra Caorle e Bibione, Jesolo-Eraclea, Cavallino - Treporti

Caorle vs spiagge venete 1= molto differente 5 = molto simile	Bibione	Jesolo - Eraclea	Cavallino - Treporti
Top 10 mercati origine	5	3	4
Distanza dai mercati chiave	5	4	3
Crescita media degli ultimi 5 anni	4	2	2
Mesi di picco turistico	5	5	5
Prodotti turistici promossi	3	3	4
Segmenti di mercato di riferimento	4	3	5

Fonte: Ns elaborazione

3.6 Turismo enogastronomico, turismo naturalistico e vacanza attiva in Veneto

In questa sede ci sembra significativo riportare i risultati di due recenti indagini condotte dalla Regione Veneto che sono servite per conoscere il profilo dei turisti amanti dell'enogastronomia (grafico 14), della natura (grafico 15) e del cicloturismo (grafico 16). **L'enogastronomia** è una risorsa dal momento che in questo territorio è radicata la tradizione culinaria ed è molto ricca l'offerta di eccellenze agricole, orticole ed ittiche registrate nell'Atlante dei prodotti a marchio e tradizionali del Veneto. Molte di queste sono valorizzate dalla Strada del Vino Lison Pramaggiore. Se il turista enogastronomico si caratterizza per una maggiore capacità di spesa e per un'età inferiore rispetto al turista medio, quello che ama **la natura e la vacanza attiva** abbraccia una più ampia fascia di età e dimostra una maggiore propensione alla fidelizzazione.

Grafico 14 Turismo enogastronomico in Veneto

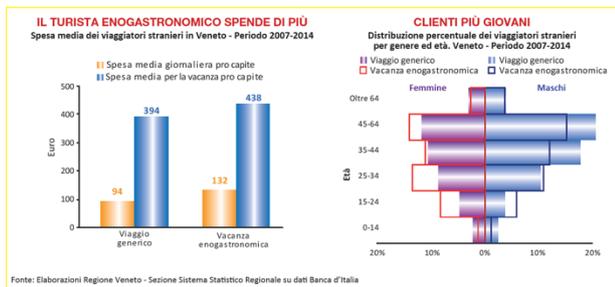
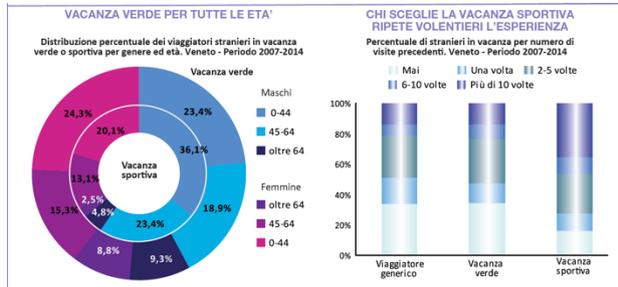


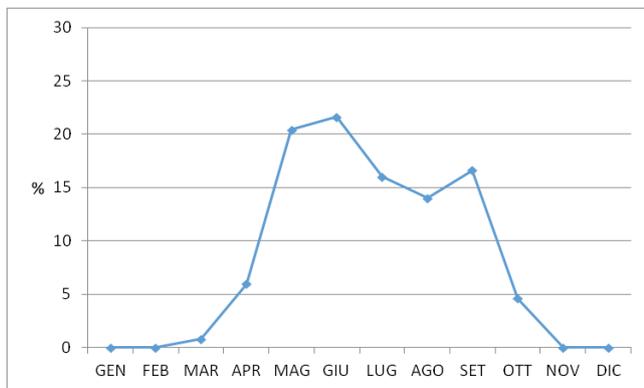
Grafico 15 Turismo naturalistico e vacanza attiva in Veneto



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto – Sezione Sistema Statistico Regionale su dati banca d'Italia, 2015

Non meno interessante è il profilo del **turista in bicicletta** che sceglie la vacanza lungo la Ciclovía delle Spiagge I3 (Venezia – Trieste – Parenzo). Oltre ad una buona disponibilità di spesa, da 80 €/giorno turista individuale a 150 €/giorno con tour operator, il cicloturista è un target interessante perché frequenta il territorio litoraneo principalmente in primavera e in autunno. La stagionalità è condizionata favorevolmente dalle condizioni climatiche e dalla disponibilità ricettività in bassa stagione.

Grafico 16 Distribuzione annuale degli cicloturisti che frequentano la Ciclovía delle Spiagge I3.



Fonte: Veneto in bicicletta, 2015

4. DEFINIZIONE DELLE LINEE STRATEGICHE



Le analisi quantitative e qualitative delle performance turistiche della DMO Caorle da un lato hanno attestato la condizione maturità del turismo balneare e dall'altro hanno dimostrato le opportunità di intercettare una nuova domanda turistica anche grazie alle favorevoli risorse naturalistiche e culturali del territorio. **L'obiettivo generale** in questa nuova fase di avvio della DMO è quello di pianificare il turismo in modo da rigenerare qualitativamente la destinazione, introducendo innovazione di prodotto e di processo. Tale obiettivo richiede una strategia che si attua attraverso obiettivi specifici, azioni misurabili e monitorabili nel tempo. Una strategia riassunta nel seguente quadro logico (figura 2) e descritta nei tre paragrafi successivi.

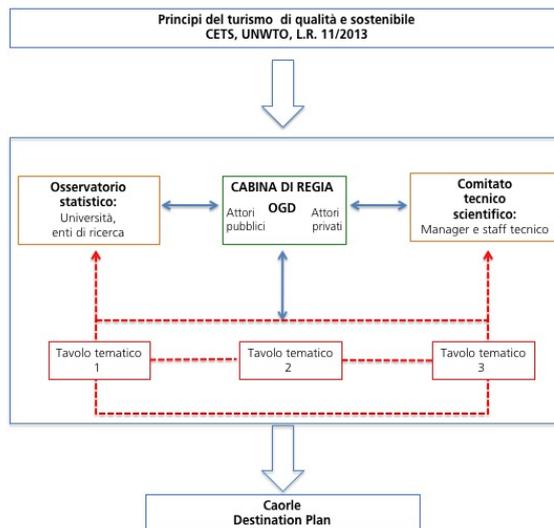
Figura 2 – Quadro logico della strategia adottata dal DP Caorle 2020

Obiettivo generale	Obiettivi specifici	Azioni	Indicatori monitoraggio valutazione
Rigenerare qualitativamente la destinazione anche introducendo innovazione di prodotto e di processo nel sistema turistico locale	Organizzare la governance turistica	<ol style="list-style-type: none"> 1) Adottare un modello di governance 2) Attivare il processo Marchio d'Area 3) Coordinamento destinazioni balneari e territorio rurale vicino 4) Migliorare la dotazione infrastrutturale della destinazione 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Social network analysis 2) Impatti sull'occupazione
	Migliorare la comunicazione globale	<ol style="list-style-type: none"> 1) Comunicazione istituzionale 2) Comunicazione interna della filiera turistica 3) Comunicazione turistica rivolta ai mercati 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Strumenti ed indicatori digitali intranet e/o forniti da ISP 2) Strumenti ed indicatori digitali Google Analytics e simili
	Implementare il destination management	<ol style="list-style-type: none"> 1) Rigenerare il turismo balneare 2) Progettare nuovi prodotti complementari 3) Riqualificare i servizi turistici: ospitalità, ristorazione e shopping 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Analisi statistiche arrivi e presenze 2) Indici di competitività della destinazione
	Sviluppare il destination marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tematizzazione della vacanza e rivitalizzare i club di prodotto 2) Eventi 3) City marketing: azioni per il commercio 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Analisi statistiche arrivi e presenze in relazione a eventi 2) Iscritti ai corsi di formazione 3) Analisi dati portali turistici

4.1 Governance turistica: organizzazione, processi partecipativi e politiche di coordinamento

In riferimento alle modalità organizzative della OGD, la Delibera Regionale n. 2286/2013 prevede che le stesse possano essere le più diverse, in modo tale che siano gli stessi soggetti che operano nelle destinazioni ad individuare le migliori modalità di coordinamento e raccordo operativo. Il diagramma seguente (figura 3) riporta lo **schema di governance** proposto per attuare la strategia della DMO Caorle e Concordia Sagittaria. L'evoluzione del turismo in chiave esperienziale porta ad una segmentazione dell'offerta e comporta la progettazione di prodotti turistici sofisticati. L'organizzazione turistica pertanto necessita di nuove professionalità, il cui contributo deve essere coordinato e condiviso da un sistema turistico composto da molteplici parti messe in relazione tra di loro. La cabina di regia è composta da soggetti pubblici e privati della DMO ed è l'unico organismo ad avere potere decisionale. L'azione operativa è ispirata da un comitato tecnico scientifico guidato da un destination manager, affiancato da esperti di comunicazione e marketing e dal personale interno alla DMO. Al fine di garantire il corretto funzionamento del processo decisionale, la DMO Caorle si doterà di un osservatorio tecnico di parte terza che attraverso gli indicatori proposti dal DP nel capitolo 6 si occuperà di monitorare lo sviluppo della strategia e di valutare i risultati raggiunti. Il diagramma esprime un processo di lavoro in grado di superare il semplice sviluppo spontaneo e di tendere alla realizzazione di azioni che trasformino le risorse locali in prodotti potenziali, attraverso un'offerta strutturata a forma di network e in un'ottica di sostenibilità.

