

Piano Esecutivo per l'evoluzione della destinazione Po e suo Delta in Smart Tourism Destination

Progetto “Delta Po Adige Smart Destination”

Aprile 2026



Finanziato con il "PR Veneto FESR 2014-2020", Obiettivo Specifico 1.2, Azione 1.2.4 "Organizzazione dell'offerta turistica sul digitale attraverso l'utilizzo del DMS regionale e azioni pilota per Ecosistema Digitale Veneto"

Indice

1. Introduzione: scopo generale e obiettivi specifici del piano esecutivo	3
2. Approccio Smart Tourism Destination per la crescita sostenibile del turismo territoriale	5
3. Evoluzione della governance turistica multilivello alla luce degli orientamenti regionali	8
4. L'analisi della destinazione secondo un approccio data driven	11
4.1. Popolazione	11
4.2. Movimento turistico	12
4.3. Mercati di riferimento	16
4.4. Sentiment e tipologia di visitatori	18
4.5. Spesa di turisti ed escursionisti	24
4.6. Capacità ricettiva	25
4.7. Tasso di intensità turistica	27
5. Implementazione della strategia Smart Tourism ed evoluzione dell'organizzazione turistica	28
5.1. Governance attuale e futura	28
5.2. Le linee di prodotto	30
6. Azioni per l'attuazione del piano	34
Azione 2: Integrazioni moduli DMS	34
Azione 3: Attività di business intelligence	36
Azione 4: Attività di sicurezza e privacy del sito di destinazione	38
Azione 5: Acquisto di beni e servizi per un turismo digitale, accessibile e sostenibile	40
Azione 6: Attività di assistenza e consulenza per il modello di gestione e per l'attività di promo-commercializzazione online	44
Azione 7: Integrazioni Veneto My Card	46
Azione 8: Attività di assistenza alle imprese	48
Azione 9: Utilizzo delle ICT per rendere più semplice la fruizione dei servizi di destinazione	50
Azione 10: Spese generali	52
Quadro riepilogativo delle azioni e cronoprogramma	53

1. Introduzione: scopo generale e obiettivi specifici del piano esecutivo

Il Bando per l'evoluzione delle destinazioni turistiche venete in "Smart Tourism Destination. PR Veneto FESR 2021 – 2027. Azione 1.2.4" (DGR n. 154 del 18/02/2025) rappresenta uno stimolo importante per il sistema turistico della provincia di Rovigo in generale e per la destinazione balneare del Delta del Po in particolare. Il progetto "Delta Po Adige Smart Destination" da un lato incentiva l'accesso al turismo, all'industria della ricettività e ai prodotti e ai servizi attraverso soluzioni innovative basate su una visione digitale, sostenibile ed accessibile e dall'altro stimola una riorganizzazione del territorio in destinazione e marchi d'area, migliorandone la governance. Per questa ragione l'Organizzazione di Gestione della Destinazione "Po e suo Delta" nel corso dell'assemblea del 15 maggio 2025 ha dato mandato ai comuni di Rosolina, Porto Tolle e al Consorzio turistico "Po e suo Delta" di costituire una Fondazione per il turismo al fine di presentare il presente progetto. Le motivazioni a sostegno dell'iniziativa tengono conto anche di due ulteriori obiettivi:

- **Mettere a sistema le organizzazioni turistiche attive nel territorio della provincia di Rovigo** (Organizzazione di Gestione della Destinazione OGD "Po e suo Delta" e Marchio d'Area MdA "Terre fra Adige e Po") e rendere operativa la Fondazione DMO Delta, Po, Adige.
- **Dare la possibilità a tutto il territorio della provincia di Rovigo di condividere la strategia Smart Tourism Destination.**

Il progetto "Delta Po Adige Smart Destination" ha l'**obiettivo generale** di attivare l'evoluzione dell'OGD "Po e suo Delta" verso una moderna DMO in grado di migliorare la governance ed offrire servizi a tutto il territorio polesano. Il progetto tiene conto anche dell'azione sinergica della **Strategia d'Area Interna Contratto di Foce Delta del Po**, coordinata dal Comune di Rosolina in qualità di Comune Referente dell'Area e della recente Deliberazione della Giunta Regionale **DGR 114/2026 "Indirizzi operativi relativi al ruolo, finalità e alla governance delle OGD / DMO"**. Quest'ultima infatti consente di rafforzare la governance della destinazione attraverso l'implementazione del soggetto giuridico neocostituito e favorire l'investimento sul capitale umano per migliorare l'organizzazione in ottica turistica. A completamento di questa strategia, il progetto si concentra **in due obiettivi specifici e complementari**:

