

CONVEGNO A VILLA CONTARINI

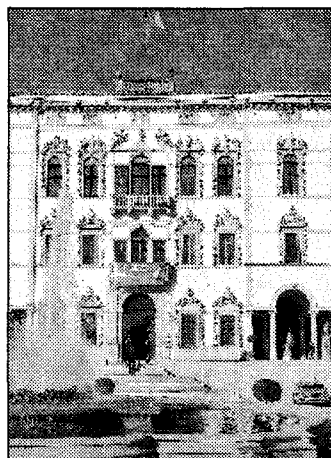
Il turismo come industria culturale: «Investire sull'esclusività del territorio»

Il Veneto si prepara all'Expo 2015 e al centenario della Grande Guerra

Michelangelo Cecchetto

Attirare nel Veneto iniziative ed investimenti grazie al potenziamento culturale, sociale ed economico del territorio soprattutto attraverso il turismo, che va considerato come un'industria, in un mondo in rapida evoluzione e molto condizionato da Internet e dai social network. Questo il centro della discussione di ieri a Villa Contarini di Piazzola sul Brenta, che ha ospitato il convegno "Veneto di valore. Cultura, impresa, territorio. Un capitale comune". Nell'occasione si è svolta anche la 13. edizione della borsa del turismo culturale Viaggiandum.

I lavori sono stati aperti da Marino Zorzato, vice presidente della Regione Veneto. Relatori: Italo Candoni, direttore di Confindustria Veneto, Francesco Borga, segretario generale del Comitato promotore Venezia Nordest 2019, Giuliana Fontanella, presidente dell'Istituto regionale ville venete, Michele Vianello, direttore generale di Vega, Paolo Rosso della direzione turismo Regione Veneto e Angelo Tabaro, segretario regionale per la cultura. Una regione, quella del Veneto, che attende a breve appuntamenti mondiali ai quali non si deve giungere impreparati. Sono l'Expo 2015 a Milano, il centenario della Grande Guerra nel 2015 - per il quale si sta già lavorando - e la candidatura di Venezia e del Nord-Est a capitale



ESPERTI

Ieri a Villa Contarini il convegno su "Veneto di valore", incentrato sul rapporto tra cultura, impresa e territorio

della cultura nel 2019.

L'industria turistica che veda la collaborazione pubblico-privato, che coniughi in sé attrattiva culturale, offerte produttive ed esclusività del territorio, diventa un basilare volano economico. Le potenzialità ci sono, lo dicono i numeri, ma si può e deve fare di più. Nel 2011 il Veneto è stato visitato da 15

milioni di turisti (veneti esclusi) dei quali 8 milioni stranieri. Chi è venuto nel Veneto per la prima volta è stato attirato - ha accertato uno studio - dalla storia e dalla cultura del territorio. La spesa giornaliera è andata dai 111 ai 67 euro. Sarà sempre più rilevante, se non essenziale, per la promozione e lo scambio di opinioni, l'utilizzo dei social network. Il turista inoltre vuole massimizzare il poco tempo che ha a disposizione, si informa preventivamente in rete, segue i giudizi soprattutto di amici visitatori che lo hanno preceduto e cerca anche, e in particolare, emozioni. E quest'ultimo elemento è ormai determinante nella differenza tra la scelta di una o l'altra località.