Figura 3 – Diagramma logico dello schema di governance turistica dell'OGD "DMO Caorle"



I principi della buona governance nel prossimo capitolo si attueranno in tre azioni pensate per organizzare lo schema di governance (azione 1), attivarne il processo di funzionamento attraverso l'avvio del Marchio d'Area (azione 2) e curare il coordinamento con le destinazioni turistiche circostanti per il raggiungimento di finalità comuni in termini di dotazione infrastrutturale per il turismo, sinergia nelle attività di formazione, promozione e commercializzazione dei prodotti turistici (azione 3).

4.2 Destination Management: target, prodotti e servizi di qualità

Il ruolo della DMO Caorle Concordia Sagittaria si esprime nell'insieme delle attività necessarie per creare una visione condivisa a partire dal patrimonio di risorse e competenze disponibili, di accordi tra attori (pubblici e privati), stimolando la partecipazione di tutti questi soggetti al disegno complessivo del territorio. Questa visione deve dare vita a nuovi prodotti turistici i quali sono espressione delle risorse del territorio e al contempo prodotti ricercati dal turista. La figura 4 rielabora l'**offerta turistica** della DMO tenendo conto delle risorse del sistema territorio e delle **motivazioni di viaggio** del turista europeo. Dai dati pubblicati da Eurobarometro (allegato 2), le motivazioni di viaggio del turista europeo sono: mare e sole (46%), visite a familiari e amici (34%), natura (30%), cultura, arte e gastronomia (25%), visita alle città d'arte (23%), sport (14%), wellness (13%), eventi (8%). Lo schema che riassume l'offerta turistica della DMO Caorle riconosce due prodotti principali e propone quattro prodotti complementari.

Figura 4 – Suddivisione dell'offerta turistica dell'OGD "DMO Caorle"

Destinazione	Prodotti principali	Prodotti complementari
"DMO CAORLE"	<p>Mare - Spiaggia Spiaggia di Levante Spiaggia di Ponente Porto Santa Margherita Altanea Duna Verde</p> <p>Cultura – archeologia – arte sacra Area archeologica di Concordia Sagittaria Centro storico di Caorle Cattedrale e battistero di Concordia Duomo e Santuario di Caorle</p>	<p>Vacanza attiva Cicloturismo leisure Sport Vela e voga alla veneta</p> <p>Vacanza natura Laguna di Caorle Valle Vecchia Pesca turismo e ittiturismo</p> <p>Turismo fluviale House boat Mini crociere Cayak e canoa</p> <p>Enogastronomia Strada del Vino di Lison Pramaggiore Varietà di prodotti a marchio Cultura gastronomica</p>

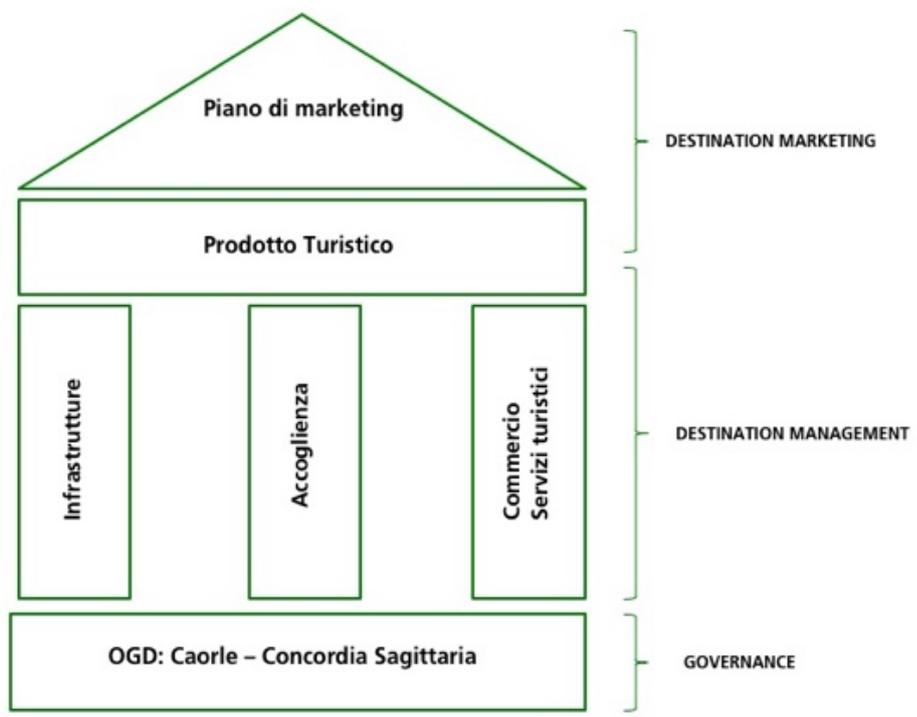
Compito della DMO è anche quello di pianificare le azioni di promo-commercializzazione in modo da favorire il consolidamento della posizione nei mercati di riferimento e la penetrazione di nuovi mercati emergenti. Questo obiettivo deve essere perseguito avendo la consapevolezza che Caorle gode di una consolidata reputazione turistica in alcuni paesi europei: Germania, Austria, Svizzera e nelle regioni del Nord Italia. Si tratta di un patrimonio che deve essere valorizzato cogliendo le sfide del mercato globale. La figura 5 riassume gli **orientamenti di sviluppo** dei flussi di arrivi e presenze, evidenzia gli obiettivi di crescita o di consolidamento, specifica i segmenti di riferimento mettendoli in relazione con l'offerta turistica. Le scelte strategiche tengono in considerazione gli orientamenti di mercato espressi dalle indagini di mercato della Commissione Europea (allegato 2).

Figura 5 – Rappresentazione grafica del target turistico dell’OGD “DMO Caorle”

Destinazione	Mercati	Obiettivi	Target	Offerta
CAORLE	Italia Veneto Lombardia Trento – Bolzano Piemonte	Consolidare posizione 40 % delle presenze	Family Coppie Terza età	Spiaggia Vacanza cultura Vacanza attiva Vacanza natura Turismo enogastronomico
	Paesi di riferimento Germania Austria Svizzera Repubblica Ceca	Consolidare posizione 50 % delle presenze	Family Coppie Giovani	Spiaggia Vacanza natura Turismo fluviale Vacanza attiva Sport
	Paesi emergenti Polonia Paesi Bassi Paesi Scandinavi	Penetrare il mercato 10 % delle presenze	Family	Spiaggia Vacanza natura Turismo fluviale Turismo enogastronomico Vacanza cultura Vacanza attiva

Gli obiettivi di consolidamento dei mercati di riferimento o di penetrazione dei nuovi mercati emergenti richiede una strategia che metta al centro la qualità dell’offerta turistica. Non ci sono alternative di fronte ad una competizione globale che espone Caorle a fronteggiare la concorrenza con nuove destinazioni balneari emergenti, il cui punto di forza rimane il prezzo del prodotto. Occorre immettere nel mercato nuovi prodotti dall’alto contenuto valoriale e in grado di esaltare le specificità del territorio. Si tratta di prodotti turistici territoriali che prevedono il coinvolgimento della pubblica amministrazione per l’adeguamento infrastrutturale e il protagonismo di attori ed attività economiche per garantire accoglienza, shopping e servizi turistici all’altezza della sofisticata domanda turistica moderna. Queste azioni devono essere coordinate all’interno del sistema turistico locale secondo uno schema riassunto nel diagramma a casa raffigurato nella figura 6. Questo ha il pregio di stabilire una gerarchia di intervento: dalle azioni volte alla costituzione della DMO si passa prima al consolidamento dei servizi (intermodalità, trasporti, accoglienza, commercio e ristorazione) e poi alla progettazione del prodotto. Il processo si chiude con la definizione delle azioni di marketing. Lo schema evidenzia gli spazi d’azione dei diversi concetti di governance della destinazione, di destination management e di destination marketing. La seconda linea strategica del DP si articola con le azioni 4,5,6 sintetizzate nel capitolo seguente.