1. **Ottimizzare l'uso del DMS** regionale così da attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità e all'accessibilità e diffonderlo a tutto il territorio della provincia di Rovigo che manifesti interesse a far parte dell'organizzazione di gestione del turismo.
2. **Sperimentare e promuovere soluzioni innovative basate su ICT** volte a favorire il turismo sostenibile e accessibile al fine di migliorare l'accessibilità ai prodotti e servizi nell'ambito dell'ospitalità e del turismo, rendendo l'esperienza turistica più inclusiva e rispettosa dell'ambiente.

Per realizzare gli obiettivi di cui sopra, il progetto si articola in **2 fasi e 10 azioni**.

La fase strategica, indicata come Fase A, si concentra sulla pianificazione e sulla definizione delle linee guida generali. In questa fase si concentrano l'attività di analisi e di definizione della strategia complessiva, nonché l'integrazione dei moduli del sistema di gestione dei dati, che costituiscono la base tecnologica e organizzativa per l'intero progetto. **La fase operativa, indicata come Fase B** è l'attuazione pratica di tali strategie, garantendo un collegamento efficace tra la pianificazione e l'azione operativa.

Nello specifico, ognuna delle due fasi prevede diverse azioni:

Fase A

1. Redazione e gestione del Piano Esecutivo Smart Tourism Destination
2. Integrazioni moduli DMS

Fase B

3. Attività business intelligence
4. Attività per migliorare la privacy e la sicurezza del sito di destinazione
5. Acquisto di beni e servizi per un turismo digitale, accessibile e sostenibile
6. Attività di assistenza e consulenza per il modello di gestione e per l'attività di commercializzazione on line
7. Integrazione con la Veneto My Card
8. Attività di assistenza alle imprese
9. Utilizzo delle ICT per rendere più semplice la fruizione dei servizi di destinazione
10. Spese generali

2. Approccio Smart Tourism Destination per la crescita sostenibile del turismo territoriale

I modelli Smart Tourism Destination (STD) rappresentano un paradigma innovativo per la gestione delle destinazioni turistiche, promuovendo un approccio integrato e sostenibile. Parlare di STD non vuol dire tuttavia parlare solo di dati, tecnologie ed innovazione, ma vuol dire in primis migliorare e consolidare il proprio modello organizzativo. “Strategy and Governance” è infatti il primo dei 5 pilastri dell’approccio Smart Tourism così come è stato teorizzato da un’iniziativa dedicata dell’Unione Europea¹. Questo primo pilastro è cruciale in quanto getta le basi per lo sviluppo di una destinazione cosiddetta “smart”. Esso comprende elementi quali:

- **Pianificazione strategica:** sviluppo di piani a lungo termine che definiscono gli obiettivi, le priorità e le azioni necessarie per trasformare la destinazione in una meta smart.
- **Governance multistakeholder:** coinvolgimento attivo di tutti gli attori coinvolti nella filiera turistica (pubbliche amministrazioni, imprese, associazioni, cittadini) nella definizione e nell’implementazione della strategia.
- **Presa di decisioni informata dai dati (data-driven):** utilizzo dei dati per monitorare l’andamento della destinazione, identificare le opportunità e prendere decisioni informate. Ciò vuol dire ottimizzare la gestione delle risorse, migliorare l’esperienza del turista e promuovere uno sviluppo turistico equilibrato, in linea con le direttive europee.
- **Innovazione tecnologica:** adozione di tecnologie digitali per migliorare l’efficienza dei processi, personalizzare l’esperienza del turista e promuovere la sostenibilità.
- **Sostenibilità:** integrazione dei principi di sostenibilità economica, sociale e ambientale in tutte le fasi del processo decisionale.

Tutto ciò è importante perché: garantisce la coerenza tra tutte le azioni intraprese ed una visione di destinazione condivisa; permette di ottimizzare l’utilizzo delle risorse e massimizzare i risultati; consente di adattarsi ai cambiamenti del contesto e alle nuove esigenze dei turisti; aumenta la fiducia degli stakeholder e dei cittadini; infine, in ottica di competitività, posiziona la destinazione come una meta innovativa e attrattiva.

