



Albergo Roma

è lieto di invitarvi al convegno

Risk Management nell'hotellerie

Il caso dell'Albergo Roma: risorse e scelte strategiche

12 dicembre 2016

Best Western Albergo Roma - Castelfranco Veneto

ore 15.15 - Registrazione partecipanti

Introduzione e coordinamento di Pio Grollo

ore 15.30 - I saluti

presidente della Provincia e Sindaco di Castelfranco

presidente dell'Ascom mandamento di Castelfranco

presidente Skal International Venezia

di Best Western Italia

zione

ione del Veneto

Sinistri Zurch

ATTI DEL CONVEGNO

e

I BANDI-TURISMO, REGIONE VENETO

Federico
Gli inca
ns, Head Pro
lavecchia, A
zioni, le prop
ersità Ca
ssità: le retr
tito
gali
bi Veneto
partecipa
arante

QUADERNI di Economia e Gestione del Turismo

Registrazione Tribunale di Treviso n. 2638/2009 v.g., 129 R.S.

ISSN 2239-7175

Numero 2/2016 – Speciale Atti

DIREZIONE, REDAZIONE e AMMINISTRAZIONE

Calmaggiore, 18

31100 – Treviso

Cell. +39 349 6000603

www.studiotrendtv.it

quaderni.egt@studiotrendtv.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Pio Grollo

REDAZIONE

Stefania Fabiano Di Gregorio

Marco Grollo

AMMINISTRAZIONE

Ivana Visonà

STAMPA

Centro stampa L'Artegrafica Srl

Via Cristoforo Colombo, 41

31032 - Casale sul Sile (TV)

www.lartigrafica.com

INDICE

EDITORIALE	5
-------------------	----------

PARTE PRIMA

ATTI DEL CONVEGNO

“Risk management nell’hotellerie - Il caso dell’Albergo Roma: risorse e scelte strategiche”

Castelfranco Veneto, 12 dicembre 2016

PROGRAMMA	9
------------------	----------

1	INTRODUZIONE	11
	<i>Pio Grollo</i>	

2	SALUTI	13
	<i>Gianfranco Giovine</i>	
	<i>Pierluigi Sartorello</i>	
	<i>Armando Ballarin</i>	
	<i>Federico Caner</i>	
	<i>Giovanna Manzi</i>	
	<i>Rino Antonello</i>	

3	RELAZIONI	29
----------	------------------	-----------

Marco Rosa Bernardins, Gianmauro Spadavecchia
“Il ruolo delle assicurazioni: la copertura del rischio dell’evento incendio. Il caso Albergo Roma di Castelfranco Veneto”

29

Anna Moretti
“Una risposta strategica alla complessità: le reti tra le imprese ricettive”

35

4	CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	39
	<i>Federico Capraro</i>	

ALLEGATO 1	43
Conoscere il rischio, gestire l'evento.	
Albergo Roma di Castelfranco Veneto: il contributo di Zurich per la rinascita	

PARTE SECONDA

I NUOVI BANDI PER IL TURISMO DELLA REGIONE VENETO	57
--	-----------

INTRODUZIONE	59
---------------------	-----------

DGR n. 2221/2016

POR FESR 2014-2020. Asse 3. Azione 3.3.4 "Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione del prodotto/servizio, strategica ed organizzativa". Sub-azione B "Bando per l'erogazione di contributi alle imprese per lo sviluppo e il consolidamento di reti di imprese o club di prodotto"

61

DGR n. 2222/2016

POR FESR 2014-2020. Asse 3. Azione 3.3.4 "Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione del prodotto/servizio, strategica ed organizzativa". Sub-azione C "Bando per l'erogazione di contributi alle imprese per investimenti innovativi nel settore ricettivo turistico"

69

EDITORIALE

di Pio Grollo

Contribuire a “lasciare un segno”, è ciò che si propongono i QUADERNI di Economia e Gestione del Turismo.

Il proposito è quello di:

- raccogliere e comunicare idee e sollecitazioni;
- raccontare il dibattito che emergere da “certi temi”;
- riproporre, diffondere casi, buone pratiche o comunque situazioni che possono far utilmente riflettere;
- dar voce ad operatori che in modo diverso si avvicinano al mondo del turismo, ne sono protagonisti o comparse, comunque attori.

Questo volumetto accoglie gli ATTI di un evento aggregativo svoltosi a Castelfranco Veneto lunedì 12 dicembre 2016.

L’evento, “la festa” di riapertura dell’Albergo Roma a due anni e mezzo dall’incendio che l’aveva gravemente danneggiato, è stato occasione per una riflessione che in queste pagine viene riproposta. Chi scrive crede che quanto emerso possa risultare di interessante lettura.

Quanto è accaduto all’Albergo Roma avviene purtroppo con frequenza: una perdita di gas, uno smottamento, un allagamento, ... tante possibili cause che possono mettere in discussione la funzionalità di un edificio, la possibilità di operare di un’impresa quando, così come anche in questo caso, la stessa incolumità di uomini e donne. Ogni situazione è “un caso a sé” ma al tempo stesso contiene elementi utili, evidenzia dinamiche, propone comportamenti che possono costituire punti di riferimento per altre occasioni.

Uno di questi è sicuramente la collaborazione prestata dalle Assicurazioni Zurich all’impresa ricettiva trevigiana. Le pagine che seguono accolgono non solo l’intervento di due esponenti dell’assicurazione di cui sopra ma anche, in Allegato, un contributo sull’approccio e sui prodotti assicurativi mirati alle imprese ricettive.

Nella seconda parte del QUADERNO vengono pubblicati i testi dei due Decreti della Giunta Regionale attenenti il POR FESR 2014-2010, l’Azione 3.3.4 “Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell’offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica e organizzativa”, ed in particolare relativi alle Sub-Azione B “Sviluppo e Consolidamento di reti di imprese e/o club di prodotto” e Sub-Azione C “Investimenti innovativi nel sistema ricettivo turistico”.

Si tratta di due importanti provvedimenti regionali mirati a rafforzare la competitività delle imprese turistiche e con esse a dar vigore all’offerta turistica regionale. Ha recentemente affermato Paolo Rosso, dirigente

generale della direzione turismo, che l'ammontare delle risorse messe a disposizione dalla regione (un milione e 800 mila euro per le reti d'impresa e dodici milioni di euro per gli investimenti innovativi delle imprese ricettive): «Non è per tutti, Non è per tutto».

Un approccio sicuramente condivisibile non solo perché in un periodo di “magra”, di scarsità di risorse regionali ma perché indica una chiara via.

Il sostegno agli investimenti è mirato a:

- *determinati soggetti (beneficiari)*, a imprese che decidono di “mettersi in rete” e che in buona parte sono all'interno della forma di aggregazione territoriale prevista dalla l.r. 11/2013, le Organizzazioni di Gestione della Destinazione
- *determinate spese (ammissibili)* identificabili come tipologia ma anche come loro funzionalità a un progetto di ammodernamento, crescita che le deve vedere pertinenti a processi/prodotti innovativi e coerenti con il Destination Management Plan di riferimento della Destinazione.

ATTI del Convegno
RISK MANAGEMENT NELL'HOTELLERIE
Il caso dell'Albergo Roma:
risorse e scelte strategiche

CASTELFRANCO VENETO (TV)
Best Western Albergo Roma
12 dicembre 2016

PROGRAMMA

Ore 15.15 Registrazione partecipanti

INTRODUZIONE di *Pio Grollo*

Ore 15.30 **SALUTI**

Gianfranco Giovine
Vice-Sindaco di Castelfranco

Pierluigi Sartorello
Presidente ASCOM Mandamento di Castelfranco

Armando Ballarin
Presidente Skal International Venezia

Federico Caner
Assessore al turismo Regione del Veneto

Giovanna Manzi
CEO di Best Western Italia

Rino Antonello
Proprietario Albergo Roma

Ore 16.00 **RELAZIONI**

“Il ruolo delle assicurazioni: la copertura del rischio dell’evento incendio. Il caso Albergo Roma di Castelfranco Veneto”

Marco Rosa Bernardins
Head Property&Engineering-Marine Direzione Sinistri
Zurich

Gianmauro Spadavecchia
Agente Zurich Castelfranco Veneto

“Una risposta strategica alla complessità: le reti tra le imprese ricettive”

Anna Moretti

Università Ca' Foscari di Venezia

Ore 17.00 **DIBATTITO**

Ore 17.20 **CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE**

Federico Capraro

Vice-Presidente Federalberghi Veneto



Un momento del convegno - ph Daniele Macca (La Tribuna di Treviso)

INTRODUZIONE

PIO GROLLO

Si dice che, i fatti, gli accadimenti importanti sono tali perché una persona si ricorda dov'era quando ne è venuto a conoscenza. Credo, per esempio, che tutti noi ci ricordiamo benissimo dove eravamo quell'11 settembre quando è avvenuto l'attentato "alle Torri Gemelle". Io ero in un paese qui vicino a Castelfranco presso una nota industria alimentare ad un incontro con la direzione marketing. Entrò gridando un impiegato: "Hanno bombardato New York". Noi ridemmo, pensavamo ad uno scherzo, poi scoprimmo la tragedia.

Ebbene io so esattamente dov'ero, nel mio studio, quando mia moglie mi telefona e mi dice: "Chiama Rino, ho sentito per radio che c'è stato un grave incendio all'Albergo Roma". Chiamo ma non c'è risposta, riesco a contattare il figlio Sergio, mi racconta brevemente e mi dice che il papà è ricoverato in ospedale.

Dopo poco parto e raggiungo l'ospedale, trovo i figli. Dobbiamo attendere, poi uno alla volta entrano loro, infine Marisa mi dice "Papà lo aspetta, i medici dicono solo qualche minuto". Rino mi accoglie sorridendo e alla mia certo scontata domanda "Ma com'è accaduto?", dice "Satu che, no me ricordo gnente?".

Lasciato l'ospedale passo davanti all'albergo: ci sono diversi mezzi dei vigili del fuoco, c'è odor di bruciato, un po' di fumo sul tetto, acqua dappertutto... mi rendo conto della gravità dei danni, non sono un tecnico ma mi immagino le camere, la hall con le riproduzioni delle opere del Giorgione.

Tornando a casa mi dico, convinto: "Ci sarà il momento in cui faremo festa".

Oggi è arrivato il momento per festeggiare la conclusione dei lavori di ristrutturazione, la riapertura dell'albergo: festa, per l'appunto, non celebrazione, nemmeno semplice "taglio del nastro", non solo brindisi. Abbiamo scelto, la famiglia Antonello ha scelto, di unire il momento di gioia con quello di riflessione, il racconto dell'esperienza vissuta con la proiezione dello sguardo al futuro.

L'incendio dell'albergo Roma ha rischiato di essere un evento tragico, è stato comunque un evento doloroso, funesto, per la famiglia di Rino, per l'impresa ricettiva, per la destinazione-Castelfranco. Cosa significhi per un'impresa rimanere chiusa due anni e mezzo ben lo possono capire in primis i tanti operatori qui presenti, per capire cos'ha rappresentato per Castelfranco basta leggere i dati sugli arrivi e le

presenze: nel 2015, anno di completa chiusura dell'albergo il territorio perde ben 10 mila presenze.

Noi però ora siamo qui per "fare festa", siamo qui perché crediamo nel futuro.

L'incendio ha messo in pericolo la vita di Rino, ha semidistrutto l'albergo Roma, ha messo a dura prova una famiglia e un'impresa, ha condizionato negativamente il contesto turistico locale ma è "il passato", noi siamo qui con gli Antonello per andare oltre.

La visione del video realizzato da Zurich Assicurazioni ci ha riportati all'estate 2014, ci ha fatto rivivere momenti in buona parte noti alla maggior parte dei presenti e al tempo stesso ci ha fornito innumerevoli stimoli, elementi di riflessione utili al nostro pomeriggio.

Sono con noi il Vicesindaco del comune di Castelfranco Veneto, il presidente dell'Ascom mandamentale, il presidente dello Skat International Venezia, l'assessore al Turismo della Regione del Veneto, ci sta raggiungendo la direttrice di Best Western Italia, ai loro interventi seguiranno le relazioni di Zurich Assicurazioni e di una docente dell'Università Ca' Foscari di Venezia, le considerazioni conclusive le abbiamo affidate al vice-presidente di Federalberghi Veneto.

Sarà un proficuo pomeriggio, ne sono certo.



Gianfranco Giovine - Vicesindaco Comune di Castelfranco Veneto © Archivio *studioTREND*

SALUTI

GIANFRANCO GIOVINE

Vicesindaco Comune di Castelfranco Veneto

Grazie per questo invito, gradito ed altrettanto atteso.

Con piacere porto il saluto del Sindaco, Stefano Marcon a Roma per impegni istituzionali e dell'Amministrazione comunale tutta. Assieme a me c'è l'assessore alle attività produttive, Marica Galante e l'assessore alla cultura e turismo, Maria Grazia Lizza, presenze che sono testimonianza di come questa Amministrazione voglia essere vicina alla famiglia Antonello.

Lo abbiamo dimostrato nel corso di questi due anni, in più occasioni. Un'affinità che va oltre il puro ruolo istituzionale per dare spazio ad un lato più solidale, di persone che stendono la mano al Territorio con un supporto alle attività commerciali e turistiche.

Posso assicurare che anche certe vicissitudini di carattere architettonico che ha vissuto l'evoluzione di questo stupendo edificio, hanno trovato, nella Giunta comunale, un pieno appoggio.

Era necessario esser al fianco di un uomo che a dispetto della sua 'giovane età', si è messo ancora in gioco tralasciando l'opportunità di un salutare e meritato riposo. Ed invece ancora una volta dà dimostrazione a noi tutti, alla Comunità ed agli stessi colleghi di una rinnovata energia e vitalità.

Sì, un grande partner assicurativo ha dato certamente un notevole impulso a questa decisione, però è da testimoniare a Rino, alla famiglia Antonello, questo tipo di caparbieta. Il Sindaco si è raccomandato e riporto le sue parole "di essere presente perché la nostra presenza dev'essere in tutti gli istanti comunicata e vissuta".

In questa occasione con cuore aperto e mani tese trasmetto un in bocca al lupo a Rino. Forse non gli serve perché ne ha già dato la dimostrazione. Dico però che ha ed avrà un'Amministrazione sempre al suo fianco pronta a dare quel supporto ed assistenza necessaria, nel rispetto però di regole e ruoli, cosa che purtroppo in Italia a volte non accade. Siamo affissati da leggi e direttive, che anche noi siamo costretti a rispettare, d'accordo o no che siamo, però credimi che la nostra disponibilità è totale perché solo insieme possiamo rendere grande la nostra Città.

PIO GROLLO

Grazie Vicesindaco, il ruolo delle amministrazioni locali nel valorizzare i fattori di attrattività e quindi contribuire a creare i presupposti per la presenza turistica in un territorio è estremamente importante ma lo è anche nell'essere attore dell'organizzazione turistica territoriale, soggetto attivo nel forgiare la destinazione. Il ruolo del comune è stato in questi ultimi anni ulteriormente rafforzato in quanto destinatario dell'imposta di soggiorno: non tutti i comuni hanno deliberato l'imposta, non tutti hanno capito l'opportunità, hanno accettato la sfida e colto l'occasione.

È il momento di dare la parola a Pierluigi Sartorello presidente dell'Ascom del mandamento di Castelfranco, associazione che rappresenta una fetta importante del terziario, del commercio tradizionale e non, dei pubblici esercizi, delle strutture ricettive. Rappresenta la parte del mondo imprenditoriale più direttamente interessata e coinvolta dalla presenza turistica nel territorio. Noi abbiamo bisogno di imprenditori veri, di operatori che sappiano avere idee, che sappiano accettare il rischio, che abbiano le competenze per stare in mercati sempre più complessi e globalizzati. Cosa ci dice, presidente?



Pierluigi Sartorello - Presidente ASCOM mandamento di Castelfranco © Archivio *studioTREND*

PIERLUIGI SARTORELLO

Presidente ASCOM Mandamento di Castelfranco

Inizio con il portare un saluto cordiale da parte della mia associazione, e un grazie a tutti voi che partecipate a questa giornata sicuramente della rinascita di un'attività tra le più storiche e significative della nostra città.

Questo albergo che riapre, questa realtà che riprende ad operare non è nata mitologicamente come l'araba fenice dalle proprie ceneri ma dalla caparbia, dalla capacità, e indubbiamente da quel DNA che l'imprenditoria locale ha. E Rino Antonello ne è un fulgido esempio: nel corso di questi anni ha investito in questo struttura ma si è anche coperto nella maniera adeguata, da buon uomo intelligente, con un'assicurazione che ha risposto adeguatamente all'incidente avvenuto nell'estate 2014. Io sono inorgogliato oltretutto perché quanto accaduto costituisce anche un segnale per il futuro, è un passaggio per il cambio generazionale nella continuità familiare. E le nostre attività hanno bisogno di ricambio nella continuità.

Non solo, le nostre attività hanno bisogno di sostegno, anche perché si stanno spopolando i centri storici e i nostri centri storici possono essere dei formidabili attrattori di turismo sia a livello locale sia a livello nazionale ed internazionale e non sempre le amministrazioni locali e più in generale la politica lo comprendono. Spesso vengono date autorizzazioni dissennate che portano alla costruzione di cattedrali nel deserto, di centri al di fuori delle città storiche e questo significa far chiudere le nostre attività, i nostri storici negozi.

Noi sappiamo che il futuro vedrà sempre più un ruolo importante, anche in termini di posti di lavoro, del turismo: le città venete e trevigiane, le città come Castelfranco potranno beneficiare dell'aumento dei viaggiatori se sapranno organizzarsi adeguatamente, se sapranno prendere esempio da persone come Antonello.

È uno di noi, la sua storia è la nostra storia: noi ne siamo orgogliosi.

Prima di concludere vorrei fare un'ulteriore riflessione: è molto più facile "mettere un mattone sopra l'altro" che camminare all'interno del labirinto della burocrazia. È quest'ultima che rappresenta il vero freno, a volte l'indubbio ostacolo per raggiungere gli obiettivi aziendali, per realizzare i propri sogni. E un imprenditore è per prima cosa un soggetto che vuol avverare i propri sogni. E io dico onestamente quando li incontro, quando anche per pochi minuti ascolto i miei colleghi, vado a casa arricchito. Anche oggi, vedendo questa sala piena, so che andrò a casa arricchito e di ciò ringrazio Rino e voi tutti.

PIO GROLLO

Abbiamo ascoltato la voce delle istituzioni, ora diamo spazio ai saluti degli amici, iniziando da Armando Ballarin. Un amico di Rino ma anche mio, e da molti anni. Attualmente è presidente di Skäl International Venezia, ci parlerà di quest'associazione, ma io vorrei raccontare, pur brevemente, la sua storia, il suo ruolo all'interno della realtà del turismo all'aria aperta. Da trent'anni il suo nome è legato al Cavallino ed in particolare al villaggio-campeggio Union Lido.