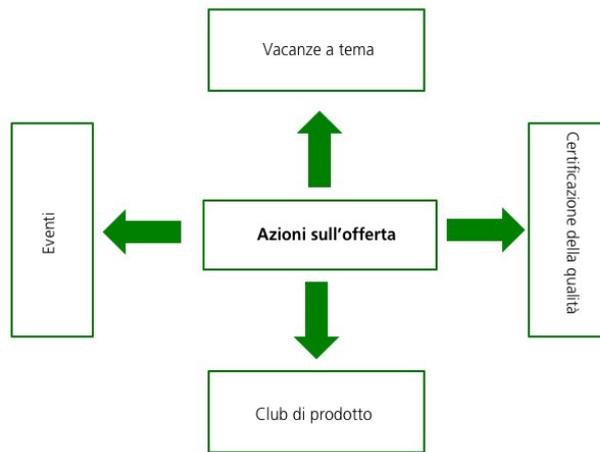
Figura 6 – Diagramma logico del sistema turistico dell’OGD “DMO Caorle”



4.3 Destination marketing e city marketing

La terza linea strategica del piano Caorle 2020 persegue l'obiettivo di attivare efficaci **azioni sull'offerta**. Queste riguardano sia la commercializzazione del prodotto turistico (destination marketing) che il miglioramento delle performance economiche del commercio e dello shopping (city marketing). Se nel primo caso si tiene conto del processo di segmentazione del mercato in nicchie, nel secondo è prioritario l'adeguamento qualitativo dell'offerta commerciale al fine di conservare la riqualificazione dei centri storici e l'allungamento della stagione turistica. La figura 7 riassume le quattro linee di intervento a cui corrispondono due azioni specifiche: tematizzazione della vacanza e club di prodotto (azione 7) e organizzazione e gestione di eventi (azione 8).

Figura 7 – Azioni sull'offerta per la commercializzazione del prodotto turistico dell'OGD "DMO Caorle"



Per raggiungere l'obiettivo di rivitalizzare l'attività commerciale si propongono tre linee d'azione riassunte nella figura 8: il miglioramento della cooperazione fra gli operatori dello shopping e dei servizi turistici. Si sente la necessità di migliorare le relazioni non solo commerciali fra gli imprenditori del turismo e del commercio. Occorre attivare un processo di condivisione della visione turistica della destinazione. A questo deve seguire la presa di impegni attraverso la condivisione di un disciplinare di qualità e la compartecipazione con il sistema turistico locale anche attraverso la costituzione di reti orizzontali di impresa. Al tal fine appare strategica l'azione 2 avvio del processo Marchio d'Area.

Figura 8 – Azioni sull'offerta per migliorare le attività commerciali dell'OGD "DMO Caorle"



4.4 Comunicazione: Istituzionale, Interna, Esterna

Per cercare di superare uno dei punti di debolezza del sistema turistico locale emerso dall'analisi SWOT, la DMO Caorle intende sfiluppare una linea strategica in grado di valorizzare il proprio patrimonio comunicativo, sfruttando nuovi strumenti e nuovi approcci legati al mondo dell'informazione moderna. Le azioni previste rafforzeranno i processi di interazione di tutti i paradigmi compresi nella comunicazione a) con la Pubblica Amministrazione; b) con le associazioni del territorio e la filiera ricettiva e del commercio; c) con il turista nazionale e internazionale. L'evoluzione dei consumi e l'impatto della multicanalità hanno ridisegnato i processi d'acquisto e di consumo negli ambienti digitali, favorendo da un lato gli aspetti legati al marketing tradizionale dall'altro moltiplicando lo sforzo comunicativo delle organizzazioni coinvolte nel dialogo con il turista. **Le parole chiave** della comunicazione della DMO Caorle saranno: condivisione, fiducia, partecipazione, contenuti generati dagli utenti. Il vantaggio di una comunicazione moderna si tradurrà principalmente con: a) un migliore collegamento fra gli attori ed il territorio; b) una migliore conoscenza degli aspetti comunicativi digitali. Questo permetterà alla DMO Caorle di migliorare la diffusione del prodotto legato alla destinazione nonché l'allineamento con gli aspetti comunicativi delle istituzioni. La gestione partecipata di Web e Social Media/Network e l'inserimento di contenuti personali verranno regolamentati e diretti da una redazione che gestirà **l'immagine coordinata**. Verrà implementata e rafforzata la rete delle comunicazioni intercomunali e soggetti volti all'ospitalità soprattutto nel creare forme di comunicazione per raggiungere destinatari potenzialmente interessati in sede regionale, nazionale e internazionale (azione 11). Gli altri interlocutori privilegiati sono: a) gli attori locali che costituiscono il sistema turistico locale, dagli operatori economici ai residenti (azione 12) b) i turisti, fruitori dei beni e servizi offerti dal pubblico/privato (azione 13). La capacità di comunicare diventa quindi potenzialità dello sviluppo, di valorizzazione degli aspetti tipici del patrimonio turistico di Caorle e del suo entroterra. Il territorio come sistema diventerà altamente competitivo e la necessità di competere con sistemi omogenei imporrà di adottare strategie di promozione territoriale tali da saper sfruttare le opportunità di comunicazione offerte dalle nuove tecnologie.

Figura 9 – Azioni per migliorare la comunicazione dell'OGD "DMO Caorle"



5. DEFINIZIONE DELLE AZIONI



Il presente capitolo ha l'obiettivo di presentare le azioni che la "DMO Caorle" intende intraprendere per dare forma alle linee strategiche precedentemente spiegate. Di seguito si riportano le tabelle che descrivono le singole azioni raggruppate seguendo le tre linee strategiche: governance, management e marketing. Ciascuna scheda richiama gli obiettivi specifici, indica i soggetti attuatori, le tempistiche e le modalità di finanziamento. Si tratta di un primo quadro di interventi il cui grado di dettaglio dovrà tenere conto delle diverse tappe del ciclo di vita del DP Caorle 2020.

5.1 Azioni per migliorare la governance turistica locale

AZIONE 1. Costituzione del modello di governance

Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Approvazione del DMO Caorle	Amministrazioni comunali,	Regione Veneto	2015
Individuazione del Destination manager e definizione del personale tecnico della DMO	DMO Caorle	Amministrazione Comunale	Marzo 2016
Scelta del numero dei tavoli tematici	Destination manager	DMO Caorle	Marzo 2016
Prima convocazione dei tavoli tematici	DMO Caorle		Maggio 2016
Individuazione dell'osservatorio turistico	DMO Caorle Destination manager	Professionisti/ Enti di ricerca	Giugno 2016

AZIONE 2: Attivazione del Marchio d'Area come processo di avvio delle attività del sistema turistico locale

Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Presentazione della prima versione del Destination plan al sistema turistico locale	DMO Caorle Comune di Caorle	Professionisti	Marzo 2016
Laboratorio di progettazione partecipata	Destination manager	DMO Caorle Comuni di Caorle e Concordia Sagittaria	Maggio 2016
Convocazione 6 incontri nei tavoli tematici	Destination manager	DMO Caorle	2016
Formazione e coinvolgimento personale IAT e info diffusa	DMO Caorle Destination manager		2016
Presentare progetti di sviluppo turistico Fondi POR FESR misura 3.4 (a,b)	Destination manager	DMO Caorle	Ottobre 2016
Rileva Caorle	DMO Caorle	Consorzio Arenile Spiagge	Maggio – Settembre 2016
Incontro pubblico di presentazione dei risultati annuali	Destination manager	Osservatorio	Febbraio 2017

AZIONE 3. Migliorare la dotazione infrastrutturale per il turismo

Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Mobilità pubblica e privato	Amministrazioni comunali	Regione Veneto	2016 -2020
Mobilità dolce (marciapiedi, piste ciclabili, aree pedonali)	Amministrazioni comunali	Regione Veneto, Vegal	2016 -2020
Sicurezza	Amministrazioni comunali		2016 -2020
Culturale (cinema, aree espositive)	Amministrazioni comunali	DMO Caorle	2016 -2020
Sportivo	DMO Caorle		2016 -2020

AZIONE 4 Coordinamento delle destinazioni balneari e dei territori rurali limitrofi per i nuovi turismi della Venezia Orientale

Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Accordo interassociativo tra i club di prodotto del cicloturismo: azioni di formazione,	Adriabike, DMO Caorle	Club di prodotto Jesolo, Cavallino Treporti, Bibione	Marzo 2016 Aprile – maggio 2016 Ottobre – novembre 2017
Incontro con il coordinamento dei sindaci Venezia Orientale (cicloturismo, turismo fluviale, turismo enogastronomico)	DMO Caorle	Vegal IPA Destination manager	Aprile 2016
Partecipare ai bandi di cooperazione fondi comunitari su progetti di turismo di qualità (Adrion, Interreg, LIFE)	DMO Caorle Destination manager	Vegal	Aprile – Dicembre 2016
Partecipare ai progetti PSL Vegal PSR 2014 – 2020 Misura 19 Fondo FEASR	DMO Caorle Destination manager	Vegal	Aprile – Dicembre 2016
Turismo natura: incontro di programmazione con enti gestore dei siti di eccellenza naturalistica	DMO Caorle Destination manager	Veneto Agricoltura, AFP (Associazione Forestale di Pianura) OGD Bibione, Jesolo	Maggio 2016
Turismo enogastronomico: incontro di programmazione	DMO Caorle Destination manager	Strada del Vino Lison Pramaggiore	Maggio 2016

5.2 Azione sul prodotto turistico di qualità

AZIONE 5 Prodotti turistici di mare: rigenerazione qualitativa del prodotto spiaggia

Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Spiaggia	Animazione per bambini e baby sitter Tematizzazione delle spiagge Nuovi spazio ludico sportive	Tavolo tematico Destination manager	DMO Caorle Consorzio Arenile Spiagge	Aprile – Settembre 2016
Pesca turismo	Animazione territoriale, Esplorare il mercato, Firma accordi servizi per la fruizione dei siti naturalistici	Tavolo tematico Destination manager	DMO Caorle Associazione pescatori	2016-2020
Scuola di Vela	Animazione territoriale Coinvolgimento Scuole di vela	Tavolo tematico Destination manager	DMO Caorle Scuole di Vela	2016
Alla scoperta delle tenue e dei fondali	Animazione territoriale	Tavolo tematico Destination manager	DMO Caorle Associazione locale	2017 - 2020

AZIONE 6 Prodotti turistici di terra: progettazione prodotti turistici vacanza attiva, cultura, natura, enogastronomia

Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Cicloturismo	Animazione territoriale, Manutenzione segnaletica, Accordi per garantire intermodalità e accompagnamento	Tavolo tematico Destination manager	Accordo interassociativo club di prodotto Regione Veneto Veneto Promozione	2016 - 2020
Turismo cultura - archeologia	Animazione territoriale Manutenzione segnaletica Accordi per la fruizione dei siti culturali	Tavolo tematico Destination manager	Amministrazioni locali, Enti gestori dei siti culturali	2016 - 2020
Turismo natura	Animazione territoriale, Esplorare il mercato, Accordi per la fruizione dei siti naturalistici	Tavolo tematico Destination manager	Amministrazioni locali, Enti gestori dei siti naturalistici	2016 - 2020
Sport	Animazione territoriale Coinvolgimento personale qualificato Accordi per la fruizione delle strutture pubbliche e private per lo sport	Tavolo tematico Destination manager	Amministrazioni locali, Enti gestori dei siti naturalistici	2016 - 2020
Enogastronomico	Animazione territoriale Coinvolgimento Strada del vino Lison Pramaggiore	Tavolo tematico Destination manager	Consorzi di valorizzazione del prodotto tipico e del vino	2016 - 2020
Fluviale	Animazione territoriale Accordo con enti gestori corsi d'acqua Coinvolgimento operatori turistici professionali	Tavolo tematico Destination manager		2016 - 2020

AZIONE 7 Operatori del turismo: protagonisti dell'eccellenza (sinergia con Azione 2)

Servizi	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Accoglienza	Standard qualitativi Formazione	DMO Caorle Destination manager	Associazione albergatori	Aprile – Settembre 2016
Ristorazione	Differenziare l'offerta Disciplinare di qualità tipicità	DMO Caorle Destination manager	Associazione ristoratori	2016-2017
Commercio	Disciplinare di qualità animazione centri storici	DMO Caorle Destination manager	Associazioni di categoria	2016 - 2020
Mobilità privata	Aumentare i servizi di collegamento con aeroporti, stazioni ferroviarie, intermodalità bici+barca, bici+taxi	DMO Caorle Destination manager	Associazioni di categoria taxi	2017 - 2020
Guide e accompagnamento	Qualificare la visita ai siti storico – culturali del territorio, Offrire servizi professionali di accompagnamento in barca e in bicicletta	DMO Caorle Destination manager	Associazioni di categoria guide turistiche e naturalistiche	2016 - 2020
Noleggi e assistenza	Migliorare la qualità dei servizi offerti (noleggio biciclette e canoe e kayak) Introdurre nuovi servizi (bike doctor, trasporto bagagli)	DMO Caorle Destination manager	Singoli operatori	2016 - 2020

5.3 Azioni sul Destination marketing

AZIONE 8 Tematizzazione della vacanza e club di prodotto: strumenti e strategie di promozione-commercializzazione

Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Comunicazione	Database fotografico, Database video Loghi, brand, Hadline, payoff e claim	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Personale IAT	2016 - 2020
Tematizzazione della vacanza	Individuare gerarchia di intervento nella comunicazione della tematizzazione della vacanza	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle		2016 - 2020
Club di prodotto	Valutare livello organizzativo ed operatività Valutare l'avvio di processi generativi nuovi club	Destination manager DMO Caorle		2016 - 2020
Social media e web marketing	Individuare strategia di posizione dei portali pubblici e privati	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Personale IAT	2016 - 2020
Stampa strumenti di comunicazione cartacea	Scelta degli strumenti Progettazione, stampa e distribuzione del materiale	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Personale IAT	2016 - 2020
Fiere e manifestazioni	Individuare elenco fiere e calendarizzare la partecipazione	Destination manager DMO Caorle	Personale IAT Esperto MKT	2016 - 2020
Educational, campagna stampa	Curare rapporti personali con giornalisti Sfruttare progetti ed iniziative della Regione Veneto e del Vegal	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Regione Veneto Veneto Promozione	2016 - 2020
Azioni di co-marketing	Individuare aziende interessate ad attività commerciali comuni con Caorle	Esperto MKT Destination manager	Veneto Promozione	2016 - 2020
Azioni di commercializzazione con agenzie private	Individuare aziende interessate ad attività commerciali comuni con Caorle	Esperto MKT Destination manager	Veneto Promozione	2016 - 2020

AZIONE 9 Manifestazioni ed Eventi: nuove sinergie per il sistema turistico locale

Eventi	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Qualità	Disciplinare di qualità in grado di rendere riconoscibile l'offerta degli eventi offerti dalla destinazione Tutelare l'autenticità e la tipicità degli eventi dotati di valenza folkloristica e culturale	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Amministrazioni comunali Enti ed associazioni organizzatori	2016 - 2020
Caorle	Calendario iniziative ed eventi Allungare gli eventi in funzione della nuova stagione turistica	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Amministrazioni comunali Enti ed associazioni organizzatori	2016 - 2020
Concordia Sagittaria	Calendario iniziative ed eventi Collegare gli eventi locali con l'offerta turistica della destinazione	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Amministrazioni comunali Enti ed associazioni organizzatori	2016 - 2020

AZIONE 10 City marketing: integrare l'offerta turistica con lo shopping, artigianato e il prodotto tipico

Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Disciplinare di qualità	Individuazione requisiti di qualità per lo shopping Attenzione alla tipicità	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Amministrazioni comunali Associazioni di categoria	2016 - 2020
Rete di impresa	Coinvolgimento degli attori in reti di impresa per migliorare i servizi e le opportunità di shopping per il turista	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Associazioni di categoria	2016 - 2020
Promo – commercializzazione	Card turistiche Campagna di comunicazione Servizi consegna merce	Esperto MKT Destination manager DMO Caorle	Amministrazioni comunali	2016 - 2020

AZIONE 11 Comunicazione istituzionale

Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Comunicazione proattiva nei confronti della P.A. di Caorle e altri comuni della DMO	Creare e migliorare la comunicazione della promozione di eventi cittadini nonché del territorio a carattere locale.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Amministrazioni comunali e Associazioni di categoria IAT	2016 - 2020
Comunicazione di affiancamento alle iniziative regionali	Contribuire agli aspetti promozionali delle iniziative a carattere turistico diffuse dalla Regione Veneto.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Regione Veneto Associazioni di categoria IAT	2016 - 2020
Comunicazione di affiancamento alle iniziative nazionali	Favorire le attività culturali proposte dal Mibact per la valorizzazione delle attrattività specifiche del territorio e della regione Veneto in generale.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Mibact e Associazioni di categoria IAT	2016 - 2020

AZIONE 12 Comunicazione interna

Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Fra gli stakeholder della DMO	Migliorare gli aspetti dell'informazione nei confronti dei partecipanti della DMO con il fine di raggiungere le organizzazioni con una comunicazione puntuale.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Amministrazioni comunali Associazioni di categoria IAT	2016 - 2020
Fra i partecipanti del Consorzio e i possibili futuri associati	Creare un flusso di informazioni di facile fruibilità per aggiornare gli associati nonché favorire gli aspetti del marketing comunicativo.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Associazioni di categoria	2016 - 2020
IAT	Migliorare la qualità dell'informazione interna ed interna/esterna favorendo la diffusione di una comunicazione moderna.	Esperto MKTG Destination manager DMO	IAT	2016 - 2020