La destinazione Po e il suo Delta intende andare in questa direzione anche grazie all’attuazione del presente piano esecutivo. Nel corso della prima fase di progetto è stato possibile avviare il processo di consultazione con i portatori di interesse al fine di allineare tre documenti strategici per il turismo della Provincia di Rovigo (Piano di start up della Destinazione Po e Suo Delta, Piano esecutivo per le destinazioni delle aree interne Delta del Po e Piano del Marchio d’Area Terre fra Adige e Po, al fine di redigere il piano esecutivo (**azione 1**) e implementare e potenziare il DMS in modo da preparare lo sviluppo della dashboard business intelligence per la destinazione (**azione 2**).

Si evidenzia la **significativa sinergia** tra il presente progetto 1.2.4 e il **progetto “Destinazione Veneto Delta Po”** che interessa l’**Area Interna Contratto di Foce Delta del**

¹ <https://smarttourismdestinations.eu/>

Po² (codice regionale progetto 5.2)³- ovvero un'area a forte trazione turistica che vede il Comune di Rosolina come Referente dell'Area. Quest'ultimo è finalizzato allo sviluppo di strategie per l'istituzione di strumenti di *governance* per le destinazioni turistiche emergenti. Di seguito è presentata una tabella riepilogativa.

Tabella 1. Sinergia tra i progetti Smart Tourism Destination ed Aree Interne

	Smart Tourism Destination (1.2.4)	Bando Aree Interne (5.2)
Strategia PR FESR	Progetto primario	Progetto secondario
Dotazione finanziaria	€ 200.000	€ 400.000
Territorio	Tutto il territorio dei comuni della Provincia di Rovigo	Solo il territorio dell'Area Interna Contratto di Foce Delta del Po
Finalità	Orientate al digitale	Orientate al modello organizzativo

Si riporta di seguito il **piano economico** per il progetto Smart Tourism Destination (1.2.4) per mettere in evidenza la dotazione economica a disposizione delle varie azioni di progetto, che verranno poi dettagliate nel capitolo finale del presente piano con l'elenco completo delle schede azione e con un cronoprogramma riepilogativo.

² Comuni afferenti all'Area Interna: Rosolina, Taglio di Po, Porto Viro, Porto Tolle, Ariano nel Polesine, Loreo, Corbola

³ Intervento a regia regionale a sostegno delle Aree Interne per il percorso di costituzione o evoluzione di strumenti di governance per destinazioni turistiche emergenti (DGR n. 290 del 21 marzo 2024), Obiettivo specifico 5.2 "Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo a livello locale, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree diverse da quelle urbane (FESR)", Azione 5.2 "Sviluppo di strategie per la costituzione di strumenti di governance per destinazioni turistiche emergenti", grazie al quale il Comune di Rosolina, capofila dell'area interna "Contratto di foce Delta del Po", ha ottenuto il finanziamento del progetto denominato "Destinazione Veneto Delta Po".

Tabella 2. Progetto "Delta Po Adige Smart Destination" (1.2.4) - quadro economico

Azione	FASE 1	€ (iva inclusa)
1	Redazione gestione del piano esecutivo STD	
	Scrittura e gestione del Piano Esecutivo	14.000
2	Integrazioni moduli DMS	
	Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive	14.000

Azione	FASE 2	€ (iva inclusa)
3	Attività business intelligence	
	Adeguamento sito di destinazione per attività business intelligence: attivazione dashboard per operatori elaborazione dati OTRF	40.000
4	Attività sicurezza privacy sito di destinazione	
	Adeguamento sito di destinazione per sicurezza e accessibilità	20.500
5	Acquisto di beni e servizi per un turismo digitale, accessibile e sostenibile	
5.1	Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno	20.000
5.2	Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive	26.000
6	Attività di assistenza e consulenza per il modello di gestione e per l'attività di promo-commercializzazione on line	
	Consulenza per modello gestionale della DMO e per l'attività di promo-commercializzazione on line	12.000
7	Integrazioni Veneto Card	
	Potenziamento card turistica	10.000
8	Attività di assistenza alle imprese	
	Attività di Web angels	20.000
9	Utilizzo delle ICT per rendere più semplice la fruizione dei servizi di destinazione	
	Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione	10.000
10	Spese generali	
	Gestione progetto	13.055