Mi sento "titolato" a parlare di Lui perché ho avuto il piacere ed il privilegio di aver spesso incrociato la mia attività di docente, ricercatore, consulente con la Sua attività di manager del più grande villaggio-campeggio in Italia, tra i primi tre in Europa. Una struttura ricettiva eccezionale ed eccellente la cui conoscenza è imprescindibile per chi voglia lavorare nel turismo. Vi fornisco solo un dato: può ospitare 10.000 campeggiatori al giorno, nel corso di un anno, in sei mesi di apertura, accoglie oltre un milione di presenze, in gran parte straniere, lo stesso numero di pernottamenti che registrano in 1 anno i 150 alberghi della provincia di Treviso. Ciò sia ben chiaro non significa disconoscere la realtà trevigiana quanto evidenziare il peso della struttura ricettiva che ha avuto in Armando Ballarin un indiscusso condottiero. Ma Ballarin, in questa sede, è a rappresentare Skäl International Venezia, associazione che vede tra gli affiliati anche Rino Antonello.



Armando Ballarin - Presidente SKAL International Venezia © Archivio *studioTREND*

ARMANDO BALLARIN

Presidente Skäl International Venezia

Certamente, la presenza qui è frutto dell'amicizia che mi lega a Rino, non solo mia personale ma di tutta "SKAL Italia": un'associazione internazionale che raggruppa i professionisti, i titolari d'impresa e dirigenti del turismo.

Porto a Rino i saluti miei personali e di tutti gli amici qui presenti e sono molti, ma anche di quelli che per motivi diversi non hanno potuto essere presenti. La scorsa settimana abbiamo avuto il consiglio direttivo e annunciato l'incontro odierno. Molti dei consiglieri mi hanno detto: "Mi raccomando, salutami Rino e digli che gli siamo vicini in questo momento di gioia così come lo siamo stati due anni fa". Quando è successo il fattaccio, non ci interessava tanto l'albergo, ci interessava Rino, e il tam-tam che c'era tra di noi era "Come sta Rino? Come sta Rino?". In quei giorni era un susseguirsi di telefonate, di messaggi che ricevevo, oltre che dagli amici italiani, anche dall'estero perché coi nostri viaggi e i nostri incontri in occasione dei congressi internazionali, Rino era sempre con noi e con il suo carattere gioviale era il grande amico di tutti e quindi tutti si preoccupavano per lui.

Solo successivamente è emersa la preoccupazione per l'albergo: con lui in forma eravamo sicuri che sarebbe ripresa alla grande anche l'attività ricettiva e che avrebbe risistemato l'albergo meglio di prima. E così è stato.

Lo Skäl, al quale Rino è iscritto da lunga data, è un movimento nato a Parigi nel 1932 ed è un punto di riferimento per tutte le eccellenze del turismo. La sigla è formata dalle parole scandinave il cui significato è: Salute, Amicizia, Lunga vita, Felicità, ed è su questi valori che è stata fondata l'associazione, presente oggi in 87 Paesi, con circa 500 Club e oltre 15.000 iscritti. Dal 1984 è affiliata alla UNWTO (United Nation World Tourism Organization).

Lo Skäl Venezia numero 79, è stato fondato il 10 Aprile 1951. I soci, oltre che dal centro storico, provengono anche dalle altre Province Venete.

Sul territorio partecipiamo ad iniziative di interesse culturale, organizziamo eventi ed itinerari turistici sia per i nostri soci che per gli amici di altri Club.

Molta attenzione e sostegno viene dedicata a progetti di valorizzazione ambientale, eco-compatibili e per un turismo accessibile e sostenibile. La sezione Young Skäl, che raggruppa giovani tra i 20 e 29 anni, ha

come obiettivo di favorire l'inserimento nelle aziende turistiche dei giovani futuri dirigenti.

Avere la presenza di Rino nel Consiglio dello Skal Venezia o come delegato in quello nazionale dava a tutti noi sicurezza nel sostenere le varie iniziative finalizzate alla valorizzazione di un turismo culturale e di qualità. Rino, sei veramente un grande amico, sei nei nostri cuori e da tutti gli amici dello SKAL, tantissimi auguri.

PIO GROLO

È un piacere chiedere ora all'Assessore Caner di portarci il suo saluto. La sua presenza qui è particolarmente gradita anche perché sono convinto che il suo non sarà solo un formale, istituzionale, saluto. Credo ci illustrerà, da una lato l'impostazione che sta dando alla politica della Regione nei confronti del turismo e dall'altro a che punto è il percorso per la pubblicazione dei bandi destinati alla costituzione e sviluppo delle reti tra imprese e alle imprese ricettive che vogliono investire.



Federico Caner - Assessore al Turismo Regione del Veneto © Archivio *studioTREND*

FEDERICO CANER

Assessore al Turismo - Regione del Veneto

Ringrazio per l'invito e desidero subito complimentarmi con il proprietario della struttura per la ristrutturazione che ha non solo ricostruito ma anche notevolmente migliorato le camere e la dotazione di servizi. Ne è uscito uno splendido hotel che, per quanto offre, è proprio in linea con quanto la Regione sta delineando e supportando. L'obiettivo che come Regione stiamo portando avanti infatti è proprio quello di alzare la qualità delle nostre strutture ricettive e della nostra offerta turistica.

Facendo seguito all'assist del prof. Grollo aproffito dell'occasione per dare alcune informazioni ai tanti operatori presenti, per aiutare gli albergatori ma anche i gestori delle strutture ricettive. In questi mesi abbiamo infatti messo in campo alcune iniziative finalizzate a valorizzare l'offerta ricettiva veneta che potrebbero interessarvi.

Una, direttamente finanziata con fondi regionali, riguarda la montagna. È il frutto di una scelta politica molto chiara e importante. A fronte di risorse a disposizione purtroppo sempre più scarse, quanto abbiamo a disposizione è il frutto di quanto abbiamo accantonato proprio per i fondi di rotazione per le attività ricettive, e abbiamo deciso di utilizzarle per la montagna veneta. Perché, vi chiederete. Voi sapete che nel 2021 ci saranno i mondiali di sci a Cortina: potranno essere un formidabile traino non soltanto per Cortina e la provincia di Belluno, ma per tutta l'economia veneta. Stiamo approfittando di questa grande scommessa per dire ai nostri albergatori, in particolare di montagna, di crederci: di credere nel futuro del turismo nel loro territorio. Certo hanno di fronte due regioni a statuto speciale, il Friuli Venezia Giulia e il Trentino Alto Adige ed è in particolare quest'ultima che la fa da padrona: hanno una normativa molto più semplice rispetto alla nostra e hanno risorse a disposizione a iosa. Io spesso ricordo i 300 euro che hanno a disposizione le famiglie in Trentino per poter abbellire i propri balconi di casa con vasi di gerani. Già da questo ci si rende conto del perché con poco si può fare anche arredo urbano: certo è fondamentale l'intervento della provincia autonoma, però poi ci vuole anche l'impegno dei cittadini.

I nostri albergatori devono credere in loro stessi, nelle potenzialità dell'offerta territoriale e nella Regione del Veneto. Noi metteremo a loro disposizione 12.5 milioni di euro per interventi di ristrutturazione, ampliamento, e molto altro perché il bando prevede un ampio spettro di possibili interventi finanziabili. La nostra è una scommessa e mi pare che ci sia già un positivo riscontro. Il bando è ancora aperto e le domande che stanno arrivando sono notevoli: sembrerebbe che anche in montagna si siano decisi a investire. Questo è fondamentale perché

altrimenti noi non arriveremo mai ai Mondiali di Cortina 2021 con le strutture adeguate alla domanda nazionale ed internazionale. Noi possiamo fare, guardate, tutta la promozione che vogliamo ma se il cliente alla fine non trova strutture adeguate, non trova i servizi che cerca, tutte le risorse spese per la comunicazione saranno inutili. Ormai tutti gli studi, tutte le indagini sono concordi nell'affermare che il turista cerca di avere sempre più servizi a disposizione e pertanto noi dobbiamo puntare ad avere strutture ricettive, siano alberghi o B&B, sempre più belli ma anche sempre più dotati di comfort, di wi-fi, di spa, di wireless e di tutta una serie di altri servizi, meglio ancora se servizi turistici integrati. Accogliere il turista non significa soltanto dargli un servizio di alloggio e di ristorazione ma anche proporgli qualcosa che lo interessi, come una passeggiata con le "ciaspe" o un giro in bicicletta ed è necessario che lo stesso albergatore si faccia proponente, che guidi il cliente, che lo coccoli, che lo segua. Bisogna creare emozioni, questo è il passaggio fondamentale.

Detto questo, voglio subito assicurare gli operatori della "bassa" che non ci siamo limitati alla montagna: con i fondi POR FESR, che sono i fondi del Programma Operativo Regionale, quest'anno abbiamo messo a disposizione delle imprese turistiche più di 15 milioni di euro destinati al turismo. Questi fondi sono divisi in alcune mirate azioni.

La prima è finalizzata a facilitare le start up di imprese. Il bando è già uscito e già anche chiuso, ma ne faremo un altro il prossimo anno visto il successo che ha avuto: per le tante realtà che hanno partecipato, le domande di contributi pervenute sono state per un valore doppio dell'importo messo a disposizione.

Una seconda azione è mirata alle reti di impresa e cluster di prodotto, il bando partirà a inizio 2017 e rappresenta indubbiamente un approccio innovativo da parte della Regione mirato a far capire a chi fa turismo che non è più vincente il modello della località all'interno della quale operano in modo disgiunto, non coordinato, i singoli operatori, ma viceversa deve prevalere la logica del prodotto turistico integrato e quindi dell'aggregazione tra aziende. Anche realtà di diverso tipo, alcune ricettive e altre di servizi di trasporto, ecc. che si mettano assieme per creare un nuovo prodotto turistico. Abbiamo persone singole, coppie, famiglie, gruppi che a livello internazionale non si muovono per andare genericamente in una destinazione, ma con una precisa motivazione, uno specifico interesse: il cicloturismo, il golf, piuttosto che un'altra cosa. Noi dobbiamo essere preparati ad offrire l'esperienza che questo turista va cercando.

La terza azione, la più corposa, riguarda proprio il potenziamento del sistema ricettivo e quindi gli investimenti nelle strutture. Sono all'incirca

15 i milioni di euro a disposizione per le imprese ricettive della pianura a fronte dei 12,5 riservati alla montagna veneta, ma in quest'ultima realtà il contesto è particolarmente bisognoso, vi sono esigenze particolari alle quali bisogna dar risposta.

Le risorse di questa terza azione verranno messe a disposizione delle imprese che sono localizzate all'interno dei territori dove esistono le Organizzazioni di Gestione della Destinazione. Credo che tutti i presenti conoscano le OGD. e sappiano che sono 14 quelle attualmente riconosciute nella nostra regione. Nella provincia di Treviso c'è un'OGD. ma non tutti i comuni ne fanno parte. Attenzione, lo ripeto, potranno concorrere ai contributi regionali solo le strutture ricettive il cui comune è iscritto ad un'OGD. Se il comune non partecipa alla struttura associata, purtroppo, lo dico e non è una volontà della Regione Veneto ma una disposizione dell'Unione Europea, non potranno essere concessi gli incentivi regionali. La commissione europea ci ha chiesto di stringere il più possibile le realtà da finanziare, vogliono pochi ma significativi interventi ed ecco allora che noi abbiamo legato il finanziamento alla presenza in loco dell'OGD.

Le risorse a disposizione andranno a beneficio di investimenti per il miglioramento dell'offerta ricettiva, come progetti di ristrutturazione ed ampliamento, aumento del numero delle camere, creazione di spa: progetti che consentano di rendere più competitive le imprese e qualificare il prodotto turistico dell'area. Vorremmo finanziare non tanto singoli interventi ma progetti che si integrano con l'offerta del territorio. Un appello che faccio a tutti gli operatori. I miei uffici sono pronti a spiegare, a consigliare: contattateli, non lasciatevi sfuggire queste opportunità.

Con il tempo che ho ancora a disposizione vorrei fornirvi alcune indicazioni su come ci stiamo muovendo in generale, come Regione del Veneto, in campo turistico.

Abbiamo due grandi battaglie da portare avanti per quanto riguarda la promozione, e qui facciamo un po' a gomitate con i pochi soldi che per il momento abbiamo a disposizione, speriamo che crescano in futuro.

Una riguarda il sistema fieristico ed in particolare le fiere alle quali storicamente partecipiamo. Abbiamo deciso di concentrarci su poche fiere e di valore, a fiere "business to business" dove la Regione Veneto partecipa con il proprio stand all'interno del quale accoglie gli imprenditori che vogliono parteciparvi: così è stato a Londra, fiera dalla quale siamo da poco tempo tornati, o al TTG di Rimini o all'ITB di Berlino. Quest'anno ritorneremo anche alla Bit di Milano, perché ora viene proposta con un nuovo concetto e riportata in centro. Ora i costi sono decisamente inferiori rispetto all'edizione dello scorso anno, edizione alla quale non abbiamo partecipato. Avevo voluto infatti dare un segnale di contrarietà rispetto a come era stata gestita: costava

troppo e ci dava troppo poco in cambio.

Altro tema sul quale stiamo scommettendo molto è il sistema digitale. La rivoluzione digitale è troppo importante, noi non possiamo essere fuori da questa partita. A Ottobre abbiamo avuto il nostro primo convegno regionale sul “digital tourism”, i prossimi anni lo implementeremo con giornate di formazione per gli imprenditori del territorio ma anche per gli amministratori pubblici. Su questo stiamo investendo molto. Voi sapete meglio di me che il turista oggi si muove, soprattutto se giovane, con lo smartphone in mano e attraverso questo strumento decide la vacanza e spesso anche se la organizza. Tutti i tradizionali sistemi promozionali sono spiazzati e il sistema dell'online risulta sempre più importante, fondamentale.

È in quest'ottica che abbiamo pensato ad un integrato sistema di DMS, “destination management system”, che ha direttamente coinvolto la struttura regionale e gli uffici IAT: l'obiettivo è quello di presentare il territorio nel suo complesso in modo adeguato ai nuovi turisti e alle nuove tecnologie utilizzate. Ora abbiamo bisogno di caricare i contenuti idonei e qui c'è bisogno della collaborazione di tutti. Chi visita il sito www.veneto.eu deve trovare tutto il Veneto, dalla fiera paesana della proloco al grande evento, deve aver modo di conoscere cosa c'è, cosa avviene ma anche avere la possibilità di acquistare direttamente i singoli prodotti: deve avere la possibilità di prenotare ed acquistare il servizio di alloggio così come il biglietto alla mostra.

Sui due temi stiamo lavorando in collaborazione con il nuovo ENIT. È da stendere un velo pietoso sull'ENIT del passato, mentre ora pare che la situazione stia cambiando e sicuramente la nuova presidente Evelina Christillin è persona competente, viene dall'esperienza delle Olimpiadi a Torino, e si sta muovendo bene, così i nuovi manager.

Realizzare uno strumento in grado di dare informazioni sull'intero sistema paese, l'Italia, è buona cosa, è uno strumento che hanno tutte le grandi nazioni; però se questo non è sorretto dalle varie regioni diventa inutile. Lei l'ha capito. Noi stiamo realizzando quello del Veneto e se tutte le regioni si muoveranno come stiamo facendo noi, creeremo le basi per avere un ottimo sito nazionale www.italia.it.

Concludo con un ringraziamento al padrone di casa per l'opportunità che mi ha concesso di parlare a questa sala piena di operatori ma anche per l'intervento che ha fatto in questa struttura che è fondamentale per il turismo a Castelfranco. È il suo, un investimento importante dal punto di vista economico e, consentitemi, mi pare sia proprio in linea con quanto ho detto fino ad ora.

PIO GROLLO

lo ringrazio l'assessore Caner, certo per la sua presenza ma anche per le informazioni e gli stimoli di riflessione che ci ha proposto. Ne colgo uno su tutti: diceva l'assessore che i bandi che stanno per uscire prevedono che i contributi a favore delle reti tra imprese verranno messi a disposizione per le realtà produttive localizzate all'interno dei comuni che fanno parte delle OGD (Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni) di cui alla l.r. n. 11/2013. Questa scelta della Regione del Veneto, che deriva da una precisa indicazione comunitaria, pare condivisibile. Ciascuna impresa che opera per soddisfare la domanda turistica è, naturalmente libera di scegliere le modalità attinenti le forme di gestione e di relazione con i competitor e con il sistema economico che caratterizza il territorio nel quale è localizzata. Appare peraltro sempre più evidente come la competitività è in primis tra destinazioni prima ancora che tra imprese all'interno del settore alberghiero anziché ristorativo o dell'intermediazione turistica.

Le relazioni che la singola impresa turistica ha con il sistema turistico locale, le relazioni che si vanno a delineare tra singola unità produttiva e destinazione sono il frutto della determinazione di un territorio di strutturarsi per dare la migliore risposta alla domanda potenziale e/o effettiva dei turisti, è il risultato delle scelte dei diversi attori, pubblici, privati e del volontariato, è la conseguenza del prevalere di determinati modelli di governo e gestione del mercato turistico.

E allora è giusto che si vadano a privilegiare quelle realtà che decidono di essere parte di un sistema del turismo locale, del sistema destinazione, è giusto aver accettato ed accolto lo stimolo venuto dall'Unione Europea: è un segnale chiaro e positivo rispetto alla necessità di aggregarsi e condividere visione e progettualità.

Ci ha da poco raggiunto Giovanna Manzi, CEO di Best Western Italia. Credo che la presenza di Best Western nella sua massima espressione a livello italiano sia particolarmente importante: è la manifestazione di grande stima ed affetto alla famiglia Antonello ma più in generale è un segnale all'imprenditorialità alberghiera di cosa significhi associarsi, decidere di ricercare nell'aggregazione convenienze gestionali ma soprattutto condividere esperienze imprenditoriali.



Sopra: Ingresso Albergo Roma © ph Daniele Macca (La Tribuna di Treviso)
Sotto: Armando Ballarin con Giovanna Manzi - CEO Best Western Italia © Archivio *studioTREN*D



GIOVANNA MANZI
CEO Best Western Italia

Buonasera, purtroppo in ritardo quindi mi scuserete ma il nostro treno è stato soppresso ed abbiamo dovuto riorganizzarci velocemente. Non ho partecipato alla prima parte quindi potrei dire delle cose che non sono necessariamente, come dire, in continuità concettuale. Per prima cosa, peraltro, vorrei a livello personale e come Best Western ringraziare la famiglia di Rino Antonello con Sergio e tutti i suoi parenti perché hanno riportato in vita un sito della città di Castelfranco, gli hanno ridato uno splendore che penso tutti noi avremo la possibilità di apprezzare così come tanti nuovi viaggiatori che vi soggiogneranno.