AZIONE 13 Comunicazione esterna

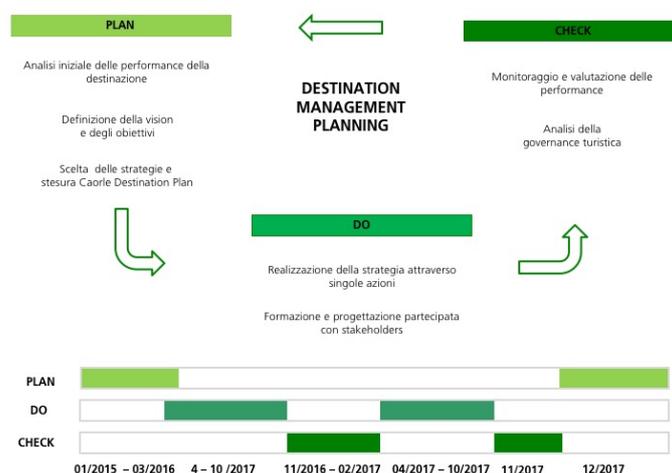
Tema	Attività	Soggetto attuatore	Attori coinvolti	Timing
Digital Marketing	Favorire la presentazione e la promozione della destinazione sui nuovi mercati rafforzando quelli dove la destinazione è presente già presente.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Associazioni di categoria Filiera della ricettività	2016 - 2020
Social Media Marketing	Costruire un processo dialogante con il turista in loco e raggiungere con la promozione opportuna il turista indeciso.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Associazioni di categoria Filiera della ricettività IAT	2016 - 2020
Promotion Marketing	Azioni specifiche con tecniche persuasive per la promozione e vendita dei prodotti turistici nel loro insieme espressi dalla DMO.	Esperto MKTG Destination manager DMO	Associazioni di categoria Filiera della ricettività	2016 - 2020

6. MONITORAGGIO PROCESSO E RISULTATI ATTESI



Le fasi di monitoraggio del processo gestionale del turismo e di valutazione dei risultati raggiunti sono un passaggio fondamentale per dare robustezza alla strategia di sviluppo della destinazione Caorle. Il presente DP propone **un set di strumenti facili e specifici** che consentano di essere revisionati periodicamente. In questo modo sarà possibile valutare: i progressi in chiave organizzativa della DMO, la qualità dei servizi offerti, il successo commerciale dei prodotti turistici, i diversi impatti sulla popolazione in termini di occupazione e qualità della vita, le conseguenze sul patrimonio culturale ed ambientale delle risorse territoriali e la qualità delle relazioni del sistema turistico locale. Troppo spesso il fenomeno turistico viene interpretato solo con statistiche quantitative, appiattendolo su arrivi, presenze e capacità di spesa dei contributi pubblici. Occorre andare oltre alla visione quantitativa e finanziaria del fenomeno turistico per valutare la rigenerazione qualitativa del turismo. La fase di monitoraggio e di valutazione sarà affidata all'osservatorio tecnico proposto nel diagramma logico presentato nella figura 3. Il DP, sebbene introduca una metodologia di lavoro orientata al monitoraggio e alla valutazione delle singole azioni, non impone scadenze rigide o un periodo di validità; al contrario il piano adotta un approccio di processo che si rinnova nel tempo in modo da incamerare i progressi raggiunti dalla destinazione. La figura 9 riassume il processo di attuazione del DP nei primi tre anni di vita. Alla conclusione del primo ciclo triennale 2015 – 2017 questo dovrà riprendere per concludere un secondo ciclo 2018 - 2020.

Figura 10 – Processo di pianificazione, attuazione, monitoraggio e valutazione del DP Caorle 2020



La tabella 6 riassume il **quadro degli indicatori** proposti per monitorare lo stato di avanzamento del processo e per valutare i risultati raggiunti dal Destination Plan Caorle 2020. Questi sono ordinati rispetto alle azioni e si differenziano per essere indicatori che si possono usare nelle diverse fasi di monitoraggio o valutazione. Oltre all'utilizzo di degli indicatori presentati nella tabella 6 sarà compito dell'osservatorio statistico aggiornare annualmente l'indagine di benchmarking con le vicine spiagge venete, applicare l'indice di competitività della destinazione come proposto dall'UNWTO, stimare l'impatto del turismo sull'occupazione di Caorle e Concordia Sagittaria e valutare il capitale sociale prodotto dai processi di cooperazione attivati dal Destination plan attraverso l'avvio del Marchio d'Area e la nascita o il rafforzamento di reti imprese turistiche come come i club di prodotto.

Tabella 6 Set di indicatori proposti per monitorare i processi di attuazione del DP e per valutare i risultati raggiunti

Azione	Indicatore	Monitoraggio/Valutazione	Sorgente del dato
1	Numero soggetti coinvolti	Monitoraggio	DMO Caorle
2	Numero soggetti coinvolti	Valutazione	DMO Caorle
3	Numeri incontri con DMO Caorle spiagge, Vegal	Monitoraggio	DMO Caorle
3	Numero progetti presentati	Monitoraggio	DMO Caorle
3	Numero progetti finanziati	Valutazione	DMO Caorle
5	Arrivi e presenze	Valutazione	Istat – regione Veneto
5	Customer Satisfaction	Monitoraggio	Rileva Caorle
6	Andamento stagionale arrivi e presenze	Valutazione	Istat – regione Veneto
6	Numero passaggi pontile Falconera – Valle Vecchia	Monitoraggio	Servizio privato
6	Numero accessi Valle vecchia	Monitoraggio	Veneto Agricoltura
7	Numero partecipanti ai corsi di formazione	Monitoraggio	Enti di formazione
7	Andamento numero negozi e professionisti	Monitoraggio	Amministrazioni comunali
8	Posizionamento motori di ricerca	Valutazione	Elaborazioni Osservatorio
8	Fiere - Stampa	Valutazione	Elaborazioni Osservatorio
9	Arrivi e presenze in concomitanza agli eventi	Valutazione	Istat – regione Veneto
10	Andamento numero attività commerciali	Valutazione	Amministrazioni comunali
10	Apertura delle attività commerciali	Monitoraggio	Amministrazioni comunali
11-12	Risultati quantitativi della catalogazione della corrispondenza mail tra DMO e istituzioni e operatori interni	Monitoraggio/Valutazione	DMO Caorle
13	Strumenti per la valutazione dell'utilizzo dei social media (esterni quali klout – kred- Per Index ed insight nativi degli strumenti più diffusi)	Monitoraggio/Valutazione	Google, twitter, facebook e altri

SITOGRAFIA

www2.unwto.org/en

<http://bur.regione.veneto.it/BurvServices/Pubblica/Dettaglir.aspx?id=264123>

http://ec.europa.eu/public_opinion

http://ec.europa.eu/regional_policy/it/policy/themes/tourism/

www.parks.it/indice/cets/

www.regione.veneto.it/web/statistica

ALLEGATI

ALLEGATO 1 REGOLAMENTO INTERNO PER IL FUNZIONAMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE DI GESTIONE DELLA DESTINAZIONE "DMO CAORLE"

Approvato nella seduta del 02.03.2015, modificato nella seduta del 01.10.2015

A titolo di premessa:

- con decreto legislativo 14 marzo 2011 n. 23 avente per oggetto "Disposizioni in materia di federalismo fiscale municipale" è stata introdotta, fra l'altro, all'art. 4, la possibilità per i comuni di istituire l'imposta di soggiorno precisando che il relativo gettito è destinato a finanziare interventi in materia di turismo, tra i quali possono rientrare anche le funzioni dell'OGD;
- l'OGD-DMO Caorle, come organo di governance turistica, ha le finalità di determinare la destinazione turistica tematizzata di Caorle che sarà, conseguentemente, programmata e attuata in coordinamento e collaborazione con il Consorzio di Promozione Turistica di Caorle e del Veneto Orientale, quale unico soggetto attuatore di coordinamento per i prossimi tre anni, così come previsto dall'art. 4 del Protocollo d'intesa del 12.12.2014;
- in ottemperanza alle disposizioni di Legge (L.R. Veneto 14/06/2013 n. 11);
- in ossequio al disposto esplicativo afferente (Provvedimento G.R. Veneto 10/12/2013 n. 2286);
- a definizione ultima del Protocollo d'intesa di data 12/12/2014 tra il Comune di Caorle e i soggetti di seguito indicati, costituenti il tavolo di coordinamento:
 1. Comune di Caorle;
 2. Fondazione Caorle Città dello Sport;
 3. Consorzio di Promozione Turistica Caorle e Venezia Orientale;
 4. Confcommercio (ASCOM);
 5. Associazione Albergatori Caorle (ACA);
 6. Consorzio Arenili Caorle;
 7. Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali (FIAIP).

viene approvato e reso esecutivo il REGOLAMENTO INTERNO
per il FUNZIONAMENTO della " – DMO CAORLE "

riconosciuto dalla Regione Veneto con DGR n. 52/2015 pubblicata sul BUR Veneto in data
06.02.2015

ART. 1 – PREMESSE

Le premesse costituiscono parte integrante, sostanziale ed inscindibile del presente Regolamento.

ART. 2 – FINALITA'

Il presente Regolamento ha la finalità di stabilire criteri e condizioni per disciplinare il funzionamento, l'amministrazione e l'attuazione degli interventi e delle azioni progettati e programmati dall'Organizzazione di Gestione della Destinazione turistica denominata "OGD – DMO CAORLE", così come per Legge Regionale definita e costituita in ottemperanza ai dettami di cui allo "Sviluppo e Sostenibilità del Turismo Veneto" disposti e coordinati dai sopra richiamati provvedimenti regionali in materia e da eventuali sue anche successive modificazioni e integrazioni.