TOTALE PROGETTO	199.555
totale spese ammissibili	200.000

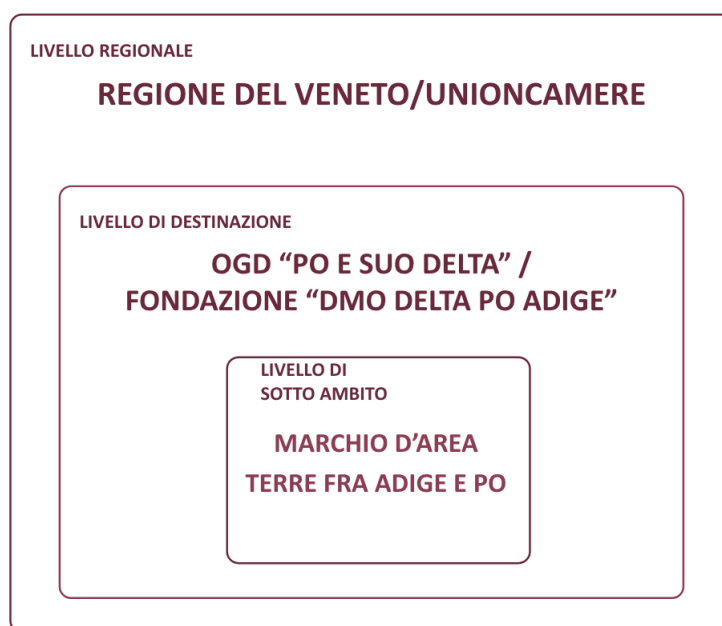
3. Evoluzione della governance turistica multilivello alla luce degli orientamenti regionali

La **DGR 114/2026** “Indirizzi operativi relativi al ruolo, finalità e alla governance delle **OGD / DMO**” chiarisce il concetto di governance multilivello definendolo come un **sistema di organizzazione e gestione della destinazione articolato su scale territoriali** differenti, al fine di presidiare le funzioni di informazione, accoglienza, design dell’offerta turistica e destination marketing. Tale concetto permette di definire con chiarezza ruoli, responsabilità e ambiti di intervento dei diversi attori istituzionali e organizzativi che compongono il sistema turistico regionale. L'adozione di un modello di governance multilivello mira a garantire una maggiore coerenza strategica, efficacia operativa e capacità di coordinamento tra i vari livelli decisionali, al fine di ottimizzare in particolare lo sviluppo e la promozione del prodotto turistico in un contesto sempre più dinamico e competitivo.

L'evoluzione dell'organizzazione turistica della Destinazione Po e suo Delta fa proprio tale concetto e lo declina in maniera coerente rispetto alla L.R 11/2013 individuando una OGD / DMO e un marchio d'area. Dalla lettura del Piano di start up dell'OGD si evince che il territorio si divide in due realtà turistiche: quella balneare dalla forte connotazione naturalistica del Delta del Po e quella fluviale dei comuni rivieraschi. Il riconoscimento del Marchio d'Area Terra fra Adige e Po nel 2021, la costituzione della Fondazione “DMO Delta, Po, Adige” e l'approvazione del progetto “Delta Po Adige Smart Destination” permettono di articolare una organizzazione turistica secondo la logica di governance multilivello.

Applicando gli indirizzi operativi della recente DGR 114/2026 è possibile sintetizzare con un diagramma il concetto di governance con tre livelli (immagine 1), ciascuno le funzioni presidiate nella tabella 3.

***Immagine 1.** Diagramma riepilogativo della governance multilivello applicato alla destinazione Po e suo Delta*



Fonte: Indirizzi operativi, standard e buone pratiche per il Turismo in Veneto - Regione Veneto e Unioncamere del Veneto, 2026

Tabella 3. Funzioni presidiate dai vari livelli della governance multilivello, basata su “Indirizzi operativi, standard e buone pratiche per il Turismo in Veneto” Regione Veneto e Unioncamere del Veneto, 2026.