Best Western in questi due anni e mezzo è stata vicino a questi dal punto di vista affettivo, noi siamo come una grande famiglia, abbiamo 160 alberghi in Italia, ne abbiamo 4.200 nel mondo e a discapito del nome americano siamo molto italiani, siamo una cooperativa di imprenditori italiani, teniamo molto alla nostra italianità e anche a questo spirito di gruppo che ci appartiene. Siamo stati molto vicini a loro prima, immediatamente dopo il triste evento, ma anche nel corso della ricostruzione ed ora nella fase di apertura: abbiamo dato la nostra collaborazione, il nostro aiuto per recuperare contatti, per il personale etc. mettendo a disposizione il nostro know-how come d'altra parte è nella mission di Best Western. Ora siamo ben felici che la famiglia sia riuscita a rimettersi in pista, anche, devo dire, relativamente in tempi veloci anche se il signor Rino avrebbe voluto bruciar le tappe. L'importante è avercela fatta e in tempi accettabili.

Concordo pienamente con quanto affermava prima l'assessore al turismo della Regione del Veneto, un turista internazionale può avere due modalità diciamo così di accesso al nostro paese, o attraverso la comunicazione della destinazione o mediante la forza di attrazione del brand. Nel primo caso le amministrazioni locali devono essere in prima linea per promuovere la parte del territorio nel quale sono insediate, per valorizzare la destinazione e il Veneto ha vere eccellenze: le destinazioni lagunari, le grandi città d'arte ma non dimentichiamo l'entroterra, realtà come Castelfranco.

Nel secondo caso si tratta di scegliere forme di aggregazione, un marchio come Best Western.

L'albergo Roma a Castelfranco ha voluto essere accessibile nelle due modalità, una modalità vicina al territorio e quindi vicina a tutti quelli che fanno destinazione. Ma anche attraverso il brand internazionale per tutti quei turisti che invece accedono ad una località non attraverso il nome della località oppure il suo specifico territorio, ma vi accedono attraverso un brand. Questo è l'altro modo.

Io come dico sempre quando mi trovo a parlare a degli albergatori: "L'importante è che voi vi uniate in qualche modo, che sia attraverso la

destinazione, che sia attraverso il consorzio locale che fa promozione oppure che sia attraverso un brand. Può essere Best Western oppure può essere un altro brand, non è importante, l'importante è stare insieme perché questo di fatto è il vero valore su cui noi oggi poggiamo la nostra economia turistica”.

Siamo tanti, sono 32.000 gli alberghi in Italia, una situazione così frammentata, pensate che negli Stati Uniti gli alberghi sono 55.000, noi siamo 33.000 quindi rispetto alla grandezza degli USA il numero non è poi tanto distante. Chiaramente la differenza sta nel numero medio di camere, un albergo italiano ha in media 32 camere, negli Stati Uniti molte di più. Questa numerosità rischia di farci perdere tanto potere. Potere contrattuale, potere di rappresentanza, potere anche di far vedere il prodotto turistico in un certo modo. Allora io esorto, quando appunto mi trovo in questi contesti, ad aggregarsi, certo nelle modalità che voi ritenete più opportune: quelli che credono di più al marchio opereranno in questo senso, quelli che credono di più nelle organizzazioni territoriali, nelle destinazioni, opereranno in quest'altro. L'importante è stare insieme e cercare di trovare le migliori modalità di promozione così come di collaborazione in aspetti gestionali che possano massimizzare il margine aziendale: assieme i risultati possono essere migliori rispetto a rimaner da soli.

Quanto ho appena affermato è il frutto di 22 anni di lavoro in questo settore, è la conseguenza di innumerevoli incontri avuti in tutta Italia, di un dialogo costante che Best Western ha con tanti albergatori.

Concludo ringraziando ancora la famiglia Antonello e tutti coloro che hanno partecipato a quest'incontro a Castelfranco.



Rino Antonello © ph Daniele Macca (La Tribuna di Treviso)

RINO ANTONELLO

Proprietario Best Western Albergo Roma

Vorrei ringraziare la Best Western perché ci ha appoggiato non solo moralmente ma anche finanziariamente, sono intervenuti per aiutarci in quello che hanno potuto, è chiaro, non è mica una banca la Best Western.

Approfitto per ringraziare tutti, in primis l'amministrazione comunale qui con il vice sindaco e alcuni assessori e naturalmente il presidente dell'Ascom e l'assessore regionale Caner, la loro presenza è stata per me molto gradita. Ringrazio i colleghi albergatori di zona e quelli di Best Western: non faccio i nomi, ce ne sono molti e sono venuti da diverse località del Veneto. Ci sono anche molti amici dello Skal, sono 40 anni che sono socio, a momenti sono stanchi di vedermi ma siamo un gruppo molto affiatato e stiamo bene assieme.

Ringrazio l'assicurazione Zurich che è stata vorrei dire generosa, ci ha dato 3 milioni e 800 mila euro, anche se poi ho dovuto aggiungere un sacco di soldi per le novità che abbiamo realizzato come il centro benessere che è nell'interrato, la sala ristorante e la sala colazioni realizzate al 4° piano, la cucina. Abbiamo ristrutturato tutte le camere, quelle che sono state rovinate le abbiamo fatte nuove, quelle poche che non sono state rovinate o dal fuoco o dall'acqua le abbiamo ritoccate tutte, perciò l'albergo è come se fosse nuovo e così, adesso gli impegni resteranno ai miei figli perché di debiti ne abbiamo fatti ed io quello che dovevo dare ormai l'ho dato. Ora il compito è loro e si daranno da fare, sono sicuro.

Io ho iniziato la mia avventura nel '51, a Roma, alla Fontana di Trevi con una rosticceria e tavola calda; poi, nel '56 l'Onorevole Sartor ci ha "preso di peso" e portato qui, al vecchio albergo Roma a fianco e poi la storia è proseguita e sono ancora qui, orgoglioso della mia attività e non sarei certo resistito 65 anni se non mi fosse sempre piaciuta, e continua a piacermi. Io mi diverto a lavorare ancora, e credo di averlo trasmesso in parte anche ai miei figli e a tutti i miei collaboratori.

Per ultimo ringrazio la banca che mi ha sostenuto e che sta continuando a sostenermi, anche adesso ultimamente dove siamo andati fuori conseguentemente al ritardo che abbiamo avuto, abbiamo sfornato ogni previsione di spesa, e abbiamo trovato nella Deutsche Bank una spalla, hanno creduto in noi.



Il taglio del nastro © ph Daniele Macca (La Tribuna di Treviso)



Marco Rosa Bernardins e Gianmauro Spadavecchia - Assicurazioni Zurich
© ph Daniele Macca (La Tribuna di Treviso)

RELAZIONI

IL RUOLO DELLE ASSICURAZIONI: LA COPERTURA DEL RISCHIO DELL'EVENTO INCENDIO. IL CASO ALBERGO ROMA DI CASTELFRANCO VENETO

MARCO ROSA BERNARDINS

Head Property & Engineering-Marine, Direzione Sinistri Zurich

GIANMAURO SPADAVECCHIA

Agente Zurich Castelfranco Veneto

Gianmauro Spadavecchia

Era il 1987 quando mi sono proposto come assicuratore a Rino Antonello, proprietario dell'albergo Roma.

Antonello era già un'istituzione a Castelfranco Veneto: un albergatore conosciuto, stimato per cortesia e serietà. L'albergo Roma, grazie anche alla sua posizione centrale, era un punto di riferimento per la clientela d'affari di tutta l'area, per decine di imprese manifatturiere di Castelfranco e dei comuni limitrofi.

Antonello mi diede fiducia e dopo 30 anni, in cui abbiamo studiato e aggiornato insieme la polizza di assicurazione e in cui il rapporto umano si è consolidato, oggi posso dire che averlo ripagato della fiducia è un fatto di grande orgoglio per me. Perché per il mio lavoro, Agente di assicurazioni, ciò che conta veramente nella relazione con un cliente è che, quando avvengono eventi tragici come quello che è accaduto all'albergo Roma, si abbia un riscontro positivo dalla polizza che nel corso degli anni abbiamo proposto all'albergatore. Un riscontro positivo che, molto probabilmente, non sarebbe potuto succedere senza un partner come Zurich, un grande gruppo assicurativo che ha studiato una procedura in casi di sinistri gravi, o large come si definiscono in inglese, che immediatamente - come abbiamo appena visto nel filmato - ci ha permesso di essere concretamente al fianco del nostro cliente.

Permettetemi di ringraziare, oltre a Marco Rosa Bernardins, il perito, geometra Ferro, che assieme a me nel giorno del sinistro è arrivato in hotel per i primi sopralluoghi. Con lui abbiamo partecipato alla conferenza stampa dei Vigili del Fuoco, e siamo stati vicini a Rino Antonello in un momento veramente drammatico della sua vita. Mentre

lui era in ospedale, noi eravamo qua con i suoi figli a lavorare per gestire al meglio la drammatica situazione. Come ha fatto anche Best Western.

Marco Rosa Bernardins

Voglio innanzitutto ringraziare per questa opportunità di incontro con tanti esperti ed operatori del settore.

Oggi sono tornato all'albergo Roma dopo quasi due anni. Allora in questa stanza c'era una cassa di legno e ricordo benissimo che Rino Antonello mi disse "Ingegnere vede, qui c'è tutta la mia vita. Ho perso tutto." Ma ricordo anche, negli occhi e nello sguardo, una grande volontà di ricominciare, di pensare ancora al futuro.

Dal nostro punto di vista, quello di una grande Compagnia di assicurazioni, era veramente molto importante essere vicini ad un cliente in un momento così tragicamente importante.

Con un sinistro di queste dimensioni, Zurich si confronta quasi quotidianamente, rappresentiamo infatti un gruppo che lavora in tutto il mondo. Sappiamo, ad esempio, che, per gestire al meglio un sinistro di questo tipo, bisogna collaborare anche con il nostro Agente. Spadavecchia mi ha avvertito la mattina, alle sette e mezza, quando aveva già chiamato il nostro perito. In questi casi è importante saper decidere: capire subito come muoversi, attribuire i compiti e definire chi fa cosa, e soprattutto rassicurare il cliente. Il cliente deve sapere di aver acquistato un prodotto che lo può garantire e l'assicuratore deve rispettare una promessa.

Dopo pochi giorni sono venuto a Castelfranco Veneto. Insieme al cliente abbiamo lavorato per capire che cosa era successo e perché, tenendo conto che questo è un albergo che segue determinati standard di sicurezza nel rispetto di una normativa molto precisa.

Zurich è abituata a collaborare con i Vigili del Fuoco per prevenire situazioni come queste. A Castelfranco bisognava anche mettere al sicuro tutti gli ospiti dell'albergo. C'erano anche cittadini canadesi, assicurati con la nostra filiale in Canada che ha voluto sapere se c'erano danni alle persone. Ho dovuto svolgere una grande attività di coordinamento che può essere gestita bene solo se ci sono persone competenti, un team, una vera e propria squadra, che parte proprio dall'agente di assicurazione, come avete potuto vedere nel filmato.

Ritrovare oggi Rino Antonello mi fa veramente molto piacere. Ho avuto la fortuna di conoscere anche i figli, con loro abbiamo seguito tutto l'iter

liquidativo.

Ci tengo a sottolineare che solitamente una Compagnia di assicurazione eroga un anticipo di indennizzo, anche importante, non prima di 90 giorni dopo il fatto. Dire che Zurich ha erogato un considerevole anticipo dopo 72 ore, quindi dopo soli 3 giorni, è un aspetto molto importante. Ed è una soddisfazione poter offrire un contributo economico così rilevante quando il cliente non se lo aspetta. Abbiamo una procedura (DtoC - Delivery to Our Customer), che nel filmato è stata citata, che ci consente di prendere questa decisione importante.

Ma è anche la squadra che ci ha permesso di prendere questa decisione. Una squadra che ha saputo costruire con il cliente un prodotto assicurativo adeguato. E alle spalle un gruppo che opera in tutto il mondo e che non ha problemi di liquidità per far fronte a pagamenti anche molto significativi nel giro di pochissimo tempo.

Devo dire che Spadavecchia, confidandosi con me, ha detto che questo era il sinistro più importante che aveva toccato un suo cliente. Anche per lui era una prova tangibile per far capire di essere credibile e autorevole nei confronti del proprio cliente.

Gianmauro Spadavecchia

Questa case history ci ha confermato che la polizza che abbiamo costruito per l'albergo Roma era, ed è, adeguata alle sue esigenze. Del resto Zurich ha una lunga e consolidata esperienza nell'assicurazione dell'attività alberghiera, e dell'ospitalità in generale. Collabora da decenni con Federalberghi, la principale associazione di categoria del settore, con cui ha una convenzione e di cui è partner assicurativo.

Con Rino Antonello è stato fatto un percorso di consulenza negli anni, con particolare attenzione alle coperture Incendio e Responsabilità Civile. Le coperture che sono state interessate in maniera preponderante in questo sinistro. Responsabilità nei confronti dei clienti, perché ogni albergatore ha una responsabilità economica che è di cento volte il prezzo della camera per le cose consegnate e non consegnate all'albergatore. E poi responsabilità civile verso terzi perché l'incendio ha danneggiato anche strutture vicino all'albergo: la banca, studi professionali, la birreria, alcuni appartamenti. Nel contratto avevamo appostato delle cifre anche per questa eventualità, che poi purtroppo si è verificata.

Quando ci troviamo a studiare la copertura assicurativa di un'attività

imprenditoriale dobbiamo valutare attentamente i possibili rischi a cui potrebbe essere esposta. Ragioniamo a 360 gradi cercando di tutelare l'imprenditore sia per la parte del patrimonio sia per la parte della responsabilità.

Nel caso dell'albergo Roma la copertura assicurativa ha portato ad erogare un indennizzo - come ha accennato Rino Antonello - di 3 milioni e 800 mila euro che sono stati utilizzati in parte per la ricostruzione della struttura e in parte come rimborso ai terzi coinvolti dall'incendio e ai 62 clienti che erano in quel momento alloggiati nell'albergo. A queste persone abbiamo dovuto rimborsare, ad esempio, anche le spese di prima necessità.

L'albergo oggi è ricostruito, c'è anche una meravigliosa terrazza ristorante al quarto piano. E io ringrazio Rino Antonello per la fiducia che mi ha accordato 30 anni fa sperando di continuare a collaborare con lui e la sua famiglia ancora per tanti anni.

Marco Rosa Bernardins

Prima di chiudere vorrei riprendere un attimo le immagini del video, quelle girate all'ultimo piano dove tutto è bruciato. Da un punto di vista assicurativo, la Compagnia deve liquidare per quello che era la situazione prima dell'incendio. Rino Antonello mi ha parlato del progetto per rinnovare l'ultimo piano con la splendida vetrata ristorante che abbiamo visitato. In base al massimale assicurato, la Compagnia ha liquidato anche il cosiddetto supplemento per valore a nuovo, per il rifacimento completo e la messa a norma, riferendosi alla situazione dell'albergo al momento dell'incendio. La proprietà ha fatto ulteriori investimenti modificando e migliorando la struttura dell'albergo.

I lavori sono ultimati, c'è stata l'inaugurazione dell'albergo rinnovato. So che i tempi potevano anche essere anticipati ma la proprietà ha voluto fare un'opera veramente eccellente dal punto di vista della ricettività.

Lasciatemelo dire con una punta di orgoglio: in tutti questi mesi, sulla piazza di Castelfranco, Zurich ha esposto un grosso biglietto da visita, che molti altri assicuratori ci hanno invidiato. Un cartellone - lo avete visto nel filmato - su cui era scritto che Zurich aveva contribuito a ricostruire l'albergo Roma. Albergo a cui va tutto il mio augurio per un futuro roseo, con tantissimi turisti che possano trascorrere un felice soggiorno a Castelfranco e conoscere Rino Antonello.



Albergo Roma © Archivio Albergo Roma



La nuova terrazza ristorante © Archivio Albergo Roma

PIO GROLLO

Bene io chiamerei al tavolo Anna Moretti e Federico Capraro: quest'ultimo ha il, credo piacevole, compito di concludere questa nostra chiacchierata.

Anna Moretti, ricercatrice e docente all'università Ca' Foscari di Venezia, affronterà un argomento che ha diffusamente affrontato l'assessore regionale e che è stato anche tema centrale dell'intervento di Giovanna Manzi di Best Western: l'aggregazione tra imprese turistiche.

Ad Anna Moretti il compito di supportare quanto è stato affermato: aggregarsi è una necessità, lo è già ora, lo sarà sempre più nel futuro, è una cruciale risposta alla complessità.



Anna Moretti - Università Ca' Foscari Venezia © Archivio *studioTREND*

UNA RISPOSTA STRATEGICA ALLA COMPLESSITA': LE RETI TRA LE IMPRESE RICETTIVE

ANNA MORETTI

Università Ca' Foscari Venezia

Grazie per l'introduzione e per la possibilità che mi è stata data di partecipare a questo incontro in questo clima così festoso. Come anticipato dal professor Grollo, questo intervento cercherà di riprendere alcuni punti emersi durante i precedenti interventi, con l'obiettivo di inquadrarli in un ragionamento più ampio sul *destination management*.

Un primo passaggio che volevo condividere con voi è relativo al cambio che stiamo vivendo in questi anni rispetto al tema della complessità. Negli studi sul turismo, fino a qualche anno fa il tema della complessità dell'industria turistica era discusso facendo riferimento alla molteplicità degli stakeholder coinvolti nella realizzazione del prodotto turistico, tipicamente offerto e realizzato da diverse imprese, organizzazioni, ed istituzioni appartenenti a molteplici industrie: dai trasporti, ai servizi, alla recettività. Il dibattito si è invece spostato negli ultimi anni verso un altro tipo di complessità che caratterizza l'industria turistica, che pone a noi ricercatori e agli operatori del settore delle sfide completamente nuove.

Sul fronte della *domanda*, i consumatori si qualificano come elemento di complessità per il proliferare delle preferenze, che portano gli operatori del settore a confrontarsi con una domanda turistica sempre più frammentata.

Dal punto di vista dell'*offerta*, la complessità è legata alla crescente pressione competitiva, in quanto i competitor si moltiplicano esponenzialmente grazie alle innovazioni nei trasporti e nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. I grandi cambiamenti in atto nella società, che vedono una *cultura elettronica* sempre più pervasiva e trasversale ai diversi ambiti sociali, pongono nuove sfide per l'industria turistica. Da un lato, le esperienze turistiche possono essere arricchite ed approfondite grazie alle opportunità offerte dalle tecnologie della comunicazione che rendono utenti e luoghi sempre connessi, e quindi in grado di interagire tra loro non solo fisicamente, ma anche virtualmente. Dall'altro, le politiche di comunicazione, ed in particolare la costruzione dell'immagine e del brand delle imprese turistiche, necessitano di essere ripensate e ricostruite secondo il nuovo linguaggio elettronico, costituito da nuovi significati e significanti. Infine, il tema della *sostenibilità*, soprattutto nelle sue declinazioni ambientale, economica, e sociale, interviene come componente del nuovo concetto di complessità dell'industria turistica nel suo influenzare

trasversalmente il marketing mix delle imprese: dal prodotto, ai prezzi, alla comunicazione, e alla distribuzione, il tema della sostenibilità deve essere messo al centro dell'agire strategico degli attori.