Scopo principale dell' – DMO è il creare sinergie e forme di cooperazione tra soggetti pubblici e privati coinvolti nel buon governo della destinazione turistica, nel proprio ambito territoriale e tematico di riferimento, per lo sviluppo dei prodotti turistici e il rafforzamento del sistema d'offerta in

modo unitario e sinergico con gli operatori interessati e coinvolti nell'esercizio delle funzioni d'informazione, accoglienza turistica, promozione e commercializzazione, programmazione e concertazione degli eventi e manifestazioni a valenza turistica nel rispetto delle normative di programmazione regionale e locale.

ART. 3 – NATURA e FORMA

L' – DMO CAORLE è stata costituita con le caratteristiche di un "tavolo di confronto", come previsto dall'art. 2 del Protocollo d'Intesa del 12.12.2014.

La stessa, previo accordo specifico tra i sottoscrittori e nel rispetto della normativa vigente nel tempo, potrà evolversi in un vero e proprio sistema organizzato di coordinamento della gestione e della destinazione dei prodotti turistici avente diversa modalità di esercizio e, eventualmente e se ritenuta opportuna, diversa e distinta personalità giuridica rispetto a quella attuale.

ART. 4 – SEDE

La sede dell'OGD – DMO CAORLE viene indicata in Caorle (VE), via Roma n. 26, presso la sede municipale della Città.

ART. 5 – PRESIDENZA

La Presidenza della DMO CAORLE viene assunta, come già previsto all'art. 4 del richiamato protocollo d'intesa, dal SINDACO pro tempore del Comune di Caorle.

ART. 6 – SEGRETERIA

Le funzioni di segreteria vengono svolte da personale individuato dall'Amministrazione Comunale, anche al di fuori della propria struttura, con finanziamento a carico dell'Ente, che avrà anche il compito di rapportarsi con gli Enti di riferimento.

ART. 7 – DURATA

L'OGD – DMO CAORLE ha durata di tre anni a decorrere dal 06.02.2015, data del suo riconoscimento da parte della Regione Veneto, rinnovabile per un ulteriore triennio sulla base del consenso espresso da tutti i componenti dell'OGD. Ulteriori rinnovi o proroghe saranno disposti con il consenso unanime dei componenti.

ART. 8 – SOGGETTI PARTECIPANTI

Possono partecipare all'OGD – DMO CAORLE, oltre al Comune di Caorle:

- a) le Associazioni di categoria maggiormente rappresentative del ricettivo, del turismo e dei servizi attive nel territorio Comunale;
- b) altri soggetti privati, ditte individuali o società, rappresentativi delle diverse categorie produttive e dei servizi del nostro territorio non rappresentati dalle Associazioni di categoria di cui alla precedente lettera a);
- c) Enti senza scopo di lucro a finalità turistica;
- d) Amministrazioni Pubbliche territoriali e loro organismi partecipati.

ART. 9 – ADESIONE

Le Associazioni, gli Enti o i Soggetti privati, aventi i requisiti previsti dal precedente art. 8, potranno aderire all'OGD – DMO CAORLE, previa presentazione al Presidente di formale domanda di adesione sottoscritta dal legale rappresentante o dal titolare.

L'eventuale accettazione della domanda di adesione verrà deliberata, previa verifica dei requisiti minimi di ammissione, alla prima riunione utile del Tavolo di Confronto degli aderenti all'OGD – DMO CAORLE. Dell'esito, il Presidente provvederà ad inviare debita comunicazione all'interessato provvedendo, se del caso, a far sottoscrivere per accettazione il Protocollo d'intesa, richiamato in premessa, e il presente Regolamento interno di funzionamento.

Le variazioni relative ai componenti dell'OGD – DMO CAORLE devono essere immediatamente comunicate, a mezzo di posta elettronica certificata, alla Giunta Regionale del Veneto – Direzione Turismo, cui compete la tenuta e l'aggiornamento dei dati relativi alle OGD – DMO riconosciute.

ART. 10 – COMPOSIZIONE

- 1) L'OGD – DMO Caorle è composta da un rappresentante per ciascuno dei soggetti sottoscrittori indicati all'art. 8, nominati secondo i rispettivi ordinamenti. In caso di assenza del nominato, esso potrà essere sostituito dal Presidente/Rappresentante Legale o suo delegato.
- 2) Per i componenti dell'OGD non è previsto nessun gettone di presenza o compenso annuale.
- 3) Per i componenti dell'OGD devono essere assicurati i requisiti soggettivi dell'onorabilità e moralità.

ART. 11 – ATTRIBUZIONI DELLA DMO CAORLE

La programmazione degli interventi e delle azioni della DMO Caorle si sviluppa secondo il seguente iter:

- 1) Entro il mese di ottobre di ciascun anno vengono individuate le tematiche, anche in relazione alle strategie di governance della destinazione turistica, proiettate su un arco di tempo triennale. Tale operazione viene compiuta tenendo in considerazione i fattori di specificità e di interesse nei confronti dei quali l'OGD promuove il coordinamento delle attività in capo ai soggetti interessati, evidenziando con un livello di definizione più dettagliato e specifico le iniziative che verranno realizzate nel corso dell'anno successivo.
- 2) Ogni singolo partecipante al tavolo deve rendere noti i progetti "autonomi" che intende intraprendere individualmente nell'anno in corso, con l'indicazione delle specifiche risorse umane e finanziarie dedicate. Ciò al fine di individuare le forme di collaborazione più opportune per l'ottenimento del miglior risultato, a risorse invariate.
- 3) L'OGD, raccolte tutte le informazioni e le proposte progettuali "comuni", approverà il Piano Promo Commerciale (PPC) - definito come "Piano strategico del turismo" - di valenza triennale, nel quale trovano definizione tutti i progetti comuni. In tale sede altresì saranno compresi eventuali ulteriori specifici progetti aventi ad oggetto azioni che impegnano solo alcuni dei soggetti facenti parte dell'OGD, con impegni differenziati.
- 4) Il PPC dovrà contenere le linee guida e gli obiettivi turistici promozionali, tenendo conto delle attività previste nel protocollo d'intesa all'art. 5.
- 5) Con riguardo ai progetti "comuni" di cui ai commi precedenti, il PPC recherà in allegato i relativi accordi sottoscritti tra le parti interessate per i quali saranno definite le risorse umane e finanziarie necessarie (tipo attività, obiettivo, risultato atteso ed i mezzi per far fronte), anche con la ricerca di finanziamenti esterni (finanziamenti europei, statali, regionali, sponsorizzazioni etc..).

- 6) In allegato al PPC, come atto sostanziale oggetto di approvazione, vi sarà altresì il conto economico previsionale, in cui saranno indicate le attività da finanziare, i costi da sostenere, il soggetto attuatore per singolo progetto, le fonti finanziamento, con evidenziata la quota a carico sovvenzionatori.
- 7) Alla programmazione triennale generale di cui ai precedenti commi farà seguito un piano attuativo annuale;
- 8) Ulteriori attribuzioni di carattere generale dell'OGD sono:
 - a) Approvare e proporre le modifiche al presente Regolamento;
 - b) Approvare, secondo i vincoli di budget, le linee generali delle attività dell'OGD ed i relativi obiettivi e programmi, demandando al/ai soggetto/attuatore/i gli aspetti gestionali;
 - c) Stabilire gli indirizzi di gestione economica e finanziaria nei limiti del budget, nonché della rendicontazione delle spese sostenute;
 - d) Deliberare in merito all'ingresso di nuovi partecipanti;
 - e) Approvare le funzioni e le attività della IAT del territorio;
 - f) Individuare il soggetto attuatore di cui all'art. 4 del Protocollo di Intesa, che nel primo triennio di efficacia dello stesso, è stato identificato nel Consorzio di Promozione Turistica, che potrà avvalersi della collaborazione di altri soggetti attuatori, qualora necessità specifiche per ambiti dedicati lo richiedano;
 - g) Individuare con indagine di mercato e curriculum eventuali consulenti esterni, stabilendone funzioni e/o compenso.

ART. 12 – RIUNIONI DELL'OGD - DMO

- 1) L'OGD si riunisce con la frequenza necessaria per lo svolgimento delle proprie funzioni, mediante avviso di convocazione inviato, su iniziativa del Presidente dell'OGD, mediante fax o email indicati dal componente, di norma cinque (5) giorni prima di quello fissato per la riunione;
- 2) L'avviso contiene l'indicazione del luogo, di norma la sede dell'OGD, della data e dell'ora della riunione, nonché le materie da trattare.
- 3) Il Presidente o suo delegato dirige le riunioni e i lavori dell'OGD che sono seguiti con il supporto del personale di segreteria;
- 4) Alle riunioni possono partecipare, su invito del Presidente, anche esperti esterni all'OGD.
- 5) Su iniziativa del Presidente, le riunioni possono essere precedute da consultazioni, riunioni informative, gruppi tecnici/tematici.
- 6) In caso di urgenza la convocazione potrà essere inviata con un minimo di 24 ore di preavviso.
- 7) Su richiesta di almeno due terzi dei suoi membri il Presidente dovrà convocare l'OGD, secondo le modalità di cui al punto 1), o far esaminare all'OGD un punto non iscritto all'ordine del giorno.
- 8) L'OGD è validamente riunita in presenza di almeno la metà dei componenti in carica arrotondati all'unità superiore e decide a maggioranza semplice dei presenti, ove non sia espressamente prevista una diversa maggioranza. Ciascun membro ha diritto ad un voto. In caso di parità prevale il voto del Presidente o suo delegato facente funzioni.