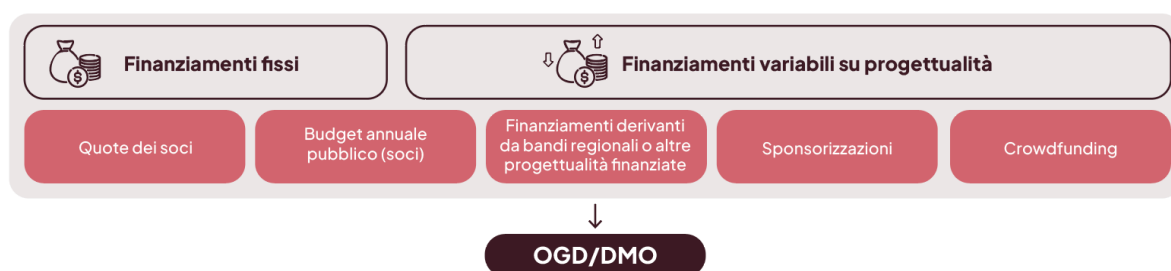
Livello regionale	DMO di area vasta	Ambito territoriale
• Legislazione e organizzazione turistica • Piano strategico del turismo • Standard e coordinamento della rete IAT/infopoint • Gestione dell'Osservatorio del turismo e condivisione dei dataset con le destinazioni • Disseminazione, networking, ricerca e sviluppo • Incentivi a destinazioni e imprese • Strategia di branding su più livelli: marchio ombrello, marchi derivati, linee guida per i marchi di destinazione • Coordinamento e innovazione di prodotto quando lo spazio vitale va oltre la singola destinazione • Promozione sui mercati interni e su quelli di medio-lungo raggio, in coordinamento con le destinazioni • Piattaforme comuni (DMS e vetrina istituzionale)	• Destination Management Plan (DMP) e programmazione strategica d'ambito • Coordinamento di destinazione, applicazione degli standard IAT e gestione diretta degli IAT di rilevanza strategica • Gestione della dashboard di destinazione, utilizzo dei dataset regionali e integrazione con dati proprietari • Matrice prodotti di destinazione e costruzione del catalogo esperienze • Strategia di branding di destinazione coerente e integrata con il marchio ombrello e con i marchi derivati regionali • Promozione sui mercati interni e sui mercati di medio raggio, in coordinamento con il livello regionale • Promo-commercializzazione avanzata e supporto tecnico a reti, consorzi e imprese	• Piano esecutivo (declinazione del DMP a livello locale) • Informazione, accoglienza e gestione degli IAT locali (non delegabile) • Partecipazione alla costruzione dei prodotti e al catalogo di destinazione • Inserimento di offerte ed esperienze nel DMS e commercializzazione diretta ove abilitati • Applicazione corretta dei marchi regionali e di destinazione nella comunicazione locale, sensibilizzando e coinvolgendo le imprese • Collaborazione alle attività promozionali della destinazione

Come ricordato nell'introduzione, la **Strategia d'Area Interna Contratto di Foce Delta del Po**, coordinata dal Comune di Rosolina individua nel rafforzamento dell'organizzazione turistica (azione 5.2) una leva importante per lo sviluppo del territorio. Il bando parla di aree turistiche emergenti e di marchi d'area come modelli organizzativi a cui tendere; questa azione nel contesto della Destinazione Po e suo Delta si declina nel rafforzamento di un'organizzazione turistica che ha nel turismo balneare del Delta del Po la motrice di uno sviluppo turistico che deve riguardare tutto il territorio della provincia di Rovigo. Il processo di rafforzamento dell'organizzazione turistica dell'OGD infatti intende **recuperare e valorizzare il percorso di aggregazione con il MdA Terre fra Adige e Po** in modo che venga riconosciuto come parte integrante della destinazione ai fini della L.R 11/2013 e di conseguenza diffondere la strategia Smart Tourism Destination a tutti i comuni della provincia di Rovigo che vorranno aderire alla nuova organizzazione turistica. La lettura del fenomeno turistico come emerge dai dati presentati nel capitolo seguente mette in luce

chiaramente la sinergia di due territori turistici complementari: uno balneare/naturalistico trainante e uno leisure/rurale emergente. I fiumi sono un tratto distintivo di entrambe le destinazioni.

È auspicabile che si compia e si completi tale **evoluzione della governance** in modo che le funzioni di governance, management e marketing siano curate e presidiate da un unico soggetto giuridico come per le moderne DMO. A rendere possibile tale evoluzione sarà necessariamente la definizione di un chiaro schema di **garanzia di finanziamento** (immagine 2) per garantire gli investimenti adeguati in capitale umano, in organizzazione di prodotto e nelle azioni di marketing. Il diagramma sottostante sintetizza le diverse forme utilizzabili dalle organizzazioni turistiche per garantire la sostenibilità economica.

Immagine 2. Diagramma riepilogativo diverse forme di finanziamento delle organizzazioni turistiche (OGD/DMO)



Fonte: *Indirizzi operativi, standard e buone pratiche per il Turismo in Veneto - Regione Veneto e Unioncamere del Veneto, 2026*

4. L'analisi della destinazione secondo un approccio data driven

La lettura del fenomeno turistico di un territorio secondo gli approcci data driven prende il via dall'approfondimento delle dinamiche demografiche per poi descrivere le statistiche che descrivono l'accoglienza del territorio, secondo i dati ufficiali dei movimenti e dei flussi dei turisti e l'ospitalità della filiera, secondo i dati di percezione, sentiment e spesa del turista che soggiorna nel territorio. Il turismo infatti può essere descritto come una fitta rete di relazioni socio economiche tra i residenti e gli ospiti.