Tali dinamiche, si traducono in un nuovo approccio per la valutazione della competitività delle imprese turistiche, e quindi della loro capacità di raggiungere elevati livelli di soddisfazione dei consumatori, riassunto dalle tre "E" : *Experience, Engagement, Entertainment*.

Il prodotto turistico è ormai generalmente associato al concetto di "Esperienza", ovvero un prodotto complessivo, coordinato attorno ad una proposta armonica di senso, alla costruzione e sostegno della quale concorrono tutte le sue componenti. La relazione tra il turista e la destinazione (o tra il turista e le singole imprese della destinazione) si avvicina sempre più al concetto di "Engagement", ovvero di profondo coinvolgimento e legame, che assume delle accezioni emotive più profonde del tradizionale interesse per la destinazione del proprio viaggio. Infine, l'aspetto di "Entertainment" fa riferimento alla crescente necessità di offrire proposte di intrattenimento sempre più innovative, in grado di divertire, emozionare, e soddisfare i diversi turisti, come già ricordato caratterizzati dalle più diverse e molteplici preferenze.

Al fine di raggiungere buoni livelli di competitività in un'industria turistica dai tratti profondamente mutati, le imprese del settore devono trovare un modo nuovo (nuovi modelli di business, un nuovo approccio strategico) per far fronte a questa complessità.

Gli studi di settore sono ormai concordi nel sostenere che per rimanere competitivi è fondamentale riuscire ad aggregarsi. Mi è piaciuto il riferimento che abbiamo avuto poco fa da Best Western, a qualsiasi tipo di aggregazione. Aggregatevi tra di voi, aggregatevi con i competitor, aggregatevi in consorzi, questo la letteratura lo sta raccontando in svariati modi parlando proprio di quali siano i benefici cui la rete di imprese può dare accesso.

Come sottolineato dagli studi recenti, *"By combining knowledge, expertise and capital resources, collaborative strategy can produce consensus and synergy, leading to new opportunities, innovative solutions and a greater level of effectiveness, **which would not have been achieved by the partners acting alone.**"* [Wang e Pizam, 2011]¹

Ecco che il mettersi insieme permette non solo di ridurre i costi ma permette per esempio di capire quali siano gli elementi su cui puntare per riuscire a catturare diversi segmenti della domanda, che fino ad oggi non potevamo neanche pensare di poter raggiungere.

¹ "Destination Marketing and Management: Theories and Applications", di Y. Wang e A. Pizam (a cura di), CABI, 2011.

La rete tra imprese, ci permette di creare nuove opportunità di innovazione per la nostra impresa, non solo sul fronte del prodotto, ma anche sul fronte dei processi.

Le tre “E” a cui abbiamo fatto riferimento parlando di competitività delle imprese turistiche, richiedono che l’offerta turistica sia organizzata in modo tale da poter offrire quello che è un prodotto turistico globale, ma che cosa significa questo? Non solo che l’albergatore, come ci ha riferito l’assessore, diventi esso stesso propositore di esperienze complessive e di servizi accessori. Dobbiamo comunicare ai clienti che la nostra impresa è inserita in un contesto di Destinazione, che propone molteplici servizi e opportunità di intrattenimento, in grado di offrire una proposta dal significato profondo e che solleciti la sfera emotiva del nostro cliente che, come ricordato, è quello che ormai i turisti moderni cercano.

Volevo fare una breve sottolineatura che è secondo me importante rispetto al mondo della ricettività. Si sente tanto parlare del problema della *sharing economy*, un tema che ha assunto ormai una connotazione molto negativa associata ai temi di evasione fiscale, concorrenza sleale, ecc. Nonostante il grosso problema della scarsità dei dati, per il quale ancora è difficile riuscire a dare delle risposte solide sull’argomento, dei primi dati di uno studio presentato di recente, al “14th Global Forum on Tourism Statistics” da parte di Juergen Weiss² suggeriscono come la concorrenza proveniente dagli operatori impegnati nella *sharing economy* sia trascurabile, in quanto indirizzata ad un target solo in minima parte sovrapponibile al target delle strutture ricettive tradizionali. Perché è importante porre l’attenzione su questo tema? Perché i nuovi mezzi, canali di distribuzione con i quali dobbiamo confrontarci come sistema della ricettività giocano senz’altro un ruolo rispetto al tema della concorrenza, ma la soluzione a questa dinamica competitiva molto enfatizzata in questo periodo, è quella di fare rete per offrire un prodotto turistico globale, ovvero qualificarsi come destinazione. La rete per competere è lo strumento per raggiungere i livelli qualitativi necessari per riuscire a porsi su un altro piano rispetto alle dinamiche della concorrenza che invece rischierebbero di intrappolare quelle imprese del sistema ricettivo che scelgono di operare da sole.

² “The impact of shared accommodation for the overall accommodation industry”, di Juergen Weiss, Statistics Austria, “14th Global Forum on Tourism Statistics”, 25 Novembre 2016, Venezia.

PIO GROLLO

Devo dire che mi sento bene seduto tra due giovani, una ricercatrice docente universitaria, l'abbiamo appena ascoltata, e un giovane albergatore ora vice presidente di Federalberghi, per alcuni anni presidente degli albergatori di Treviso. Se torno con la mente a 20 anni fa, io ricordo che vedevo, a Conegliano mentre chiacchieravo con il padre, un ragazzo che ci osservava, ascoltava qualche minuto poi scompariva e ad un certo punto non lo vidi più per un periodo. "È all'università, si sta laureando in giurisprudenza, vuol far l'avvocato".

Certo avvocato è diventato ma da oltre dieci anni gestisce quell'albergo dove lo vedevo ragazzo: è sempre un piacere per me vederlo e sentirlo, rappresenta uno dei più interessanti casi di ricambio generazionale, un esempio quasi "da caso didattico" di chi ha assorbito la cultura imprenditoriale dalla famiglia, dal passare parte del suo tempo in albergo, anche a lavorare, per poi andare oltre, confrontarsi con l'università e più in generale con un ambiente esterno e diverso dal suo. Ha poi scelto di ritornare, di mettere a disposizione dell'attività imprenditoriale le conoscenze, le esperienze e le competenze acquisite in altri ambiti, al di fuori del suo albergo, della sua Conegliano.

Qui è a rappresentare Federalberghi ma per me è anche, vorrei dire soprattutto e nessuno me ne voglia, a rappresentare un'idea, una visione, una modalità attraverso la quale si può (si deve?) forgiare il futuro della ricettività e più in generale de turismo in Italia. Lo dicevo aprendo questo incontro. "Quello di oggi vuol essere un momento di festa ma non può esserci festa senza la speranza, senza la consapevolezza di un futuro che può essere ridente". E vorrei aggiungere che c'è festa vera quando c'è il desiderio, la determinazione, di essere protagonisti del proprio futuro, di non doverlo subire ma di poterlo indirizzare, governare.

A Federico il compito di concludere i lavori, seguirà "il brindisi" c'è scritto nella locandina ma conoscendo Rino sarà di più, sarà al IV piano, avremo una stupenda vista sul centro storico di Castelfranco.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

FEDERICO CAPRARO

Vice-Presidente Federalberghi Veneto

Buonasera a tutti, ringrazio per l'invito.

Federalberghi Veneto non poteva oggi non esserci, per mio tramite porta i saluti del presidente regionale Marco Michielli, anche Vicepresidente nazionale Federalberghi.

La mia presenza oggi non è solo istituzionale. È una presenza molto sentita, molto partecipata. Sono qui con grande piacere, e grande emozione perché per gli albergatori di seconda generazione, ed anche per i giovani albergatori che vedo qui, Rino Antonello è stato una guida. Consigliere, uomo di grandi relazioni, che ci ha messo sempre in contatto con nuove realtà, nuove conoscenze, lui è per noi ciò che definiamo un maestro. È un maestro di cerimonia per il suo modo, il suo charme e uomo di grandi insegnamenti.

Guardiamo a questo, e considerato che parlare di giovani qui quando ancora una volta il più giovane tra noi è Rino Antonello e lo dico per lo spirito, per la visione, per la voglia di rilanciare, ci fa capire che abbiamo molto da fare.



Federico Capraro - Vice Presidente Federalberghi Veneto © Archivio *studioTREND*

Ricordo i giorni immediatamente successivi all'incendio, quando mi portò a vedere gli ultimi piani dell'albergo e lì, preso anch'io da emozioni e sentimenti molto forti e molto contrastanti, come uomo, come collega e come amico, fui assalito da tutta una serie di sensazioni e considerazioni che feci e che mi tornarono poi nel corso degli anni. Una tra queste la recupero oggi: vi confesso che vedendo quegli spazi, gli arredi, il layout di quelle camere, mi resi conto che quello non era un albergo tre stelle, non era un albergo che era stato costruito più di 10 anni prima; quello andato in parte distrutto due anni e mezzo fa, era un albergo nuovo, era un albergo attualissimo e di grandissima prospettiva. Voglio dire che a distanza di 15 anni da quando venne realizzato e con tutti i cambiamenti che ci sono stati nel nostro mondo, quell'albergo era stato un intervento realizzato già all'epoca, con una grandissima visione.

Probabilmente due anni e mezzo fa sarebbe stato più facile pensare a recuperare un format, un modello comunque di successo e invece Rino Antonello con Sergio hanno voluto rilanciare, rilanciare ancora.

E qui sta l'esempio che noi ci portiamo dentro! Perché Rino e Sergio hanno rimesso in discussione spazi, hanno rimesso in discussione logiche per essere non solo al passo ma essere, ancora una volta, in anticipo sui tempi e quindi ancora una volta con grande visione e con grande lungimiranza, sempre nella logica appunto di superare le aspettative dei suoi ospiti. Ospiti della sua azienda, ospiti di Castelfranco, ospiti del nostro territorio.

Un intervento fatto con gli stessi valori che sono oggi anche i punti sui quali abbiamo ragionato. Cerco quindi di recuperare alcuni di questi punti, lì dove si è parlato di opportunità, e il passaggio dell'assessore è stato chiaro in tal senso: le opportunità ci sono, se come tali vengono colte e quindi se si pensa a riposizionare a riqualificare in una prospettiva turistica. L'esempio oggi, qui, ce l'abbiamo: qui non si è semplicemente ristrutturato, qui oggi la famiglia Antonello ha presentato una nuova offerta ricettiva! È quindi questo il valore, il valore che è nel loro DNA. Evidentemente, come dicevo prima, è questa un'indicazione della strada da seguire.

Su un altro aspetto, che è quello della quale si è parlato nel passaggio sulle reti, voglio evidenziare il valore e lo spirito della collaborazione di Rino Antonello che è stato, credo, il 2° albergatore della provincia di Treviso ad entrare in Best Western, che è stato uno dei soci fondatori del consorzio turistico provinciale, che all'epoca si chiamava "Treviso, una provincia intorno" e quindi era, già allora, oltre vent'anni fa, in anticipo sui tempi. In questo senso il valore di lavorare insieme, collaborare, cooperare, sono gli elementi che sono propri di Rino, e sono evidentemente gli elementi che trovano forza nella grande famiglia di Best Western e nelle reti d'impresе. Oggi c'è un'attenzione

particolare per le reti, in prospettiva anche di opportunità e di business, ma ricordo che quelle erano le prime reti e quelle sono le reti sulle quali oggi poggia, sia in termini di destinazione che di trend, la prospettiva turistica.

Un passaggio ulteriore, a maggior ragione per quanto è successo qui, due anni e mezzo fa, credo che debba essere fatto da noi imprenditori, quando guardiamo alle proposte assicurative come polizze e quindi come costi. Questo è l'equivalenza che noi facciamo no? È l'equazione che ci viene più immediata: polizza assicurativa = costo. Credo che il cambio di prospettiva stia proprio qui e cioè che si debba pensare e guardare alle proposte assicurative come dei progetti a copertura del business. A copertura del nostro business, proposte che vadano a tutelare sì certo il patrimonio, ma che devono tutelare il reddito, devono tutelare l'occupazione, e devono tutelare quindi il business più largamente inteso, considerato che le nostre realtà sono realtà che producono in un contesto che produce. E quindi devono guardare anche a ciò che succede fuori e devono tutelarsi anche rispetto a ciò che succede fuori e non solo a ciò che succede dentro le strutture, come in questo caso. Raccolgo infatti questo ulteriore passaggio perché credo che questo sia un necessario cambio di prospettiva che da noi imprenditori debba essere necessariamente fatto e seguito anche dai nostri partner.

Concludendo non posso che ringraziare Rino e Sergio Antonello perché hanno proposto un modello: quello della collaborazione, del lavorare insieme, della cooperazione che torno a dire è per loro naturale, e per noi modello da seguire e perpetuare, perché è un grande esempio. Perché qui c'è non solo visione e lungimiranza ma c'è anche coraggio, c'è passione, c'è grande professionalità e grande voglia.

Un ringraziamento va quindi a chi ci sta indicando la strada, a chi sta indicando la strada a tutti: agli amministratori, agli imprenditori, ai collaboratori, e anche a noi colleghi, perché questi sono gli esempi da seguire.

Grazie Rino, grazie Sergio, grazie a tutta la grande famiglia Antonello.



© ph Daniele Macca (La Tribuna di Treviso)

ALLEGATO

A cura di



CONOSCERE IL RISCHIO, GESTIRE L'EVENTO

Albergo Roma di Castelfranco Veneto: il contributo di Zurich per la rinascita

Nel giugno 2014 dal tetto dell'Albergo Roma di Castelfranco Veneto si alza una colonna di fumo. È l'una di notte: le fiamme sono divampate nell'appartamento del titolare, Rino Antonello, al quarto piano dell'hotel. Il fuoco sembra essere domato dopo le 4 del mattino, ma si alza una brezza che vanifica il lavoro delle squadre dei Vigili del Fuoco, facendo durare l'incendio per molte ore. Tutto è perduto nell'albergo: Rino Antonello è in ospedale, intossicato.

Nel dicembre 2016 l'albergo, completamente ristrutturato e pienamente in attività, ospita il convegno "Risk Management nell'hotellerie". Un pomeriggio di festa ma anche di riflessione su come cautelarsi quando ci si trova ad affrontare un evento tragico.

L'Albergo Roma è da sempre un'istituzione a Castelfranco. Antonello è stimato ed apprezzato per la cortesia e l'affidabilità e l'albergo, grazie anche alla posizione centrale, è un punto di riferimento soprattutto per la clientela di affari di tutta l'area.

L'intervento di Zurich

La vicenda del sinistro occorso all'hotel è un esempio concreto di come una grande Compagnia come Zurich cura i propri clienti. Un esempio dove tutti, dall'Agente alla direzione sinistri, dal perito ai consulenti e collaboratori, agiscono muovendosi nella stessa direzione.

Zurich ha ricevuto subito la comunicazione del sinistro dall'Agente di Castelfranco Veneto, Gianmauro Spadavecchia. Dopo un confronto con i Vigili del Fuoco, i tecnici accertano che il sinistro rientra nelle specifiche della polizza, quantificano i danni tenendo conto dei primi elementi a disposizione e in tre giorni erogano l'anticipo dell'indennizzo. I danni alla struttura si sono poi rivelati superiori rispetto al massimale assicurato, perché la struttura è stata completamente rifatta e messa a norma. A un anno dall'incendio, l'albergo ha ripreso parzialmente l'attività.

L'incendio – o meglio la gestione del post incendio – invece di sancire

la fine di un luogo simbolo della città di Castelfranco Veneto, ha offerto l'occasione per un grande rilancio, grazie anche all'intraprendenza del titolare, pronto ad investire i 3 milioni e 800 mila euro di risarcimento danni ricevuti da Zurich e oltre 1 milione di tasca propria per restituire alla città e ai suoi visitatori un hotel interamente rinnovato.

Zurich interviene immediatamente

- Stima dei danni insieme ai Vigili del Fuoco
- Intervento della Società di bonifica
- Gestione della crisi
- Erogazione immediata (tre giorni) dell'anticipo sull'indennizzo

Albergo Roma è oggi più bello di prima. Rino Antonello da quella tragedia ha infatti deciso di ripartire, investendo in quella che è l'attività della sua famiglia dagli anni Cinquanta. Ed è riconoscente a Zurich che lo ha assistito nel migliore dei modi. "Permettetemi un plauso per l'assicurazione: in poco tempo sono stato risarcito di tutto per quanto riguardava la situazione al momento dell'incendio" ha dichiarato a distanza di un anno in un'intervista al quotidiano La Tribuna di Treviso.

La professionalità di un'azienda

In tanti anni di collaborazione, l'Agente ha costruito e aggiornato la polizza insieme al cliente. Il rapporto è diventato di stima e fiducia reciproche e, al momento del bisogno, il cliente ha potuto verificare che la polizza era stata costruita bene. Ma non basta. Zurich ha dimostrato di avere procedure di liquidazione, in caso di sinistri gravi, in grado di supportare il cliente anche subito dopo il fatto.

Con un sinistro di queste dimensioni, Zurich c'è. Nel senso che i professionisti della Compagnia, in tutto il mondo, li gestiscono quasi quotidianamente. Quindi esperienza, capacità e procedure collaudate. Gestire al meglio un sinistro di questo tipo vuol dire anche essere vicini all'Agente sul territorio. Da subito, come in questo caso alle 7 e 30 del mattino. E poi è importante saper decidere, capire come muoversi, attribuire i compiti e definire chi fa cosa. E soprattutto rassicurare il cliente che ha acquistato un prodotto – la polizza assicurativa – che lo può garantire in quel momento.

Nei primi giorni dopo il sinistro Zurich ha lavorato per:

- capire cosa era successo e perché era avvenuto un grosso incendio in un albergo che ha determinati standard di sicurezza rispettosi della normativa;
- collaborare con i Vigili del Fuoco;

- mettere al sicuro tutti gli ospiti, alcuni stranieri (in albergo alloggiavano cittadini canadesi assicurati proprio con Zurich).

E poi un'attività di coordinamento con:

- l'agente di assicurazione;
- il perito;
- i proprietari dell'albergo;
- l'azienda di salvataggio e ripristino.

L'anticipo di indennizzo

Solitamente una Compagnia di assicurazioni eroga un anticipo di indennizzo, anche importante, non prima di novanta giorni. Zurich lo ha fatto in soli tre giorni. Vuol dire offrire un contributo economico rilevante quando il cliente non se lo aspetta e, soprattutto, non lo ha chiesto.