- 8 bis) **Il diritto di voto, sempre riconosciuto al Presidente, è esercitato in funzione della competenza territoriale dell'intervento sottoposto ad approvazione.**
- 9) Per deliberazioni concernenti l'approvazione di modifiche al Regolamento di funzionamento è richiesto il voto favorevole di almeno due terzi dei membri.
- 10) Le sedute dell'OGD – DMO non sono pubbliche.

ART. 13 – VERBALI DELL'OGD – DMO

- 1) Di ogni adunanza dell'OGD – DMO verrà redatto apposito verbale, firmato da chi presiede la riunione e dal segretario verbalizzante.
- 2) Estratto del verbale sarà trasmesso ai componenti dell'OGD - DMO, normalmente entro un mese dall'adunanza.
- 3) Qualora uno o più componenti il Tavolo di Confronto, aventi diritto al voto, non condividessero la redazione di uno o più verbali, avranno facoltà di produrre opportuna memoria a confutazione di quanto esposto che sarà conseguentemente conservata dalla Segreteria a corredo del verbale contestato.
- 4) I verbali delle adunanze dell'OGD – DMO sono conservati presso la segreteria indicata e messi a disposizione degli interessati legittimati perché ne possano prendere visione.

ART. 14 – IAT PER DESTINAZIONE

- 1) In riferimento all'attività di informazione, accoglienza e assistenza al turista, l'OGD si avvarrà di una IAT per destinazione, sulla base dei requisiti stabiliti dal DGR 2287/2013 e dei principi dell'art. 15 della L.R. 11/2013: imparzialità, omogeneità, trasparenza, qualità, professionalità e pari rappresentanza di tutto il territorio e della sua offerta;
- 2) La struttura della IAT di destinazione sarà funzionale e di supporto all'OGD;
- 3) Le prerogative e le funzioni dello IAT Caorle saranno determinate dall'OGD-DMO Caorle e amministrare in piena sinergia con il Consorzio di Promozione Turistica di Caorle e del Veneto Orientale;
- 4) Per il personale sarà data priorità, come previsto della L.R. 11/2013, a quello proveniente dall'APT della Provincia di Venezia, senza continuità contrattuale;
- 5) L'assunzione avverrà in base alla normativa vigente e se ne farà carico il soggetto o più soggetti attuatori, sulla base di uno specifico accordo fra le parti, in merito alle qualifiche professionali, funzioni e compiti. Potranno inoltre esser valutate ulteriori apporti di personale dai soggetti firmatari, su una logica di "Casa del Turismo".
- 6) All'interno del personale potrà esser individuato un Responsabile IAT, con specifiche competenze professionali, titolo di studio ed esperienza in ambito giuridico – economico, rispetto al ruolo da ricoprire, che fungerà da coordinatore anche di eventuale personale distaccato da altri Enti.

ART. 15 - VERIFICA DEI RISULTATI

- 1) Entro trenta giorni dalla conclusione delle "azioni individuali", sarà inviata all'OGD una relazione informativa sui risultati raggiunti.
- 2) I risultati delle "azioni comuni" vengono resi noti nella prima riunione dell'OGD utile-
- 3) L'OGD stilerà almeno una relazione annuale che evidenzierà i risultati del coordinamento e della

programmazione effettuata, eventuali criticità e proposte migliorative, redatta a cura della segreteria o altro soggetto individuato.

ART. 16 - POTERI DI SPESA

- 1) L'OGD non è dotata di poteri autonomi di spesa, ma agisce attraverso i propri soggetti attuatori, sulla base del Piano Promo Commerciale (PPC) - definito come "Piano strategico del turismo" approvato.
- 2) L'OGD può avvalersi, sotto la sua direzione e controllo, per lo svolgimento dei propri compiti della collaborazione di tutte le strutture dei soggetti attuatori, entro i limiti del budget approvato nel PPC.
- 3) La nomina di eventuali consulenti avverrà su proposta dell'OGD, sulla base dei principi di trasparenza, economicità, competenza, concorrenza e rotazione.
- 4) Il Comune di Caorle provvederà a contribuire alle finalità della DMO Caorle, secondo i limiti di disponibilità del Bilancio di Previsione annuale, nonché della legislazione nazionale ed europea.

ART. 17 FORME DI CONSULTAZIONE

- 1) L'OGD, in base alle specifiche tematiche di volta in volta trattate, può attivare forme di consultazione con altri Enti e/o OGD, in particolare con quelli appartenenti all'ambito del tematismo "Mare e Spiaggia", e con altri soggetti, al fine di garantire la partecipazione, la trasparenza e la parità di trattamento dei soggetti operanti in ambito turistico.
- 2) Il Tavolo deciderà di volta in volta, a seconda delle esigenze, le modalità di consultazione.

ART. 18 - INCOMPATIBILITÀ MEMBRI E DECADENZA.

- 1) I componenti dell'OGD decadono di diritto dalla nomina nelle seguenti ipotesi:
 - a) perdita dei requisiti per la partecipazione all'organo;
 - b) passato in giudicato della sentenza di condanna per reati previsti dall'art. 15, comma 1, della legge 19 marzo 1990, n. 55 e successive modifiche;
 - c) mancata partecipazione a tre sedute consecutive ovvero ad almeno il 50% delle sedute annuali senza giustificazione;
- 2) La decadenza è dichiarata dall'OGD alla prima riunione utile, non appena si abbia notizia che ricorrono le condizioni che ne costituiscono il presupposto. La decadenza può essere dichiarata anche su richiesta di chi abbia nominato il singolo componente. La decadenza sarà pronunciata dall'OGD, con l'astensione obbligatoria dalla seduta dell'interessato, previa contestazione scritta allo stesso delle circostanze produttive della decadenza e contestuale concessione di congruo termine, comunque non inferiore a 10 giorni, per fornire le proprie deduzioni.
- 3) I componenti dell'OGD non possono prendere parte alle deliberazioni nelle quali si concretizzi la fattispecie del conflitto di interesse.

ART. 19 - RECESSO ED ESCLUSIONE PARTECIPANTI.

- 1) Fermo restando il dovere di adempimento delle obbligazioni assunte, ai soggetti firmatari del protocollo d'intesa è riconosciuto il diritto di recesso in base ai principi dell'art. 1373 del Codice Civile;

- 2) In particolare, i Partecipanti devono comunicare per iscritto la dichiarazione di recesso al Presidente dell'OGD, che ha effetto allo scadere dell'anno della comunicazione, e non hanno diritto alla restituzione delle partecipazioni economiche conferite per i progetti approvati all'interno dell'OGD.
- 3) L'OGD, su proposta del Presidente, in apposita riunione, decide con maggioranza di due terzi dei membri l'esclusione dei Partecipanti di cui all'art. 8, per grave e reiterato inadempimento degli obblighi e doveri derivanti dal Regolamento di funzionamento, tra cui in via esemplificativa e non tassativa:
 - a) inadempimento dell'obbligo di effettuare le contribuzioni e i conferimenti previsti;
 - b) condotta incompatibile con il dovere di collaborazione con altre componenti dell'OGD ed in generale ostruzionistica verso le attività e la funzionalità della medesima;
- 4) Nel caso di enti o persone giuridiche, l'esclusione ha luogo anche per i seguenti motivi:
 - a) estinzione, a qualsiasi titolo dovuta;
 - b) apertura di procedure di liquidazione;
 - c) fallimento e/o apertura delle procedure concorsuali anche stragiudiziali.

ART. 20 – APPROVAZIONE - MODIFICA

Ogni eventuale modifica, correzione o implementazione del presente regolamento potrà essere apportata qualora se ne ravvisi l'utilità o la necessità e comunque previa deliberazione espressa ottenuta con la maggioranza dei due terzi dei componenti il Tavolo di Confronto aventi diritto al voto.

ART. 21 – SCIoglimento

L'OGD – DMO CAORLE potrà essere sciolta con il voto favorevole dei due terzi dei partecipanti, ovvero per le dimissioni di tutti i componenti

ART. 22 – CLAUSOLA DI RINVIO

- 1) L'OGD è retta e disciplinata dalle norme del presente Regolamento di funzionamento e, per quanto in esso non espressamente previsto, dalle disposizioni del Codice Civile e Leggi vigenti.
- 2) Le parti di cui all'art. 1 dichiarano che il protocollo d'intesa e il relativo Regolamento di Funzionamento, potrà essere soggetto a registrazione in caso d'uso. In tal caso le spese inerenti e conseguenti saranno a carico della parte inadempiente.