4.1. Popolazione

L'analisi dei dati ISTAT per la provincia di Rovigo evidenzia un quadro demografico complesso, segnato da un **progressivo calo della popolazione e da un marcato invecchiamento**. Partendo dal dato complessivo, **la popolazione totale nel 2025 si attesta su 227.134 abitanti**, registrando una diminuzione costante rispetto ai 233.428 rilevati nel 2019. Questo decremento, pari a oltre 6.000 unità in soli sei anni, conferma un trend di denatalità e spopolamento che interessa l'intero territorio polesano.

Suddividendo la popolazione in cinque fasce d'età basate sui dati più recenti del 2025, si nota come **la fascia prevalente sia quella degli adulti maturi e anziani**. La fascia dei bambini e giovanissimi (0-14 anni) conta 22.805 unità, mentre i giovani adulti (15-29 anni) sono 29.564. La fascia centrale, definibile come adulti in età lavorativa (30-49 anni), comprende 52.318 persone, la seconda più numerosa. La quota più consistente della popolazione è rappresentata infatti dagli adulti senior (50-69 anni), che contano 74.787 abitanti, con in terza posizione la fascia degli over 70, che raggiunge le 47.660 unità.

Un dato interessante e in parziale controtendenza riguarda **la fascia dei giovani adulti tra i 15 e i 29 anni, che mostra una sostanziale stabilità**, passando dai 29.381 del 2019 ai 29.564 del 2025. Nonostante il calo demografico generale, questa coorte ha registrato un lieve incremento, rappresentando l'unico segnale di tenuta tra le generazioni più giovani. Al polo opposto, **la crisi più profonda si registra nella fascia degli adulti in piena età lavorativa**, ovvero i 30-49enni, che sono crollati dai 60.964 residenti del 2019 ai 52.318 del 2025. Questa perdita di oltre 8.600 persone in sei anni indica un forte svuotamento della forza lavoro centrale della provincia, suggerendo una possibile fuga di giovani professionisti o l'ingresso di generazioni meno numerose in questa categoria.

L'invecchiamento della popolazione è ulteriormente confermato dalla **crescita decisa della fascia degli over 70**, che è passata dalle 44.576 unità del 2019 alle 47.660 del 2025. Questo incremento di oltre 3.000 anziani, unito alla **crescita della fascia 50-69**, dimostra come il peso sociale e assistenziale della provincia si stia spostando sempre più verso le età avanzate. In sintesi, il trend della provincia di Rovigo tra il 2019 e il 2025 delinea un territorio che perde i suoi abitanti più produttivi (30-49 anni) e i suoi giovanissimi (0-14 anni), mentre vede aumentare costantemente la quota di popolazione sopra i 50 anni, mantenendo una fragile stabilità solo nella fascia dei giovani tra i 15 e i 29 anni.

4.2. Movimento turistico

Il monitoraggio del movimento turistico per il Sistema Turistico Locale di Rovigo evidenzia una fase di piena ripresa e consolidamento post-pandemia. Nel 2025, la destinazione ha registrato **306.505 arrivi**, un dato che non solo supera significativamente il calo del 2024 (+14,3%), ma riporta i volumi quasi esattamente sui livelli record del 2019 (310.163).

Il volume complessivo delle **presenze nel 2025 si attesta a 1.534.490**, con una crescita del 14,7% rispetto al 2024. È interessante notare come, nonostante le fluttuazioni degli arrivi negli ultimi otto anni, il **soggiorno medio** sia rimasto estremamente stabile, fissandosi sui 5,0 giorni. Questo indica un'alta fidelizzazione del turista e una capacità costante della destinazione di trattenere il visitatore per periodi prolungati, un valore condizionato dalla prevalenza del turismo balneare sulle restanti forme di turismo leisure e business.

Emerge una netta preferenza dei turisti per il **comparto extra-alberghiero**, che nel 2025 ha assorbito il 61,8% degli arrivi e ben l'84% delle presenze totali. Mentre il **settore alberghiero** appare stabile ma faticante nel recuperare i volumi pre-2019 (117.039 arrivi nel 2025 contro i 144.466 del 2019), l'extra-alberghiero è il vero motore della crescita, avendo superato nel 2025 i livelli pre-pandemici sia in termini di arrivi che di presenze.