Zurich ha infatti una procedura – DtoC - Delivery to Our Customer – che consente di prendere una decisione così importante: assumersi il rischio di dare una cifra, quindi spenderla, e mettere la Compagnia nella condizione di creare una relazione di empatia e fiducia con il cliente.

Professionalità e solidità vogliono dire:

- avere un prodotto assicurativo valido, costruito sulle reali esigenze del cliente;
- essere un grande gruppo che lavora in tutto il mondo;
- non avere problemi di liquidità per far fronte a pagamenti anche molto significativi nel giro di pochissimo tempo.

E sul territorio è l'Agente, primo interlocutore e riferimento del cliente, ad essere credibile e autorevole. Proprio perché alle spalle c'è un grande e solido gruppo assicurativo.

Il ruolo dell'Agente

La competenza e la professionalità dell'Agente giocano un ruolo fondamentale soprattutto prima di un'eventuale sinistro. E' l'agente che valuta e consiglia la migliore copertura assicurativa. Quella più adatta, come in questo caso, ad una impresa alberghiera. Al riguardo Zurich vanta una grandissima esperienza in quanto, grazie ad una storica convenzione con Federalberghi, è, di fatto, l'assicuratore di riferimento per chi opera nel settore dell'ospitalità.

L'Agente Gianmauro Spadavecchia ha seguito negli anni lo sviluppo e i cambiamenti dell'albergo Roma costruendo e aggiornando la polizza assicurativa con particolare riguardo alle coperture Incendio e Responsabilità Civile, cioè quelle intervenute poi in occasione del sinistro.

Parliamo di responsabilità nei confronti dei clienti, perché ogni albergatore ha una responsabilità economica che è di cento volte il prezzo della camera per le cose consegnate e non consegnate all'albergatore. E poi responsabilità civile verso terzi perché l'incendio ha danneggiato anche strutture vicino all'albergo. La polizza aveva preso in considerazione queste possibilità, con massimali adeguati, tutelando l'imprenditore sia per la perdita del patrimonio sia per la responsabilità. E la copertura ha portato ad erogare un indennizzo di 3 milioni e 800 mila euro, in parte per la ricostruzione della struttura e in parte per il rimborso a terzi coinvolti dall'incendio (62 erano gli ospiti presenti in quel momento). A queste persone sono state rimborsate anche le spese di prima necessità, alcuni hanno addirittura perso il passaporto.

Incendio Albergo Roma in sintesi	
Tempo intercorso tra l'evento e il primo sopralluogo	Dopo 5 ore dall'incidente il primo sopralluogo. Dopo 2 giorni la prima valutazione dei danni
Il primo risarcimento	Dopo 72 ore dall'evento Zurich ha effettuato un bonifico di 500.000 euro
Importo complessivamente erogato	3.800.000 euro

Conoscere e gestire il rischio: una certezza per il futuro.

Dalla case history dell'albergo Roma è emerso chiaramente come azienda e Compagnia assicurativa hanno collaborato a stretto contatto in una situazione di crisi, facendo fronte a danni ingenti e superandoli, grazie alle adeguate coperture assicurative.

Le imprese italiane e il rischio

Conoscere le imprese e le loro esigenze è il primo passo per poter offrire le migliori soluzioni per la gestione dei rischi: questa è la ragione per cui **Zurich aggiorna costantemente i propri dati sulle imprese italiane** e li compara con gli altri Paesi al mondo.

Quello che appare dalle ricerche, in linea generale, è che **le imprese italiane sono sottoassicurate rispetto a realtà simili in altri Paesi.**

Una indagine internazionale Zurich realizzata nel 2015 in collaborazione con GFK Eurisko sui Rischi e opportunità di 3.000 Pmi di 15 Paesi nel mondo (Europa, America e Asia-Pacifico) riporta che le preoccupazioni principali per le aziende italiane sono legate alla congiuntura economica e alla debolezza dell'economia. Temono sempre di più i rischi connessi alla vulnerabilità dei sistemi tecnologici,

crimini informatici e corruzione. Sono invece meno attente alla probabilità che si verifichino danni.

Una seconda **ricerca sulle imprese medie e piccole italiane** riporta altri dati significativi:

> solo il 52% delle aziende possedevano una polizza di Responsabilità civile danni a terzi

> solo il 44% possedeva una copertura contro l'incendio e i danni alla proprietà

> l'area maggiormente esposta è quella dei Danni indiretti, dovuti all'interruzione dell'attività causata da sinistro (Business interruption), insieme alla Responsabilità civile prodotti e alla tutela del personale.

*Sono stati intervistati 254 titolari d'azienda, di cui circa la metà aziende piccole (fatturato inferiore ai 250 mila euro e meno di 10 dipendenti), ricerca in collaborazione con Cineas Politecnico di Milano.

La percentuale di imprese che ritengono che la propria attività non sia soggetta ad alcun rischio è cresciuta. La storia dell'hotel Roma di Castelfranco Veneto, così come molte altre, racconta un realtà differente.

L'approccio al rischio e gli obiettivi

L'approccio al rischio è visto dagli esperti Zurich come un processo in differenti fasi.

- Il “prima”, ovvero l'**analisi del rischio**, unita alla proposta di azioni di miglioramento che possono essere messe in pratica facilmente. A questo si accompagna la **valutazione del rischio** assicurato (le polizze riguardano i danni diretti e i danni indiretti, ovvero i rischi connessi al fermo delle attività)
- Il “durante”, ovvero l'**azione tempestiva** che gli specialisti fanno **in caso di sinistro**, quando questo possa compromettere la sicurezza delle persone e degli impianti, oltre che il fermo produttivo totale o parziale
- Il “dopo”, ovvero la **collaborazione nel gestire l'evento**, attraverso piani operativi di emergenza e il supporto all'azienda perché arrivi a **far ripartire presto le proprie attività**. Nel caso di sinistri rilevanti, Zurich può anche attivare la procedura che prevede un rapido **anticipo dell'indennizzo** (erogato nel giro di pochi giorni dal sinistro).

L'obiettivo è quello di **prevedere** ciò che si può prevedere, **eliminare e migliorare** alcune vulnerabilità, attivare una **copertura dei sinistri e piani di gestione dell'emergenza**, contribuire a “uscire” dal sinistro il prima possibile e riportare l'azienda a una condizione stabile.

Site Assessment



Analisi e valutazione del rischio

L'analisi del rischio si compone dunque di quattro fasi.

- **Identificare i pericoli** potenziali confrontandoli con le coperture assicurative attive → **Site Assessment**
- **Valutare (e misurare) i rischi** → uso della metodologia **“Risk Grading System”**
- Fornire una **panoramica dei rischi** emersi
- Proporre e condividere possibili **strategie e programmi di miglioramento** → **“Risk Improvement Reports”**

Analizzare i rischi potenziali

Le aziende non hanno bisogno di promesse, ma di **risposte concrete ai loro bisogni**. L'**analisi di rischio** è il momento in cui si confrontano i rischi reali nei quali un'azienda potrebbe incorrere, sia per le sue caratteristiche specifiche, sia per il tipo di ambiente e di contesto sociale e territoriale nel quale è inserita.

Vi sono casi più semplici, in cui alcuni rischi possono essere minimizzati con semplici accorgimenti (per esempio verificando che la merce in consegna non sia accatastata contro i muri, che vi siano le giuste distanze tra materiali e apparecchi elettrici, oppure facendo delle

verifiche sulle attività a caldo).

Vi sono invece altre situazioni che richiedono **analisi più sofisticate**, sia per le dimensioni degli impianti sia per le tipologie di produzione. In questi casi si ricorre al team di **Risk Engineering**.

Importante è che l'imprenditore o il capo azienda capiscano l'**importanza di avere una copertura dei rischi studiata su misura**. Sono numerosi infatti i casi in cui le aziende, pur avendo una copertura assicurativa sui danni diretti, sono costrette a chiudere perché non hanno le risorse per superare un periodo di fermo attività.

Le aziende assicurate anche sui danni indiretti sono assistite dalla Compagnia sia con un supporto economico, sia con un'assistenza operativa volta a **riprendere al più presto la produzione**.

Valutare le priorità e l'impatto economico

La valutazione delle priorità dei rischi, e il loro impatto economico (sia per minimizzarli, sia per attivare una copertura adeguata) viene fatta da Zurich con un sistema ad hoc, che si chiama **Risk Grading System**.

A

I termine del processo di valutazione dei singoli rischi, si ottengono due mappature molto importanti per intraprendere le azioni successive:

> **la situazione attuale "As is"**, una fotografia precisa della sua situazione, fatta di punti di forza e delle criticità

> **la situazione ottimale o obiettivo "To Be" a cui tendere**, che rappresenta i punti di miglioramento e il modo per ottenerli.

Migliorare l'approccio al rischio

Avere ben chiari i rischi significa per l'imprenditore una maggiore consapevolezza sul presente e sugli obiettivi futuri: questo in Zurich è considerato un valore importante nella logica di **partnership con l'impresa**. È un tema su cui la Compagnia ha sempre puntato molto, ormai da decenni, perché **conoscere vuole dire essere già più sicuri**. Non solo, ma bisogna conoscere i nuovi rischi: abbiamo visto nella *ricerca Eurisko* quanto sia elevata la preoccupazione delle imprese verso il rischio informatico.

Una preoccupazione che solo pochi anni fa sarebbe stata impensabile. Saper dare un peso alle cose, grazie a una valutazione professionale come il **Risk Grading System di Zurich** (è una procedura brevettata da Zurich, coperta da copyright), rappresenta un valore per l'impresa.

Monitorare le evoluzioni

Le aziende cambiano, **i rischi stessi possono cambiare**, e soprattutto possono generare delle interdipendenze tra loro. Ecco perché non esiste una soluzione che vada bene per tutte le aziende e le situazioni, ma deve essere trovata ogni volta dopo **un'analisi e un confronto collaborativo con l'imprenditore o il capo azienda**.

Le aziende sono realtà "vive" e si evolvono, crescono, si specializzano o diversificano le proprie attività. Oppure cambiano le normative, la fiscalità, gli standard richiesti in materia di sicurezza.

Zurich segue periodicamente queste evoluzioni, in Italia e nel mondo, accompagna le aziende e la loro crescita, offrendo di volta in volta soluzioni sempre aggiornate.

Gestione dell'evento

Nell'emergenza, il primo obiettivo è agire in fretta

Quando si verifica un sinistro "large" (ovvero un danno importante a un'azienda, che rischia per esempio di fermare la produzione), il primo obiettivo è **agire in modo tempestivo**.

Innanzitutto **Zurich affianca da subito il cliente** con una sua persona, che - constatata l'urgenza - abbia un ruolo di facilitatore ma anche di supporto a chi vive una situazione difficile. Una persona esperta, infatti, aiuta a mantenere la calma e a raccogliere le informazioni giuste che devono essere comunicate subito alle società che intervengono per minimizzare il danno e riportare l'azienda in sicurezza e operatività.

"Minimizzare il danno" significa che alcuni interventi - se fatti subito - possono salvare, per esempio, strumentazioni e macchinari. Oppure usando tecniche sofisticate, che i team esperti conoscono bene, possono contenere i danni e far ripartire l'azienda in fretta, diminuendo i tempi necessari alle operazioni di ripristino.

La buona gestione di un sinistro è già un valore, che i clienti Zurich ci riconoscono. Come nel caso dell'*Albergo Roma di Castelfranco Veneto*

L'anticipo sull'indennizzo del sinistro: la procedura di Zurich

Uno dei principali problemi che un'azienda si trova ad affrontare in caso di sinistro grave, è spesso la mancanza di risorse economiche per fare

fronte agli elevati costi di ripristino. Per norma, le Compagnie assicurative non erogano l'indennizzo del sinistro prima di 90 giorni. Per un'azienda che ha dovuto fermare la propria produzione, **aspettare 90 giorni è impensabile**: le attività devono cominciare subito, anche per non dover "buttare via" tutto ciò che può essere ancora salvato.

Zurich, con la **procedura DtoC - Delivery to our Customer** può erogare un **anticipo sulla liquidazione del sinistro** nei casi più gravi, e nei quali la tempestività sia importante come nel caso di *Albergo Roma*. Significa, in termini concreti, ricevere in pochi giorni il 50% del danno minimo stimato al momento dell'evento. Se il danno è oltre l'importo del massimale, si può ricevere anche l'intero indennizzo.

Tornare operativi: il Contingency Plan e il Business Continuity Plan

Per mettersi in sicurezza in anticipo, in previsione di un eventuale sinistro, Zurich elabora con l'azienda un **Contingency Plan**, ovvero un **piano operativo di emergenza** per affrontare una situazione nella quale a volte non sono più accessibili gli uffici, gli archivi e le infrastrutture di comunicazione. Il Contingency Plan aiuta a essere operativi al momento del sinistro e nelle fasi successive, ma soprattutto contribuisce a mantenere le persone attive e impegnate, comunicando fiducia nella possibilità di risolvere in fretta il problema.

Se poi l'azienda deve interrompere totalmente o parzialmente la propria operatività a causa di un sinistro grave, il **Business Continuity Plan** coordina le fasi di ripristino dell'attività produttiva, ma soprattutto supporta l'azienda sia economicamente sia operativamente nelle fasi di ripristino.

Zurich offre il supporto delle migliori **aziende di bonifica e risanamento post-sinistro**, che intervengono tempestivamente, e che sono in grado di assistere l'azienda nel raggiungimento rapido della condizione pre-sinistro.

GLOSSARIO

> **Business Continuity**

Per **Business Continuity** - gestione della continuità operativa - si intende la capacità dell'azienda di continuare a operare anche in caso di eventi avversi che possono colpirla. La pianificazione della continuità operativa e di servizio si chiama **Business Continuity Plan** (piano di continuità aziendale) ed è un processo globale che identifica i pericoli potenziali che minacciano l'organizzazione, e fornisce una struttura che consente di aumentare la capacità di resistenza a eventi difficili e la capacità di risposta. L'obiettivo è salvaguardare gli interessi degli stakeholder, le attività produttive, l'immagine dell'azienda, riducendo i rischi e le conseguenze sul piano gestionale, amministrativo, legale.

> **Contingency Plan**

Il **Contingency Plan** (o piano di contingenza/emergenza) è un programma operativo che delinea preventivamente le azioni da compiere nel caso si verifichi un evento dannoso o comunque pericoloso.

Il piano prevede in genere linee guida più o meno dettagliate su cosa ciascuno dei soggetti debba fare al verificarsi dell'evento.

Comprende:

- **analisi di impatto sul business** (Business Impact Analysis), ovvero l'individuazione dei processi che devono essere funzionanti per garantire il business e quali possono essere sospesi per un certo periodo di tempo;
- pianificazione della **risposta all'incidente** (Incident Response Planning), ovvero un insieme dettagliato di processi e procedure che prevengono, scoprono e mitigano l'impatto di un evento che possa compromettere le risorse e i beni correlati;
- pianificazione del **recupero del disastro** (Disaster Recovery Planning), ovvero l'insieme delle misure tecnologiche e logistico/organizzative utili a ripristinare sistemi, dati e infrastrutture necessarie in caso di gravi emergenze;
- pianificazione della **continuità del business** (Business Continuity Plan), ovvero un piano logistico finalizzato a documentare il modo in cui un'organizzazione può far tornare operative le sue funzioni critiche entro un predeterminato periodo di tempo dopo un disastro o un grave danno.

> **Danni diretti**

I danni diretti sono i danni materiali che colpiscono i beni assicurati da una polizza, in caso di sinistro.

Il **danno materiale diretto** è l'azione diretta e immediata di un evento sul bene. Il danno **conseguenziale**

è invece l'effetto diretto (sempre **materiale**) che deriva dal danno provocato da un evento.

> **Danni indiretti**

I danni indiretti invece sono quei **danni immateriali** che sono rilevati come conseguenza del sinistro, che consistono nell'interruzione totale o parziale dell'attività (perdita di profitto, costi insopprimibili e maggiori costi) che spesso risultano più onerosi rispetto ai danni diretti, tanto da compromettere seriamente la sopravvivenza stessa dell'Azienda a seguito di sinistro.

> **Risk Engineering**

L'identificazione del rischio misura l'esposizione di un'organizzazione all'incertezza. Ciò richiede una conoscenza approfondita dell'organizzazione stessa, del mercato nel quale opera, dell'ambiente legale, sociale, politico e culturale di riferimento, nonché lo sviluppo di un'adeguata comprensione dei suoi obiettivi strategici e operativi, dei fattori critici di successo e delle minacce e opportunità.

Consiste in:

- **identificare** i pericoli potenziali secondo le prospettive delle coperture assicurative in essere (Site Assessment)
- **valutare** (misurare) i rischi (Risk Grading Tool)
- **fornire** una panoramica dei rischi emersi
- **proporre e condividere** possibili strategie e programmi di miglioramento (Risk Improvement Reports)

> **Risk Grading System**

È uno strumento per l'analisi, la valutazione e la misura dei rischi. Il "rischio" genericamente definito, inteso come un sistema coerente formato da più elementi aventi relazioni, viene disaggregato nei suoi componenti (risk factors), che vengono valutati singolarmente.

> **Risk Management**

Il Risk Management fa parte integrante del management strategico di ogni organizzazione. È il processo attraverso il quale le organizzazioni affrontano i rischi legati alle loro attività con lo scopo di ottenere benefici durevoli nell'ambito di ogni attività, in generale e in particolare.

Zurich e la gestione del rischio per le aziende

Zurich è leader nella gestione del rischio per le aziende perché ha:

- ⇒ un **network globale**, in grado di soddisfare esigenze delle imprese in Paesi diversi, con normative differenti
- ⇒ centri di **analisi dei dati** e delle statistiche sugli eventi dannosi a livello mondiale
- ⇒ una **tecnica di Risk Analysis** protetta da copyright
- ⇒ **team di Risk Engineering e Risk Management** che operano in diversi Paesi del mondo (anche specialisti in settori di nicchia o di elevata pericolosità come il chimico, farmaceutico, plastiche, oil & gas...)
- ⇒ **ascolto attivo e analisi fatte** con le aziende clienti
- ⇒ uso di **Contingency Plan** (piani operativi di emergenza) e di **Business Continuity Plan** in caso di fermo temporaneo dell'attività
- ⇒ procedure tempestive di intervento in caso di eventi dannosi (società specializzate nei risanamenti post sinistri, **procedura di anticipo dell'indennizzo**).

Zurich nel mondo, Zurich in Italia

Zurich Insurance Group è uno dei pochi gruppi assicurativi che opera su scala mondiale, in modo globale e al tempo stesso locale, a contatto con le singole realtà. Può contare su una rete di consociate e filiali in Europa, Nord America, nell'area Asia-Pacifico, America Latina e in altri mercati, offrendo le sue soluzioni ad una clientela dislocata in oltre 170 Paesi e avvalendosi della competenza di circa 60.000 collaboratori.