ALLEGATO 2 MOTIVAZIONE DI VIAGGIO DEI TURISTI EUROPEI

Q5T What were your main reasons for going on holiday in 2013?

	Sun/beach	Visiting family/friends/relatives	Nature (mountain, lake, landscape, etc...)	Culture (e.g. religious, gastronomy, arts)	City trips	Sport-related activities (e.g. scuba-diving, cycling etc...)	Wellness/Spa/health treatment	Specific events (Sporting events/festivals/clubbing)
EU28	46%	34%	30%	25%	23%	14%	13%	8%
BE	52%	26%	41%	36%	25%	18%	11%	5%
BG	55%	29%	36%	14%	6%	6%	15%	7%
CZ	41%	23%	54%	18%	20%	25%	20%	7%
DK	48%	24%	29%	32%	24%	13%	3%	8%
DE	44%	32%	38%	27%	21%	20%	15%	5%
EE	40%	39%	40%	41%	23%	5%	4%	8%
IE	49%	39%	15%	18%	22%	11%	9%	14%
EL	61%	41%	24%	11%	17%	6%	10%	12%
ES	43%	35%	22%	29%	21%	6%	7%	7%
FR	42%	45%	34%	26%	29%	14%	21%	8%
HR	57%	40%	35%	19%	27%	16%	8%	10%
IT	51%	27%	24%	28%	29%	7%	14%	7%
CY	46%	30%	20%	16%	22%	2%	4%	11%
LV	16%	44%	37%	23%	31%	14%	36%	14%
LT	37%	31%	26%	31%	38%	9%	7%	10%
LU	55%	40%	37%	34%	30%	20%	24%	9%
HU	51%	28%	30%	20%	35%	7%	20%	10%
MT	12%	20%	27%	39%	21%	5%	7%	13%
AT	47%	28%	38%	38%	30%	25%	24%	9%
NL	50%	25%	43%	37%	26%	17%	4%	5%
PL	40%	38%	39%	13%	34%	18%	12%	10%
PT	57%	37%	18%	24%	10%	7%	19%	6%
RO	37%	37%	34%	14%	24%	8%	10%	11%
SI	66%	15%	24%	18%	33%	10%	16%	10%
SK	50%	30%	32%	28%	22%	11%	21%	9%
FI	33%	43%	29%	26%	31%	19%	20%	10%
SE	47%	40%	21%	23%	20%	14%	23%	9%
UK	49%	40%	18%	22%	14%	11%	5%	12%
MK	60%	39%	42%	21%	19%	7%	53%	9%
IS	21%	43%	20%	16%	20%	12%	38%	18%
ME	46%	47%	25%	25%	8%	14%	11%	10%
RS	52%	26%	40%	23%	18%	6%	14%	4%
TR	36%	43%	14%	15%	15%	3%	8%	7%
IL	30%	21%	41%	26%	21%	6%	11%	10%
NO	48%	33%	19%	22%	23%	8%	18%	6%

Highest percentage per country

Lowest percentage per country

Highest percentage per item

Lowest percentage per item

ALLEGATO 3 FATTORI DI FIDELIZZAZIONE DEI TURISTI EUROPEI

Q8 Which of the following would make you go back to the same place for a holiday?

	The natural features (landscape, weather conditions, etc)	The quality of the accommodation	The general level of prices	Cultural and historical attractions	How tourists are welcomed (e.g. child friendliness, customer care, "pets-welcomed" policy, etc...)	The quality of activities/services available (transport, restaurants, leisure activities, etc)	Accessible facilities for people with special needs (e.g. disabled, elderly, families with children)
 EU27	44%	31%	26%	26%	22%	20%	7%
 BE	42%	35%	27%	25%	30%	23%	8%
 BG	44%	22%	24%	22%	20%	14%	3%
 CZ	55%	32%	17%	29%	20%	21%	11%
 DK	50%	27%	24%	33%	22%	19%	8%
 DE	48%	36%	22%	28%	23%	19%	5%
 EE	36%	13%	23%	26%	12%	13%	2%
 IE	37%	32%	32%	26%	24%	30%	7%
 EL	47%	27%	34%	24%	18%	19%	4%
 ES	45%	33%	23%	31%	18%	16%	7%
 FR	48%	29%	24%	22%	28%	16%	5%
 IT	42%	22%	28%	25%	25%	17%	6%
 CY	37%	20%	29%	32%	10%	13%	2%
 LV	38%	18%	31%	35%	28%	23%	6%
 LT	45%	19%	27%	23%	16%	12%	6%
 LU	53%	36%	23%	28%	27%	21%	10%
 HU	40%	25%	23%	29%	17%	16%	4%
 MT	39%	20%	21%	42%	22%	17%	5%
 AT	45%	37%	24%	31%	25%	21%	6%
 NL	55%	33%	19%	28%	19%	17%	5%
 PL	41%	22%	29%	20%	17%	14%	7%
 PT	49%	36%	33%	24%	26%	20%	8%
 RO	38%	23%	22%	18%	14%	22%	5%
 SI	43%	28%	21%	19%	21%	14%	6%
 SK	45%	29%	25%	24%	18%	25%	8%
 FI	34%	27%	29%	31%	17%	27%	4%
 SE	36%	25%	20%	32%	20%	22%	4%
 UK	37%	42%	32%	29%	23%	31%	12%
 HR	35%	25%	28%	22%	10%	12%	4%
 MK	20%	21%	24%	11%	15%	3%	1%
 IS	42%	18%	26%	27%	14%	20%	3%
 RS	46%	34%	37%	17%	19%	17%	4%
 TR	32%	24%	33%	23%	12%	21%	9%
 IL	36%	29%	45%	27%	25%	23%	3%
 NO	42%	32%	25%	31%	22%	27%	3%

Highest percentage per country

Lowest percentage per country

Highest percentage per item

Lowest percentage per item



CITTÀ DI CAORLE

www.comune.caorle.ve.it

SETTORE SERVIZI SOCIALI

Dirigente Responsabile: Dott. Guglielmo Bello

Ufficio Sport – “CAORLE CITTA' DELLO SPORT”

Resp. del procedimento: dott. Mattia Munerotto
Tel. 0421/219264

e-mail : sport@comune.caorle.ve.it

orario di apertura al pubblico

LUN. – MER. – VEN. dalle ore 9:30 alle ore 12:30

MAR. – GIO. dalle ore 16:00 alle ore 17:00

Data e protocollo generati
automaticamente dal sistema

VIA PEC

dip.turismo@pec.regione.veneto.it

Alla REGIONE DEL VENETO
– Giunta Regionale - Sezione turismo
Palazzo Sceriman
Cannaregio, 168
30121 VENEZIA (VE)

OGGETTO: Trasmissione piano strategico del turismo.-

Con riferimento alla Ns. precedente comunicazione del 31.12.2015 prot. 42661, si trasmette in allegato il Destination Plan “Caorle 2020” elaborato dall'OGD – DMO Caorle, adottato nella seduta del 24.03.2016.

Ringraziando per la collaborazione e rimanendo a disposizione per eventuali chiarimenti, si coglie l'occasione per porgere un cordiale saluto.

**IL DIRIGENTE DEL
SETTORE SERVIZI SOCIALI**
Dott. Guglielmo Bello
(firmato digitalmente)

30021 CAORLE (VE) – VIA ROMA, 26 – Tel 0421 219111 Fax 0421 219300 – PEC comune.caorle.ve@pecveneto.it
C.F. / P.IVA 00321280273

Informativa ai sensi del D.LGS. 196/03: I dati acquisiti sono utilizzati esclusivamente dal Comune di Caorle per la gestione della pratica oggetto della presente comunicazione; la gestione dei dati è manuale e informatizzata; i dati potranno essere comunicati a soggetti terzi solamente nei casi previsti dalla legge e nell'esclusivo ambito della gestione della pratica. Vi competono tutti i diritti previsti dall'art. 7, D.LGS. 196/03. E' possibile chiedere al Responsabile del trattamento, Dirigente del Settore scrivente, con sede per motivi di carica presso il Comune di Caorle - Via Roma, 26, la correzione, l'integrazione dei propri dati e, ricorrendone gli estremi, la cancellazione ed il blocco.

Notifica invio comunicazione tramite pec:

- Il documento stato inviato ai seguenti destinatari:
 - DIP.TURISMO@PEC.REGIONE.VENETO.IT / dip.turismo@pec.regione.veneto.it
- Data invio: 25/03/2016
- Amministrazione mittente: CAORLE - COMUNE - COMUNE DI CAORLE - COMUNE DI CAORLE (Comune_di_Caorle/c_b642)
- Protocollo in uscita: Comune_di_Caorle/2016/0009970
- Oggetto: TRASMISSIONE PIANO STRATEGICO DEL TURISMO
- Documenti allegati:
 - CAORLE_DESTINATION PLAN_2020.PDF
 - INVIO REGIONE VENETO DESTINATIONAL PLAN COMUNE DI CAORLE.PDF
 - INVIO REGIONE VENETO DESTINATIONAL PLAN COMUNE DI CAORLE.PDF.P7M