Immagine 3. Arrivi turistici per anno e per struttura

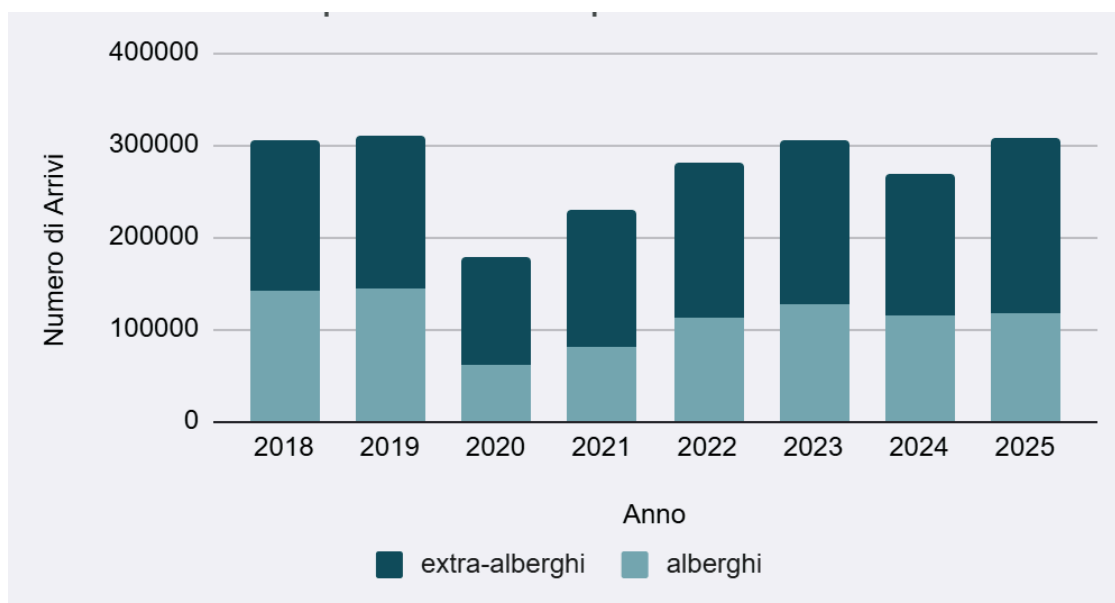
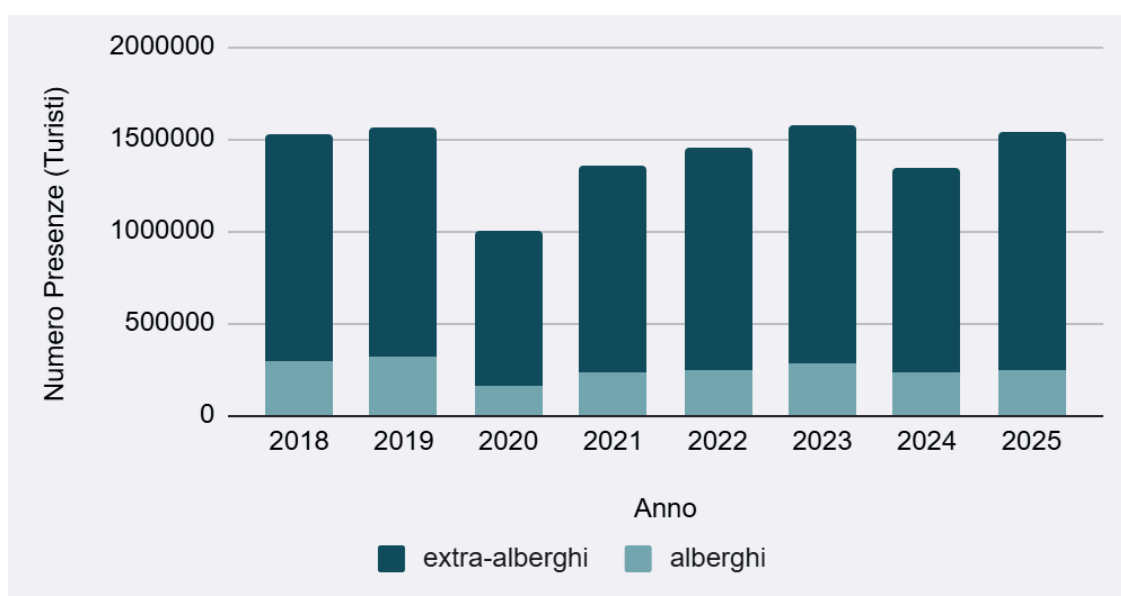