Ha un rating di solidità finanziaria di Standard & Poor's AA-/stabile.

E' presente in Italia dal 1902. La sua struttura è efficiente e diffusa sul territorio, con oltre 1.400 collaboratori e 600 Agenzie.

E' un punto di riferimento fondamentale per oltre 2 milioni di clienti di cui più di 100.000 sono aziende (artigiani, piccole e medie imprese, attività industriali).

I NUOVI BANDI PER IL TURISMO DELLA REGIONE VENETO

**DGR 2221/2016
DGR 2222/2016**

INTRODUZIONE

Questa seconda parte accoglie, pur con dei “tagli” per motivi di spazio, i primi 11 articoli di due Delibere della Giunta della Regione del Veneto pubblicate sul BUR il 23 dicembre 2016. Ci si è posti l’obiettivo di evidenziare gli aspetti rilevanti delle due DGR si tratta pertanto di testi, quelli qui pubblicati, non già esaustivi, ma crediamo utili per capire “la logica” dei provvedimenti, l’esistenza o meno delle condizioni per accedere ai bandi.

Qui, comunque, tratti dalle slide utilizzate dalla Direzione Turismo in sede di presentazione dei bandi il 6 febbraio a Mogliano Veneto, gli elementi fondamentali delle delibere in oggetto.

Le domande di partecipazione al bando, art. 10, vanno inviate esclusivamente per via telematica, attraverso il Sistema Informativo Unificato della Programmazione Unitaria (SIU) della Regione.

il primo indispensabile passo da compiere è l’accreditamento al sistema informativo.

L’applicativo per richiedere le credenziali di accesso è attivo al link: <https://siu.regione.veneto.it/GUSI/>.

Relativamente alla DGR 2221/2016

POTENZIALI BENEFICIARI: Reti di imprese costituite con forma giuridica di “contratto di rete”: - numero minimo di 9 micro, piccole, medie imprese; - almeno 1/3 dei partecipanti alla rete devono essere strutture ricettive; - Almeno 1/3 dei partecipanti alla rete deve avere sede operativa in uno dei Comuni aderenti alle OGD riconosciute.

COSA: Sviluppo e consolidamento di club di prodotto nella forma di reti di imprese Riposizionamento differenziato delle imprese e delle destinazioni attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi basandosi su analisi di mercato e sulle esigenze di specifici segmenti della domanda.

QUANTO: progetti tra 80.000 euro e 400.000 euro

SOSTEGNO: 50% delle spese ammissibili a fondo perduto soggetti a «de minimis»

DOTAZIONE: € 1.800.000

SCADENZA: 12/04/2017 ore 17:00

POTENZIALI BENEFICIARI Strutture ricettive: alberghiere, all'aperto e complementari (art. 23 l.r. 11/13)

COSA: Investimenti per innovare e differenziare l'attuale tipologia di offerta, favorendo lo sviluppo di nuovi prodotti turistici e/o la differenziazione dei prodotti attuali, l'allungamento della tradizionale "stagione turistica", riposizionando le imprese e le destinazioni per rispondere alle nuove famiglie motivazionali della domanda turistica.

DOVE: sede operativa nei comuni sede operativa nei Comuni che hanno aderito a una delle Organizzazioni di Gestione della Destinazione (STT Dolomiti Fondo speciale montagna – fondi regionali) riconosciute e con Destination Management Plan

QUANTO: in regime «de minimis» progetti tra € 100.000 e € 666.666 in regime di «aiuti compatibili» progetti tra € 250.000 e € 2.500.000

SOSTEGNO: 30% delle spese ammissibili a fondo perduto soggetti che scelgono regime «de minimis» oppure 20% a piccole imprese e 10% a medie imprese che scelgono regime di aiuti compatibili con mercato interno

DOTAZIONE: € 12.000.000,00

SCADENZA: 12/04/2017 ore 17:00

DGR n. 2221/2016

POR FESR 2014-2020. Asse 3. Azione 3.3.4 “Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell’offerta e innovazione del prodotto/servizio, strategica ed organizzativa”. Sub-azione B “Bando per l’erogazione di contributi alle imprese per lo sviluppo e il consolidamento di reti di imprese o club di prodotto”

Articolo 1 - Finalità e oggetto del bando

1. Il presente bando è finalizzato a promuovere e sostenere l’avvio, sviluppo e consolidamento di “club di prodotto” nella forma di Reti di imprese con “contratto di Rete”, per favorire il riposizionamento differenziato delle imprese che ne fanno parte e – conseguentemente – delle destinazioni turistiche o dei territori in cui operano, nonché lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi, tenendo conto delle mutate esigenze della domanda turistica sulla base di specifiche analisi di mercato.

2. A tal fine si riportano le seguenti definizioni:

– Prodotto turistico: l’insieme di beni e servizi – diversi dalla sola promozione e/o intermediazione di servizi e/o commercializzazione e/o prestazione professionale – che, messi a sistema, compongono un’offerta a pagamento in grado di rispondere alle esigenze dei turisti e in particolare di specifici segmenti della domanda turistica.

– Club di Prodotto: aggregazione di imprese che propongono l’offerta di prodotti e servizi turistici rivolti a specifici segmenti motivazionali della domanda garantendone l’omogeneità e la qualità attraverso una “carta dei servizi” o disciplinare di prodotto. Ai fini del presente bando il “Club di prodotto” deve essere costituito nella forma del contratto di rete.

– Sistema Turistico Tematico (STT): ambito territoriale regionale caratterizzato da una gamma di prodotti turistici ampia e coerente.

– Destinazione Turistica: luogo che il turista desidera visitare a causa delle risorse naturali, culturali o artificiali che esso offre. La destinazione deve disporre di tutte le strutture e le infrastrutture necessarie al soggiorno (trasporto, alloggio, ristorazione, attività ricreative), ma anche di adeguata capacità di richiamo legato alla sua notorietà e alla sua immagine turistica.

– Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD): Struttura responsabile del coordinamento, del management e del marketing di una destinazione turistica. Nella Regione del Veneto essa è costituita e riconosciuta ai sensi della L.R. n. 11/2013 e delle DGR. n. 2286/2013 e n. 588/2015.

– Destination Management Plan (DMP): Piano Strategico della destinazione turistica, ossia le linee strategiche condivise tra tutti gli attori del territorio allo scopo di gestire una destinazione turistica in un determinato periodo di tempo, articolando i ruoli dei differenti stakeholder, identificando obiettivi, azioni, priorità.

– Sede operativa: un immobile con destinazione d’uso turistico-ricettiva, industriale, artigianale, commerciale o direzionale oppure, nel caso di bed & breakfast, con destinazione residenziale, in cui l’impresa aderente alla rete realizza abitualmente la propria attività e in cui sono stabilmente collocati i beni

(relativi alle spese ammissibili ai sensi del presente Bando), che vengono utilizzati per la realizzazione del progetto imprenditoriale.

– Contratto di Rete: con il **contratto di Rete** più imprese si obbligano ad esercitare in comune una o più attività economiche rientranti nei rispettivi oggetti sociali allo scopo di accrescere la reciproca capacità innovativa e la competitività sul mercato (art. 3, co. 4 *ter*, D.L. 10 febbraio 2009, n. 5, convertito con L. 9 aprile 2009, n. 33). Il contratto di rete può essere esercitato nelle seguenti forme:

– *Rete-soggetto*: è una rete di imprese che ha optato per acquisire la soggettività giuridica della rete iscrivendosi nella Sezione ordinaria del Registro delle imprese;

– *Rete-contratto*: è una rete di imprese che non ha acquisito la soggettività giuridica della rete e pertanto non è iscritta al Registro delle Imprese;

– Beneficiario: la Rete-soggetto o le imprese aderenti alla Rete-contratto che sostengono le spese progettuali;

– SIU: Sistema Informativo Unico di gestione e monitoraggio per la programmazione comunitaria 2014 – 2020, disciplinato dalla DGR n.456 del 7.4.2015, pubblicata sul BUR n.43/2015.

[...]

Articolo 2 - Dotazione finanziaria

1. La dotazione finanziaria complessiva del presente bando è pari a euro 1.800.000,00=

(unmilioneottocentomila/00); il budget complessivo della presente sub azione (3.3.4.B), nell'arco dell'attuale programmazione POR-FESR, è di euro 3.600.000,00= (tremilioneiseicentomila/00).

Articolo 3 - Localizzazione

1. Possono beneficiare dell'intervento finanziario le Reti di imprese, in cui almeno il numero minimo di aderenti al contratto di rete, come specificato all'articolo 4 – comma 2, ha un'unità operativa attiva in Veneto.

2. Possono beneficiare dell'intervento finanziario le Reti di imprese, come specificate all'articolo 4, i cui componenti abbiano sede operativa - almeno per un terzo - nei Comuni di cui al seguente indirizzo web:

<http://www.regione.veneto.it/web/turismo/contributi-finanziamenti>, ossia in Comuni che abbiano dato formale adesione ad Organizzazioni di Gestione della Destinazioni previste dall'art. 9 della l.r. n. 11/2013, riconosciute dalla Regione del Veneto ai sensi delle Dgr. n. 2286/2013 e n. 588/2015, che abbiano adottato e trasmesso alla Regione del Veneto un Destination Management Plan prima della pubblicazione del presente bando sul BUR.

Articolo 4 - Soggetti ammissibili

1. Potranno accedere al sostegno del presente bando, le Reti di micro, piccole, medie imprese che, al momento della presentazione della domanda, risultino costituite con forma giuridica di “**contratto di Rete**”, come definito dalla legislazione vigente¹. Il contratto di Rete tra le imprese aderenti dovrà prevedere l'obbligo per ciascun Retista di rispettare integralmente la “carta dei Servizi” del “club di prodotto” e, nel caso della *Rete-contratto*, come definito al punto 5 del

presente articolo, individuare il capofila della Rete.

2. Sono ammesse al sostegno le **Reti composte da almeno 9 (nove) micro, piccole e medie imprese**

(PMI), indipendentemente dalla loro forma giuridica, come definite dalla Raccomandazione della Commissione 6 maggio 2003, n. 2003/361/CE (per la definizione si veda l'**Allegato A1** al presente Bando), con un'unità operativa attiva² in Veneto e iscritte al Registro delle imprese presso la CCIAA competente per territorio ³. Le imprese possono essere anche complementari al settore turistico tradizionale. Il numero minimo di imprese aderenti alla rete dovrà essere mantenuto sino almeno al triennio successivo all'erogazione del saldo del sostegno. Le PMI partecipanti alla Rete possono essere sostituite, fermo restando i requisiti di ammissibilità previsti dal presente articolo, previa comunicazione via pec all'indirizzo dip.turismo@pec.regione.veneto.it oppure turismo@pec.regione.veneto.it valutazione e accettazione da parte della Direzione Turismo.

3. Inoltre, ai fini dell'ammissibilità, almeno un terzo delle micro, piccole e medie imprese partecipanti alla Rete deve essere composto da strutture ricettive (così definite dall'articolo 23 della l.r. n. 11/2013) e almeno un terzo delle micro, piccole e medie imprese partecipanti alla Rete deve avere un'unità operativa attiva ⁴ in uno dei comuni di cui al link indicato all'Articolo 3 del presente bando. La disponibilità dell'unità operativa deve dimostrarsi tramite titolo di proprietà o di altro diritto reale o di diritto personale di godimento.

Le PMI aderenti alla Rete senza nessuna unità operativa in Veneto, le grandi imprese o le imprese estere possono partecipare al contratto di Rete, ma non contribuiscono a raggiungere il numero minimo di aderenti di cui al comma 2 del presente articolo e non possono beneficiare del sostegno di cui al presente bando.

Si precisa altresì che saranno conteggiati come unica impresa ai fini del numero minimo di aderenti alla Rete, purché comunque aventi le caratteristiche di PMI:

- le associazioni di categoria che partecipino alla Rete per il tramite di proprie società,

- i consorzi (e società consortili) che aderiscono al contratto di rete.

[...]

Articolo 5 - Interventi ammissibili

1. Ai fini del presente bando sono ammissibile al sostegno gli interventi di avvio, sviluppo e consolidamento di "club di prodotto" nella forma di Reti di imprese, che favoriscano il riposizionamento differenziato delle imprese e delle destinazioni turistiche venete, nonché lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi basandosi su precise analisi di mercato e sulle esigenze dello specifico segmento di mercato a cui si rivolgono.

2. In particolare saranno concessi contributi per sostenere:

a. l'ideazione di club di prodotto (analisi di mercato, individuazione di nicchie e segmenti della domanda, attività di benchmark con buone prassi, formazione, strumenti innovativi);

b. l'avvio e costituzione di club di prodotto, anche attraverso l'acquisto e la

realizzazione di “beni di club” e/o la condivisione di servizi specialistici, la gestione e le attività di marketing networking, dynamic packaging, a favore delle imprese aderenti al club e a beni strumentali alle diverse tipologie di club;

c. lo sviluppo e il consolidamento di club di prodotto esistenti.

3. Per gli investimenti materiali deve essere verificato il rispetto della procedura di Valutazione di Incidenza di cui al DPR 357/97 e ss.mm.ii. (direttiva 92/43/CE e ss.mm.ii. art. 6(3)). Qualora si rendesse necessaria la valutazione d'incidenza, saranno ammessi a finanziamento esclusivamente i progetti con valutazione di incidenza positiva.

Articolo 6 - Spese ammissibili

1. Le spese devono rientrare nelle seguenti tipologie:

a) spese di consulenza per analisi di mercato, individuazioni di nicchie e segmenti della domanda, attività di benchmark con buone prassi, individuazione di strumenti innovativi, finalizzate all'ideazione di club di prodotto, nella misura massima del 3% (treper cento) della spesa ammissibile;

b) spese per costituzione/aggiornamento della Rete, nella misura massima di 5.000,00 (cinquemila/00) euro;

c) spese per l'acquisto di beni mobili e servizi funzionali alla creazione e sviluppo del prodotto turistico oggetto della Rete di imprese;

d) spese di assistenza tecnico-specialistica prestata da soggetti esterni alla Rete per lo sviluppo e il coordinamento operativo del progetto di Rete nella misura massima del 20% (ventiper cento) della spesa ammissibile;

e) spese per la promozione e la commercializzazione del prodotto turistico oggetto della richiesta di sostegno nella misura massima del 30% (trentaper cento) della spesa ammissibile;

f) spese per la formazione dei titolari delle imprese aderenti alla Rete e/o del personale dipendente delle stesse imprese, purché impiegato nelle attività di progetto della Rete, nella misura massima del 5% (cinqueper cento) della spesa ammissibile;

g) spese per garanzie fornite da una banca, da una società di assicurazione o da altri istituti finanziari o da Consorzi di garanzia collettiva dei fidi (Confidi), purché relative alla fidejussione di cui all'articolo 15;

h) spese per interventi edilizi e di impiantistica finalizzati alla creazione e sviluppo del prodotto turistico oggetto della Rete di imprese massimo 40% (quarantaper cento) della spesa ammissibile;

i) spese di progettazione, direzione lavori e collaudo degli interventi edilizi e di impiantistica, entro il limite massimo di euro 3.000,00 (tremila/00) e solo per la parte relativa al compenso del professionista.

(...)

Articolo 8

Forma, soglie ed intensità del sostegno

1. Il sostegno, a fondo perduto, è assegnato in misura pari al 50% della spesa ammessa effettivamente sostenuta e pagata per la realizzazione del progetto. Il sostegno è concesso:

- nel limite massimo di euro 200.000,00= (duecentomila/00) corrispondenti ad una spesa rendicontata e ammessa a sostegno pari o superiore ad euro 400.000,00= (quattrocentomila/00), IVA esclusa;

- nel limite minimo di euro 40.000,00= (quarantamila/00) corrispondenti ad una spesa rendicontata e ammessa a sostegno pari ad euro 80.000,00= (ottantamila/00), IVA esclusa.

2. Non sono ammesse le domande di sostegno i cui progetti comportino spese ritenute ammissibili inferiori ad euro 80.000,00= (ottantamila/00), IVA esclusa.

(...)

Articolo 9 - Divieto di cumulo

1. Le agevolazioni previste dal presente Bando non sono cumulabili con altri aiuti pubblici concessi per le medesime spese, incluse le agevolazioni concesse sulla base dell'art.5 del Regolamento "de minimis" citato.

Articolo 10 - Termini e modalità di presentazione della domanda di partecipazione al bando

1. Il legale rappresentante della *Rete-soggetto* o il capofila della *Rete-contratto* compilano e presentano la domanda di partecipazione al bando esclusivamente per via telematica, attraverso il Sistema Informativo Unificato della Programmazione Unitaria (SIU) della Regione, la cui pagina dedicata è raggiungibile al seguente link: <http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/siu>.

Dalla medesima pagina è, inoltre, sempre possibile procedere al modulo di accreditamento per la richiesta delle credenziali d'accesso al Sistema.

2. L'apertura dei termini per la compilazione e la presentazione della domanda di sostegno è prevista a partire dal giorno 18 gennaio 2017, fino alle ore 17.00 del 12 aprile 2017.

(...)

9. A corredo della domanda occorre presentare la seguente documentazione in allegato:

a) dichiarazione sulla dimensione PMI, stato dell'impresa/intervento, dichiarazione "de minimis" e dichiarazione rating di legalità (**Allegato A2**, obbligatorio per la Rete-soggetto e obbligatorio per ciascuna impresa aderente alla Rete-contratto10);

b) il **Contratto di Rete** (...)

c) il **Progetto di Rete** di seguito descritto (**Allegato A5**) e così composto:

1. **Sintesi del Progetto di Rete:** attività e prodotti turistici, obiettivi da realizzare attraverso la Rete, localizzazione dell'intervento, coerenza con gli obiettivi finalità del bando. Indicazioni relative consumo di suolo o il riutilizzo di strutture edilizie esistenti nella realizzazione del prodotto/servizio oggetto del contratto di Rete.

2. **Il mercato:** target e segmenti di mercato (ambiti territoriali, classi socio-demografiche, di reddito, etc.) a cui si intende rivolgere la propria offerta; ricadute in termini di diversificazione dell'offerta per la destinazione turistica o le destinazioni turistiche coinvolte e, più in generale, il territorio in cui opererà la

Rete; posizionamento rispetto ai competitors; trend evolutivi; eventuali analisi di mercato a supporto.

3. Il prodotto/servizio turistico: piano di attività e, per ciascuna di queste, ruolo di ogni impresa aderente alla rete e modalità di collaborazione tra le imprese della Rete; descrizione di come funziona il prodotto/servizio oggetto del contratto di Rete; indicazioni sull'innovazione, anche rispetto al contesto, del prodotto/servizio da offrire rispetto alla domanda di mercato;

4. La “Carta dei Servizi del Club di prodotto”: standard di qualità con riferimento alle caratteristiche di ciascuna tipologia di impresa, modalità di erogazione dei servizi, attrezzature disponibili, attività, personale o collaboratori specializzati e beni di club, necessari per garantire il prodotto oggetto della Rete.

