

25 Maggio 2016

## Aggregazione e incoming, la Regione sostiene le agenzie viaggi che si rinnovano

Varati contributi a fondo perduto per 1,5 milioni. Soddisfatta la Fiavet: «In lombardia il 20% delle imprese attive nei viaggi organizzati». La misura coinvolge anche le guide turistiche. Paolini: «Così si rilancia anche la destinazione Lombardia»



Si chiama “TravelTrade” la nuova misura della Regione Lombardia a sostegno del rilancio e della riconversione delle agenzie di viaggio e dei tour operator, che mette a disposizione 1,5 milioni di euro e contributi a fondo perduto per favorire l’aggregazione tra gli operatori e finanziare i loro progetti di sviluppo dell’incoming.

L’iniziativa vuole essere una risposta alla trasformazione dei modelli di consumo turistico e alla crisi strutturale delle agenzie di viaggio, un’opportunità per favorire l’evoluzione e il rilancio del settore. «Lo abbiamo fatto con un programma articolato - ha evidenziato l’assessore allo Sviluppo economico **Mauro Parolini** -, che passa attraverso il sostegno al credito, la valorizzazione del capitale umano, il contrasto all’abusivismo, l’ampliamento dei servizi erogabili e la diffusione di reti d’impresa, fino ad arrivare alla recente abolizione dell’obbligo di versamento del deposito cauzionale a favore del Comune». «Il nostro obiettivo - ha affermato l’assessore - è accompagnare gli operatori verso una riconfigurazione del business, più orientato all’incoming o ad un’attività prevalente di tipo consulenziale. È importante dare nuove

opportunità, incentivare l'aggregazione per ripensare il paradigma tradizionale, essere più competitivi e affrontare un contesto che, sotto la spinta messa in atto da Internet e anche da una percezione diffusa di insicurezza internazionale, ha cambiato profondamente le abitudini dei consumatori, la loro propensione e le modalità di organizzare dei viaggi».

«Agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche – ha spiegato Parolini – possono quindi diventare protagonisti, insieme a tutto il sistema turistico e alla filiera dell'accoglienza, del rilancio radicale della destinazione Lombardia e della sua promozione che abbiamo impresso durante questa legislatura e inaugurare un nuovo percorso che renda sempre più attraente e fruibile la ricchezza della nostra offerta turistica».

Soddisfazione per l'intervento esprime Fiavet Lombardia, associazione delle agenzie viaggio aderenti a Confcommercio, che ha promosso l'azione a sostegno del settore, stretto tra nuovi canali e modalità di vendita e i problemi di sicurezza internazionale che frenano i viaggi. «Un'opportunità concreta per le imprese che fanno rete, ottenuta con l'impegno e la collaborazione di Confcommercio Lombardia – ha commentato il presidente **Luigi Maderna** -, per sostenere lo sviluppo di un settore, quello dei viaggi organizzati, che con oltre 2.400 imprese attive e 8.300 addetti, il 20% del totale nazionale, rappresenta un importante tassello dell'economia della nostra regione e contribuisce in modo determinante al successo dell'intera filiera del turismo e dell'accoglienza».

«Il coinvolgimento delle guide turistiche rappresenta un valore aggiunto davvero significativo», ha aggiunto **Valeria Gerli**, presidente dell'associazione milanese Gitec e vicepresidente nazionale di Confguide – Confcommercio. «I nostri professionisti sono infatti i soggetti più qualificati per presentare nel modo migliore, soprattutto ai visitatori internazionali, l'offerta turistica lombarda».

## **I punti principali della misura “TravelTrade”**

### **SOGGETTI AMMISSIBILI**

Aggregazioni composte da un numero minimo di 10 partner tra cui imprese tour operator e/o agenzie di viaggio lombardi e/o guide turistiche.

### **TIPOLOGIA AGEVOLAZIONE**

Contributo a fondo perduto pari al 50% delle spese ammissibili su un investimento minimo per aggregazione pari a 50.000 euro e fino ad un massimo di 100.000.

### **INTERVENTI AMMISSIBILI**

- Incoming e Domestic Tourism: progetti di sviluppo di servizi integrati di incoming dai mercati target e di servizi on site per mercati di prossimità (turisti e residenti) coerenti con il posizionamento turistico di Regione Lombardia e con l'offerta esperienziale del territorio lombardo.
- Outgoing: progetti di sviluppo del modello di business per il riposizionamento nel processo di internazionalizzazione dei flussi turistici attraverso logiche imprenditoriali in ottica consumer, mobile, e personalizzazione del processo di vendita.

Sono previste inoltre premialità per progetti di “domestic tourism” e incoming, di valorizzazione di particolari ambiti strategici (siti Unesco, cicloturismo, wellness, enogastronomia) e per progetti con aggregazioni di più di dieci partner.