5. Il piano di marketing: prezzi, promozione, commercializzazione del prodotto/servizio turistico.

6. Il piano operativo-economico-finanziario: costi (spese ed investimenti) per la realizzazione del progetto di Rete; correlazione tra mezzi, spese previste e prodotto/servizio turistico oggetto del contratto di Rete; modalità di cofinanziamento del progetto da parte delle imprese aderenti alla rete; sostenibilità economica del progetto di rete. Il piano finanziario dovrà dichiarare le spese previste per la realizzazione del progetto al netto di IVA, bolli, oneri bancari e ogni altra imposta e/o onere accessorio; inoltre non è da inserire, perché non ammissibile, la quota di spesa relativa a soggetti privi di unità operativa in Veneto.

7. Cronoprogramma: tempi di realizzazione di ciascuna fase di sviluppo del progetto di Rete.

Il progetto di Rete sopra descritto dovrà essere redatto in massimo 20 pagine e dovrà essere firmato digitalmente, nel caso della Rete-soggetto dal rappresentante legale della Rete-soggetto e nel caso della Rete-contratto dal legale rappresentante dell'impresa capofila; potranno essere allegate al massimo ulteriori 20 pagine di documentazione a supporto; la documentazione a supporto dovrà indicare le fonti, ma non può essere costituita da rinvii esterni (anche sotto la forma di link a siti).

(...)

10. Agli effetti della miglior definizione del progetto di Rete si evidenzia che:

a) i criteri di valutazione di cui all'articolo 11 sono correlati ad esso;

b) per la compilazione del “punto 2 - Il mercato” si faccia riferimento anche (ove interessino il territorio in cui opererà la Rete o parte di essa) ai *destination management plan* relativi ai territori dei Comuni, pubblicati al link: <http://www.regione.veneto.it/web/turismo/dmp>

11. La Regione si riserva di riaprire i termini di presentazione delle domande in relazione alle risorse disponibili.

Art.11 - Valutazione delle domande

1. Le agevolazioni di cui al presente Bando sono concesse sulla base di procedura a graduatoria, secondo quanto stabilito dall'articolo 5, comma 2 del decreto legislativo n. 123 del 1998.

2. L'istruttoria sarà effettuata dalla Direzione regionale Turismo su tutti i progetti presentati dai richiedenti entro i termini prescritti dal presente bando.
3. La Direzione regionale Turismo accerta l'ammissibilità formale della domanda, verificando:
 - a) il rispetto delle forme, delle modalità e dei tempi prescritti dal bando per l'inoltro della domanda;
 - b) la regolarità della documentazione (presenza di tutta la documentazione prescritta a corredo, sottoscrizione da parte di legale rappresentante, ecc.);
 - c) la localizzazione dell'investimento coerente con le prescrizioni del bando;
 - d) la dichiarazione dei requisiti soggettivi prescritti dal bando in capo al potenziale Beneficiario (forma giuridica, dimensione d'impresa, etc.);
 - e) il cronogramma di realizzazione dell'intervento/investimento compatibile con i termini fissati dal bando e con la scadenza del POR;
 - f) il rispetto delle soglie di spesa minima e massima fissate dal bando.
4. In caso di accertata ammissibilità formale, la domanda è esaminata da un Commissione tecnica di Valutazione che, una volta accertata la coerenza della domanda con i contenuti e gli obiettivi specifici dell'azione, effettua una valutazione tecnica sul contenuto del progetto imprenditoriale presentato, verifica la congruità delle spese rispetto al progetto di rete e il rispetto dei limiti di spesa di cui all'articolo 6 del presente bando, assegna il punteggio sulla base dei criteri di valutazione di cui al successivo comma 7 e predisponde la graduatoria.
5. La Commissione Tecnica di Valutazione è nominata con atto del Direttore della Direzione regionale Turismo ed è composta da 4 componenti scelti tra i dipendenti regionali con adeguata esperienza.
6. La procedura di selezione dei progetti sarà di tipo valutativo a graduatoria.
7. La Commissione tecnica di Valutazione definisce il punteggio di graduatoria in base ai seguenti criteri di valutazione del Beneficiario e della proposta progettuale:
 - 1) **capacità amministrativa** (da 0 a 6 punti)
 - 2) **Coerenza degli obiettivi e qualità complessiva del progetto di Rete** (da 0 a 22 punti)
 - 3) **Conseguimento del "rating di legalità"** (da -1 a 0 punti):
 - 4) **Posti letto delle strutture ricettive** che compongono la Rete (da 0 a 8 punti):
 - 5) Reti costituite completamente da imprese aderenti a uno dei consorzi di imprese riconosciuti ai sensi dell'art. 18 della LR 11/2013: **2 punti**;
 - 6) Reti interamente costituite nel STT Montagna veneta o nel STT Dolomiti della LR 11/2013: **2 punti**;
 - 7) Riduzione del contributo richiesto (**da 0 a 5 punti**, 1 punto ogni 2% di riduzione del contributo potenziale in base alle spese ammissibili);
 - 8) Numerosità dei Retisti (**da 0 a 3 punti**):
 - 9) Coerenza con la strategia EUSAIR o EUSALP (**da 0 a 2 punti**).

Il bando di cui all'allegato A della DGR è composto da n. 21 articoli, il presente testo costituisce una sintesi liberamente tratta dal Bur n. 129 30/12/2016

DGR n. 2222/2016

POR FESR 2014-2020. Asse 3. Azione 3.3.4 “Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell’offerta e innovazione del prodotto/servizio, strategica ed organizzativa”. Sub-azione C “Bando per l’erogazione di contributi alle imprese per investimenti innovativi nel settore ricettivo turistico”

Articolo 1

Finalità e oggetto del bando

1. Il presente bando è finalizzato a promuovere e sostenere investimenti nel sistema ricettivo turistico che favoriscano l’innovazione e la differenziazione dell’offerta e dei prodotti turistici dell’impresa stessa e/o della destinazione turistica in cui opera la struttura ricettiva, in modo da consentire nel complesso la rigenerazione e il riposizionamento dell’impresa.

2. Attraverso le misure del presente bando la Regione intende pertanto:

–assicurare una continuità nel processo di ammodernamento in ottica di sviluppo turistico sostenibile e favorire l’introduzione dell’innovazione nelle imprese, con particolare riguardo alla produzione di nuovi servizi al turista, la cui introduzione in un numero consistente di PMI della destinazione può riposizionare le imprese e determinare l’incremento dei flussi turistici nella destinazione;

–promuovere un’efficiente organizzazione dell’offerta attraverso il potenziamento dell’integrazione

tra i diversi segmenti della ricettività turistica, nell’ambito del miglioramento dell’accoglienza della

destinazione considerata;

–migliorare i livelli di servizi al cliente e l’efficienza delle strutture ricettive anche in ordine alla

sostenibilità economica ed ambientale delle imprese.

[...]

Articolo 2 - Dotazione finanziaria

1. La dotazione finanziaria complessiva del presente bando è pari a euro 12.000.000,00=(dodicimilioni/00); il budget complessivo della presente sub azione (3.3.4.C), nell’arco dell’attuale programmazione POR-FESR, è di euro 30.000.000,00= (trentamiloni/00).

2. L’amministrazione regionale si riserva la facoltà di rifinanziare il presente bando al fine di garantire, compatibilmente con le risorse disponibili, la finanziabilità, in tutto o in parte, delle domande di sostegno ritenute ammissibili ma non finanziate per esaurimento della dotazione finanziaria di cui al comma 1 del presente articolo.

Articolo 3 - Localizzazione

1. L’investimento oggetto del sostegno deve essere realizzato e localizzato esclusivamente nell’ ambito territoriale dei Comuni ricompresi in destinazioni turistiche a maggior rischio di stagnazione/declino o maggiormente necessitanti di

interventi di differenziazione/innovazione di prodotto rispetto alle mutate esigenze della domanda e rispetto ai diretti competitors.

2. Tali Comuni sono quelli i quali, alla data di pubblicazione del presente bando, abbiano formalmente aderito ad una Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD) riconosciuta in conformità alla legislazione turistica regionale (l.r. 11/2013 e DGR n. 2286/2013) e che abbiano trasmesso alla Regione del Veneto il Destination Management Plan (DMP).

L'elenco dei Comuni di cui sopra è rinvenibile, attraverso il seguente link

<https://www.regione.veneto.it/web/turismo/contributi-finanziamenti>.

3. Dall'elenco sono comunque esclusi i Comuni totalmente montani di cui all'Allegato A) della legge regionale n. 25/2014, anche se aderenti all'OGD, poiché fruiscono dello specifico fondo di investimenti attivato dalla Regione Veneto con le deliberazioni della Giunta regionale n. 1659 e 1660 del 21 ottobre 2016.

Articolo 4 - Soggetti ammissibili

1. Possono presentare domanda di sostegno le micro, piccole e medie imprese (PMI), indipendentemente dalla loro forma giuridica, [...] che:

a) Sono regolarmente iscritte nel registro delle imprese o al R.E.A. e attive presso la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, competente per territorio; le imprese aventi sede legale in altro Stato comunitario devono essere in possesso di analoghi requisiti in conformità alla legislazione ivi vigente;

b) gestiscono e/o sono proprietarie di strutture ricettive, la cui sede operativa, nella quale realizzare il progetto, rientra negli ambiti territoriali individuati all'articolo 3 del presente bando;

c) sono nel pieno e libero esercizio dei propri diritti e non sono in stato di liquidazione o di fallimento e non essere soggetta a procedure di fallimento o di concordato preventivo (ad eccezione del concordato preventivo con continuità aziendale);

d) presentano una situazione di regolarità contributiva previdenziale e assistenziale;

e) non presentano le caratteristiche di impresa in difficoltà così come definite dall'articolo 2, punto 18, del Regolamento (UE) n. 651 del 17 giugno 2014.

2. Le strutture ricettive di cui al comma 1, lettera b, del presente articolo, sono quelle definite, ai sensi degli articoli 25, 26 e 27 della legge regionale 11/2013¹:

o **strutture ricettive alberghiere** (articolo 25, L.r. n. 11/2013): alberghi o hotel, villaggialbergo, residenze turistico-alberghiere, alberghi diffusi;

o **strutture ricettive all'aperto** (articolo 26, L.r. n. 11/2013): villaggi turistici, campeggi;

o **strutture ricettive complementari** (articolo 27, L.r. n. 11/2013): alloggi turistici, case per vacanze, unità abitative ammobiliate ad uso turistico, bed & breakfast.

3. I requisiti di cui al comma 1 e 2 del presente articolo devono sussistere alla data di presentazione della domanda di sostegno a pena di inammissibilità, con esclusione:

¹ Sono ammissibili anche le strutture ricettive che non si sono ancora classificate ai sensi degli artt. 25, 26 e 27 della L.r. n. 11/2013, purché entro il 30 maggio 2017 ottengano la

classificazione.

a. del requisito della disponibilità della sede operativa di cui al comma 1, lettera b) del presente articolo: qualora un'impresa non fosse proprietaria e/o non avesse in gestione una struttura ricettiva negli ambiti territoriali ammessi a sostegno, potrà subentrare alla proprietà e/o gestione di una struttura ricettiva esistente ubicata negli ambiti territoriali individuati all'articolo 3 del presente bando anche successivamente alla data della presentazione della domanda e comunque entro e non oltre 90 giorni dalla pubblicazione sul BUR dell'ammissione al sostegno;

b. del requisito della struttura ricettiva attiva, purché le imprese investano in immobili che possiedono la destinazione d'uso turistico-ricettiva, in conformità alla vigente normativa urbanistica ed edilizia, ma che attualmente hanno perso i requisiti di classificazione di struttura ricettiva alberghiera, al fine di ottenere entro sei mesi dall'ultimazione degli interventi finanziati, ottengano la relativa classificazione di: albergo, hotel, villaggio-albergo o residenza turistico-alberghiera, rilasciata dalla Provincia competente per territorio.

L'ottenimento della relativa classificazione è condizione pregiudiziale per l'erogazione del saldo e il mancato conseguimento della classificazione comporta la revoca del sostegno e il recupero delle somme eventualmente già liquidate.

4. Ai sensi dell'articolo 125, comma 3, lettera d) del Regolamento (UE) n. 1303/2013, il beneficiario deve essere in possesso della capacità amministrativa, finanziaria e operativa.

5. Ogni impresa può presentare una sola domanda di finanziamento per ciascuna struttura ricettiva dalla stessa gestita.

6. Non sono ammissibili le imprese che operano nei settori esclusi dall'applicazione del Regolamento (UE) n. 651/2014, di cui all'articolo 1, paragrafo 3 del predetto Regolamento².

7. Ogni modifica o variazione riguardante i requisiti sopra indicati, intervenuta dopo la presentazione della domanda, deve essere comunicata via PEC dal richiedente alla Direzione Regionale Turismo (dip.turismo@pec.regione.veneto.it oppure turismo@pec.regione.veneto.it) per le necessarie verifiche e valutazioni entro 15 giorni dall'evento.

8. La mancanza di uno dei requisiti di ammissibilità al sostegno comporta l'inammissibilità della domanda presentata e quindi la sua esclusione dalla partecipazione al presente Bando.

Articolo 5 - Interventi ammissibili

1. Ai fini del presente bando sono ammissibili al sostegno le seguenti tipologie di operazione:

- Interventi sulle strutture ricettive volti a favorire l'innovazione e la differenziazione dell'offerta e dei prodotti turistici dell'impresa stessa e/o della destinazione turistica in cui opera la struttura ricettiva.

2 Nel caso in cui l'impresa svolga molteplici attività, riconducibili tanto a settori esclusi quanto a settori inclusi, la stessa potrà beneficiare dell'aiuto per le sole attività riconducibili ai settori inclusi, a condizione che sia garantita, tramite mezzi adeguati quali la separazione delle attività o la distinzione di costi, che le attività esercitate nei settori esclusi non beneficino degli

aiuti concessi ai sensi del Regolamento (UE) n. 651/2014.

In tal senso potranno essere considerati ammissibili interventi che nel loro complesso consentano la rigenerazione e il riposizionamento dell'impresa. Tali investimenti saranno finalizzati a innovare e differenziare l'attuale tipologia di offerta, favorendo lo sviluppo di nuovi prodotti turistici e/o la differenziazione dei prodotti attuali, l'allungamento della tradizionale "stagione turistica", valorizzando specifiche risorse locali, riposizionando le imprese e le destinazioni per intercettare nuove tipologie e flussi di turisti e rispondere così alle aspettative del mercato e alle nuove famiglie motivazionali della domanda turistica. Sono ammissibili iniziative, opere e investimenti realizzati nelle strutture ricettive per fornire ai turisti, a pagamento, alloggio temporaneo non residenziale e altri servizi durante il soggiorno del cliente.

2. Rientrano tra gli interventi ammissibili, a puro titolo di esempio:

- interventi di ampliamento, ristrutturazione, manutenzione, riconversione e innovazione delle strutture ricettive esistenti, coerenti con le finalità del bando e con le tipologie di intervento sopra descritte;
- interventi riguardanti impianti e strumenti tecnologici connessi all'attività d'impresa e finalizzati all'innovazione dei processi organizzativi e dei servizi per gli ospiti, ivi comprese le dotazioni informatiche hardware e software e l'attivazione o l'implementazione di sistemi di prenotazione elettronica;
- interventi di qualificazione dei requisiti di servizio e di dotazione;
- interventi di riduzione dell'impatto ambientale e/o consumo di risorse (energia/acqua) della struttura;
- interventi finalizzati alla crescita dimensionale delle imprese stesse, accorpamento di attività tra soggetti imprenditoriali, sviluppo di sinergie tra imprese del turismo e altre attività economiche;
- investimenti in ottica di turismo sostenibile;
- realizzazione di aree benessere, piscine, sala congressi, wellness, ecc. complementari alle strutture ammissibili;
- Interventi per migliorare l'accessibilità della struttura alle persone con disabilità.

3. Gli ampliamenti sono definiti sulla base di quanto stabilito dalla normativa urbanistica in materia di ampliamenti. In particolare, solo se l'intervento riguarda una struttura ricettiva alberghiera, sono da considerarsi ampliamenti anche gli interventi che interessano corpi di fabbrica diversi dall'edificio principale, in quanto rientranti nella definizione di dipendenze ai sensi dell'art. 24 della L.R. n. 11/2013.

4. Non sono ammissibili interventi di nuova costruzione su area libera per la realizzazione di nuove strutture ricettive.

5. Non sono ammissibili nemmeno gli interventi su edifici esistenti, da destinarsi a sede operativa di una nuova struttura ricettiva, salvo quanto disposto per gli immobili che possiedono la destinazione d'uso turistico-ricettiva, ma che attualmente hanno perso i requisiti di classificazione di struttura ricettiva alberghiera, a condizione che entro sei mesi dall'ultimazione degli interventi finanziati, ottengano la relativa classificazione di: albergo, hotel, villaggio-albergo o residenza turistico-alberghiera.

6. Gli interventi saranno considerati ammissibili purché rispettino la normativa vigente in materia ambientale e, in particolare, laddove applicabile, la

normativa vigente in materia di valutazione di incidenza, di cui alla DGR n. 2299 del 09 dicembre 2014, pubblicata nel BUR n. 120 del 19 dicembre 2014.

Per gli interventi edilizi, che rientrano nei siti della Rete Natura 2000 elencati all'indirizzo:

<https://www.regione.veneto.it/web/vas-via-vinca-nuvv/i-siti-del-veneto> in sede di domanda di partecipazione al presente bando si deve produrre l'apposita dichiarazione di "Non necessità di Valutazione di Incidenza" secondo quanto disposto dal presente bando.

7. Sono esclusi dai benefici di cui al presente provvedimento spese inerenti edifici e fabbricati non nella disponibilità dell'impresa o realizzati dal gestore in assenza del preventivo assenso da parte del proprietario.

8. Gli interventi non potranno riguardare in ogni caso gli adeguamenti di carattere obbligatorio ai sensi di legge.

9. Sono ammissibili anche gli interventi effettuati in strutture ricettive esistenti che a seguito degli interventi finanziati assumono una diversa tipologia e/o livello di classificazione di struttura ricettiva.

10. Per essere ritenuto ammissibile il progetto deve iniziare successivamente alla data di presentazione della domanda di sostegno: pertanto le iniziative finanziabili sono solo quelle in cui la data di avvio dei lavori relativi al progetto o all'attività da sovvenzionare è successiva a quella di domanda di sostegno.

11. Ai sensi del Regolamento (UE) n. 651/2014 e del Regolamento (UE) n. 1407/2013 non sono ammissibili i progetti che riguardano attività connesse all'esportazione verso paesi terzi o Stati membri, vale a dire gli aiuti direttamente connessi ai quantitativi esportati, alla costituzione e gestione di una rete di distribuzione o ad altre spese connesse all'attività d'esportazione e i progetti subordinati all'uso di prodotti nazionali rispetto a quelli d'importazione.

Articolo 6 - Spese ammissibili

1. Sono ammissibili le spese direttamente imputate al progetto, coerenti con l'attività dell'impresa, e con le finalità del bando, sostenute e pagate dal soggetto beneficiario.

2. Nello specifico, sono ammissibili i costi di investimenti materiali e immateriali³ rientranti fra le seguenti tipologie:

a) opere edili/murarie e di impiantistica,

b) strumenti tecnologici, comprese le dotazioni informatiche hardware e software;

c) progettazione, collaudo e direzioni lavori,

d) attrezzature, macchinari e arredi funzionali al progetto;

e) spese connesse all'ottenimento della/delle certificazioni di qualità, di sicurezza, ambientali o energetica⁴;

f) spese relative alla fidejussione bancaria, nel caso di erogazione del sostegno tramite anticipo, spese per la fidejussione di cui all'articolo 13, fornite da una banca, da una società di assicurazione o da Consorzi di garanzia collettiva dei fidi (Confidi), purché questi ultimi siano iscritti all'Albo ed Elenco di Vigilanza Intermediari Finanziari, art. 107 TUB;

g) diritti di brevetto, licenze, *know-how* o altre forme di proprietà intellettuale.

3. Sono altresì ammissibili al sostegno esclusivamente le spese relative all'acquisto di beni ammortizzabili.

4. Le spese di progettazione, direzione lavori e collaudi di legge, sono ammesse fino ad un valore massimo del 7% dell'importo relativo all'intervento ammissibile.

5. Ai fini della relativa ammissibilità al sostegno le spese devono essere: I costi di investimento relativi ad attivi immateriali devono soddisfare le condizioni di cui al comma 4 dell'articolo 17 del Regolamento UE n. 651/2014.

4 Sono ammissibili solo se sono contabilizzati dall'impresa come immobilizzazioni immateriali.

a. sostenute e pagate esclusivamente dal Beneficiario del sostegno del presente bando, pertinenti al progetto proposto e direttamente imputabili alle attività previste nel progetto medesimo. In caso di società sono riconosciute ammissibili esclusivamente le spese riferibili direttamente alla società, con esclusione di quelle sostenute dai singoli soci o associati;

b. sostenute dopo la data di presentazione della domanda di partecipazione al presente bando, fatta eccezione per le spese di progettazione, e pagate interamente dal beneficiario entro la data di chiusura del progetto; a tal fine farà fede la data di emissione della fattura o di altro documento valido ai fini fiscali ed il relativo pagamento;

c. strettamente funzionali e necessarie alla realizzazione del progetto;

d. al netto dell'IVA;

e. analiticamente indicate nell'**Allegato A7** da presentare tramite SIU;

f. i beni e i servizi devono essere acquistati a condizioni di mercato da terzi.

Articolo 7 - Spese non ammissibili

1-Non sono ammissibili, a puro titolo esemplificativo, le seguenti spese:

1. spese per acquisto di immobili e terreni;

2. emesse da soggetti sprovvisti di Partita I.V.A.;

3. per i contributi di costruzione;

4. per interessi debitori ed altri oneri finanziari;

5. spese negoziali o oneri notarili e quelle relative ad imposte, tasse, oneri previdenziali ed assistenziali;

6. relative a scorte e per gli aggi (oneri esattoriali o di riscossione);

7. per le perdite su cambio di valuta o relative ad ammende, penali e controversie legali;

8. spese di pubblicità, spese forfetarie, spese relative all'I.V.A.;

9. relative ai beni acquisiti con il sistema della locazione finanziaria, del leasing e del leaseback;

10. per materiale di consumo⁶ da utilizzarsi per interventi di impiantistica o di edilizia o di arredo;

11. di funzionamento per la gestione dell'attività (canoni, locazioni e fitti, energia, assicurazione,

spese telefoniche, prestazioni professionali amministrativo-contabili, cassetta pronto soccorso,

refrattari, apparecchi elettrici ed elettronici RaEE, etc.);

12. di avviamento; o di rappresentanza;
13. per lavori realizzati in economia diretta o per conto proprio, senza l'intervento di un'impresa esecutrice;
14. relative a beni usati, le spese i cui pagamenti sono effettuati tramite compensazione di qualsiasi genere tra beneficiario e fornitore, qualsiasi forma di auto-fatturazione;
15. spese di personale;
16. spese per acquisto di mezzi di trasporto;
17. pagate in contanti ovvero con modalità che non consentano la tracciabilità dei pagamenti;
18. sostenute prima della data di presentazione della domanda di sostegno, fatta eccezione per le spese di progettazione, e le spese pagate dopo il termine finale di chiusura del progetto.

2-Sono comunque non ammissibili, in tutto o in parte, le spese di cui non risulti la chiara correlazione con il progetto oggetto della richiesta di sostegno e/o la non congruità rispetto ai prezzari regionali/camerali (per quanto riguarda le spese per opere edili/murarie e di impiantistica) o rispetto ai prezzi di mercato.

Spesa sostenuta: si intende la spesa giustificata da fattura o documento contabile equivalente (titolo di spesa) emesso nei confronti del Beneficiario che risulti interamente quietanzato a fronte dell'avvenuto pagamento effettuato da parte del Beneficiario con le modalità indicate nel Bando.

Materiale di consumo: materiali ed oggetti che, per l'uso continuo, sono destinati ad esaurirsi od a deteriorarsi rapidamente. Es: oggetti di cancelleria qualunque sia il prezzo, stampati, carta, prodotti cartotecnici, strumenti e materiali per la pulizia, cartucce, toner, alimenti, asciugamani, lenzuola, ecc.).

Articolo 8 - Forma, soglie ed intensità del sostegno

1. Prima di iniziare a compilare la domanda, l'impresa richiedente il sostegno dovrà scegliere il regime di aiuto per l'erogazione del sostegno:

a) regime di aiuti ai sensi e nei limiti del Regolamento (UE) "de minimis" n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013.

b) regime di aiuti compatibili con il mercato interno ai sensi del Regolamento (UE) n. 651/2014, articolo 17 "Aiuti agli investimenti a favore delle PMI". Una volta selezionato il regime d'aiuto nel sistema SIU, il richiedente potrà iniziare la compilazione della domanda.

2. a) Scelta da parte dell'impresa del regime di aiuti de minimis

In questo caso le agevolazioni di cui al presente bando sono concesse ai sensi e nei limiti del Regolamento "de minimis" n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013. L'agevolazione è subordinata, in particolare, al rispetto dei massimali previsti dal precitato Regolamento europeo, ai sensi del quale le agevolazioni possono avere un importo massimo complessivo di € 200.000,00 (duecentomila/00) nell'arco di tre esercizi finanziari. Il periodo di tre anni va considerato tenendo conto dell'importo complessivo degli aiuti "de minimis" concessi nell'esercizio finanziario in questione e nei due esercizi finanziari

precedenti.

Sono ammissibili gli interventi con importi complessivi di spesa ammissibile non inferiori a € 100.000,00 e fino ad un massimo di € 666.666,67.

Con il presente bando si stabilisce che l'intensità massima dell'aiuto previsto, nella forma di contributo in conto capitale, è del 30% della spesa ammissibile per la realizzazione del progetto fermo restando l'aiuto massimo di € 200.000,00.

2.b) Scelta da parte dell'impresa richiedente del regime di aiuti compatibili con il mercato interno. In tal caso le agevolazioni del presente bando sono concesse ai sensi del Regolamento (UE) n. 651/2014 della Commissione Europea del 17 giugno 2014 [...]

Sono ammissibili interventi con importi complessivi di spesa ammissibile non inferiori a € 250.000,00 e fino ad un massimo di € 2.500.000,00.

Per le micro e piccole imprese l'intensità massima dell'aiuto previsto, nella forma di contributo in conto capitale, è del 20% della spesa ammissibile per la realizzazione del progetto.

Per le medie imprese l'intensità massima dell'aiuto previsto, nella forma di contributo in conto capitale, è del 10% della spesa ammissibile per la realizzazione del progetto.

4. A pena di revoca, in fase di rendicontazione, a prescindere dal regime di aiuto scelto dal beneficiario, la spesa rendicontata e ritenuta ammissibile dovrà essere almeno pari alla soglia minima stabilita per i due regimi di aiuto e corrispondere alla totale realizzazione del progetto ammesso al sostegno, o costituire almeno uno stralcio funzionale del suddetto progetto.

Articolo 9 - Cumulo

1. Le agevolazioni previste dal presente bando sono cumulabili con altre agevolazioni finanziarie pubbliche, in relazione agli stessi costi ammissibili, purché tale cumulo non dia luogo a un aiuto superiore a quello fissato dal Regolamento UE scelto dal beneficiario per l'erogazione del sostegno: ovvero dal Regolamento (UE) n. 1407/2013 o n. 651/2014.

Articolo 10 - Termini e modalità di presentazione della domanda di partecipazione al bando

1. La domanda di partecipazione al bando deve essere compilata e presentata esclusivamente per via telematica, attraverso il Sistema Informativo Unificato della Programmazione Unitaria (SIU) della Regione, la cui pagina dedicata è raggiungibile al seguente link: <http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/siu>.

Dalla medesima pagina è, inoltre, sempre possibile procedere al modulo di accreditamento per la richiesta delle credenziali d'accesso al Sistema.

2. L'**apertura dei termini** per la compilazione e la presentazione della domanda di sostegno è prevista a partire dal **18 gennaio 2017 fino al termine perentorio del 12 aprile 2017 alle ore 17.00**.

3. Al termine della compilazione di tutti i quadri della domanda di sostegno, corredata della documentazione obbligatoria e dei dati previsti dal presente bando, ivi compreso

l'indirizzo PEC del richiedente, la domanda andrà presentata definitivamente tramite SIU.

4. La domanda è resa nella forma di dichiarazione sostitutiva di certificazione/atto di notorietà ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. n. 445/2000 ed il dichiarante è soggetto alla responsabilità anche penale di cui all'articolo 76, ferma restando la revoca dal beneficio di cui all'articolo 75 dello stesso DPR n. 445/2000, in caso di dichiarazioni mendaci.

5. La domanda è soggetta al pagamento dell'imposta di bollo digitale nella misura di 16 euro. Il numero identificativo (seriale) della marca da bollo digitale deve essere inserito nell'apposito campo della domanda *on line*.

6. Dal momento della conferma della domanda telematica e prima della presentazione della stessa, sarà necessario scaricare dal SIU la domanda di partecipazione in formato pdf, firmarla digitalmente (senza rinominarla né sovrascriverla) ed allegarla tra i documenti obbligatori della domanda online.

7. La domanda di sostegno in formato pdf dovrà essere firmata digitalmente dal legale rappresentante dell'impresa. Non è prevista la procura speciale per l'invio della domanda.

8. Ciascun allegato alla domanda di partecipazione, prima del caricamento definitivo nel Sistema SIU, deve essere anch'esso firmato digitalmente secondo le modalità previste per la firma della domanda.

9. Per ulteriori informazioni tecniche sulla firma digitale si rimanda a: <http://www.agid.gov.it/agendadigitale/infrastrutture-architetture/firme-elettroniche>".

10. La domanda, come pure la documentazione allegata, è inammissibile qualora:

- _non risulti firmata digitalmente ovvero con firma digitale basata su un certificato elettronico revocato, scaduto o sospeso;

- _sia priva della documentazione obbligatoria, ivi compresa quella di cui agli allegati al presente bando;

- _sia redatta e/o sottoscritta e/o inviata secondo modalità non previste dal presente Bando.

11. Una volta presentata, la domanda non può essere integrata con ulteriori documenti; è esclusivamente consentita la regolarizzazione di cui all'articolo 71 comma 3 del DPR 445/2000, da effettuarsi entro il termine comunicato al richiedente.

12. Possono essere richiesti al soggetto proponente chiarimenti in merito al contenuto dei documenti presentati, concedendo un termine perentorio di 10 (dieci) giorni dalla ricezione della richiesta. Il computo dei termini è stabilito in conformità al contenuto di cui all'articolo 2963 del codice civile.

Decorso inutilmente tale termine, la domanda è dichiarata inammissibile. In caso di richiesta di chiarimenti il termine per l'istruttoria rimane sospeso.

13. Ai sensi dell'articolo 2, comma 3, del decreto legislativo n. 123 del 1998, i soggetti interessati hanno diritto ai sostegni esclusivamente nei limiti delle disponibilità finanziarie di cui all'articolo 2 del presente bando.

14. A corredo della domanda, occorre presentare la seguente documentazione firmata digitalmente dal legale rappresentate dell'impresa richiedente:

1) nel caso di scelta da parte del richiedente del regime "de minimis", dichiarazione sugli aiuti ricevuti nell'ultimo triennio (**Allegato A2**);

2) dichiarazione sulla localizzazione dell'intervento in rapporto alla Rete Natura 2000 e sulla relativa valutazione di incidenza (**Allegato A5**);

3) dichiarazione relativa al "rating di legalità" (**Allegato A6**);

4) relazione tecnico- illustrativa (**Allegato A7**) che illustri il progetto presentato e che contenga:

a) una descrizione approfondita delle caratteristiche del progetto, inquadrando il tipo di intervento e la sua coerenza con le finalità del bando, con chiara evidenza dei nuovi prodotti/servizi e/o del miglioramento dei prodotti/servizi esistenti;

b) il crono-programma del progetto;

c) la descrizione analitica e puntuale delle spese previste per la realizzazione del progetto, con chiaro riferimento a quale tipologia appartengono, indicando altresì quantità, prezzi unitari e prezzo totale;

d) nel caso di opere edili/murarie e impianti, la valutazione dei costi del progetto mediante computo metrico estimativo da effettuarsi sulla base delle condizioni di mercato con riferimento, ad esempio, ai prezziari pubblicati dalle Camere di Commercio;

e) nel caso di opere edili/murarie e impianti, estratti dei principali elaborati grafici in scala idonea a rappresentare l'intervento/i e ad illustrare l'immobile o gli spazi oggetto dei lavori;

f) piano operativo-economico-finanziario che descriva: liquidità (mezzi propri e/o di terzi) in

relazione agli investimenti; sostenibilità del progetto nel futuro, correlazione tra obiettivi,

attività, mezzi e tempi di realizzazione del progetto;

g) piano organizzativo del progetto: descrizione delle risorse umane e delle competenze funzionali al progetto a disposizione dell'impresa e/o da acquisire;

5) Documentazione attestante il possesso dei requisiti di cui all'articolo 11 del presente bando (stima/e del professionista con riferimento al criterio B.6, rating o lettera da parte di un istituto bancario su sostenibilità investimento con riferimento al criterio B.10, attestato/i partecipazione corso/i di formazione con riferimento al criterio B.12.b).

15. Le spese previste per la realizzazione del progetto dovranno essere computate al netto di IVA, bolli, oneri bancari e ogni altra imposta e/o onere accessorio.

16. E' fatta salva la possibilità di allegare alla domanda uno o più documenti, che dovranno sempre essere firmati digitalmente dal legale rappresentante dell'impresa richiedente il sostegno, che contengano ulteriori o più specifiche informazioni relative al progetto da finanziare, utili alla valutazione del progetto d'impresa.

17. Agli effetti della miglior definizione del progetto di impresa si evidenzia che i criteri di valutazione di cui all'articolo 11 sono correlati ad esso.

Art.11 - Valutazione delle domande

1. Le agevolazioni di cui al presente Bando sono concesse sulla base di procedura a graduatoria, secondo quanto stabilito dall'articolo 5, comma 2 del decreto legislativo n. 123 del 1998.

2. L'istruttoria sarà effettuata dalla Direzione regionale Turismo su tutti i progetti presentati dai richiedenti entro i termini prescritti dal presente bando.

3. La Direzione regionale Turismo accerta l'ammissibilità formale della domanda, verificando:

a) il rispetto delle forme, delle modalità e dei tempi prescritti dal bando per l'inoltro della domanda;

b) la regolarità della documentazione (presenza di tutta la documentazione prescritta a corredo, sottoscrizione da parte di legale rappresentante, ecc.);

c) la localizzazione dell'investimento coerente con le prescrizioni del bando;

d) la dichiarazione dei requisiti soggettivi prescritti dal bando in capo al potenziale Beneficiario (dimensione d'impresa, struttura ricettiva nella quale si svolgerà il progetto, ect);

e) il rispetto delle soglie di spesa minima e massima fissate dal bando e delle tempistiche di realizzazione.

4. In caso di accertata ammissibilità formale, la Direzione regionale Turismo attiva sui progetti ammissibili una procedura di selezione di tipo valutativo a graduatoria.

5. A tutte le domande in possesso dei requisiti soggettivi ed oggettivi richiesti, corredate da tutta la documentazione richiesta e ritenute ammissibili a seguito dell'accertata ammissibilità formale, verrà valutata la coerenza della domanda presentata con i contenuti ed obiettivi specifici del bando e, se positiva, attribuito un punteggio in base agli elementi di priorità e preferenza indicati al comma 8 del presente articolo, ai fini dell'inserimento in una graduatoria unica regionale.

6. La Direzione regionale Turismo valuta inoltre in sede di istruttoria la conformità al bando delle spese indicate in sede di domanda, sia per le tipologie di spesa e sia per la congruità delle spese stesse in relazione ai prezzi di mercato applicando, se necessario, eventuali riduzioni.

7. Verranno ammessi a beneficio i soggetti, compresi nella graduatoria, sino a utilizzare il budget di spesa previsto dalla programmazione finanziaria.

8. Le graduatorie verranno stilate applicando, sulla base dei criteri di selezione approvati per il POR FESR Veneto 2014-2020, le seguenti priorità e i relativi punteggi:

A) Criteri di valutazione relativi al potenziale beneficiario⁷ (da 0 a 9 punti) [...]

B) Criteri di valutazione relativi alla proposta progettuale (da 0 a 45 punti) [...]

C) Criteri di valutazione legati all'applicazione dei principi trasversali (da 0 a 5 punti) [...]

Il bando di cui all'allegato A della DGR è composto da n. 21 articoli, il presente testo costituisce una sintesi liberamente tratta dal Bur n. 129 30/12/2016

Finito di stampare
da
Centro stampa L'Artegrafica Srl
Casale sul Sile (TV)

Febbraio 2017



*Piani di Sviluppo e Ricerche di mercato
consulenze per il Marketing Territoriale
servizi ai Sistemi Economici Locali*

Calmaggione, 18
31100 – Treviso
Cell. +39 349 6000603
studio@studiotrendtv.it
www.studiotrendtv.it