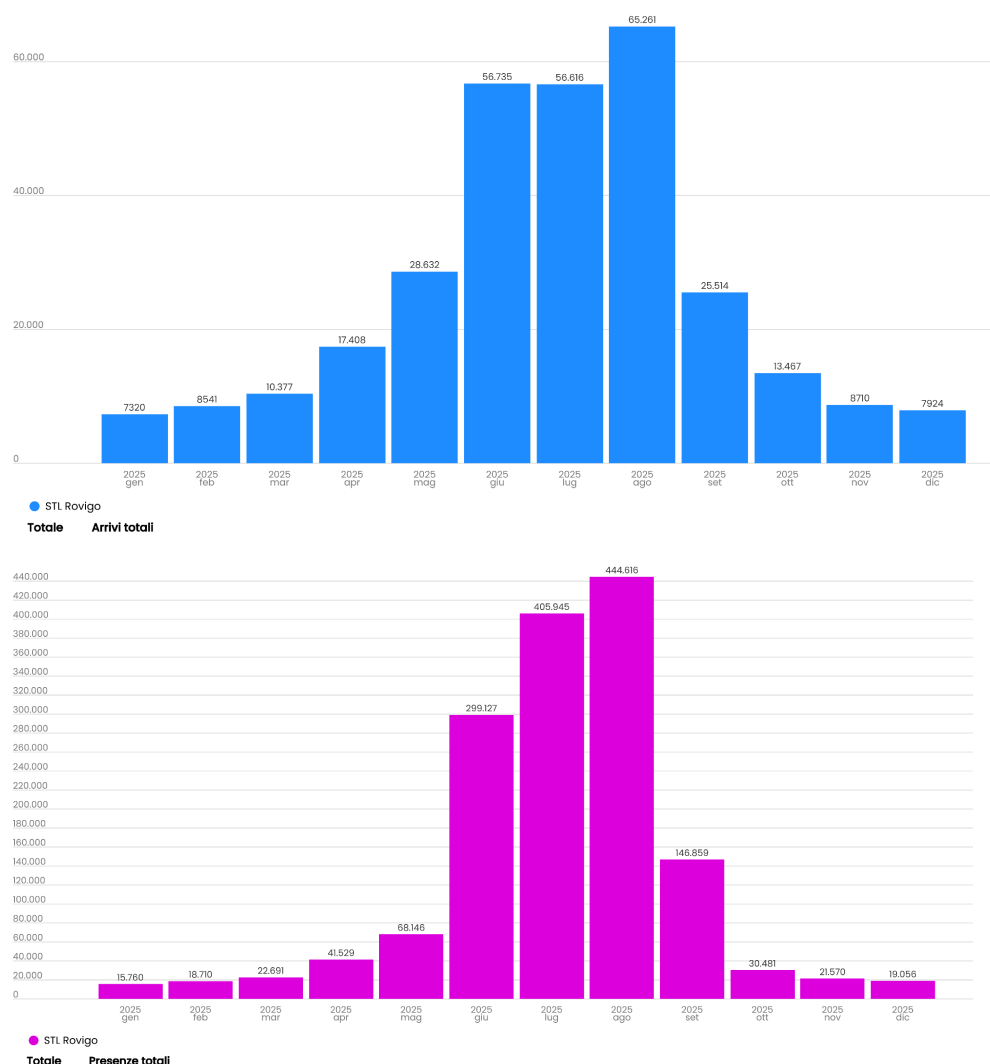
Immagine 4. Presenze turistiche per anno e per struttura



Fonte: OTRF Regione Veneto

Da ultimo, la **stagionalità** del STL Rovigo è caratterizzata da una iper-concentrazione estiva, con il 75% delle presenze totali annue concentrate nei soli mesi di giugno, luglio e agosto. Se da un lato il picco di agosto conferma l'attrattività della destinazione balneare per il mercato delle vacanze lunghe, dall'altro evidenzia ampi margini di miglioramento per la destagionalizzazione, specialmente nei mesi di aprile, maggio e settembre, periodi potenzialmente ideali per la valorizzazione del patrimonio naturalistico e culturale del Delta e delle Terre tra i due fiumi.

Immagine 5. Arrivi e Presenze per anno per STL Rovigo, anno 2025



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

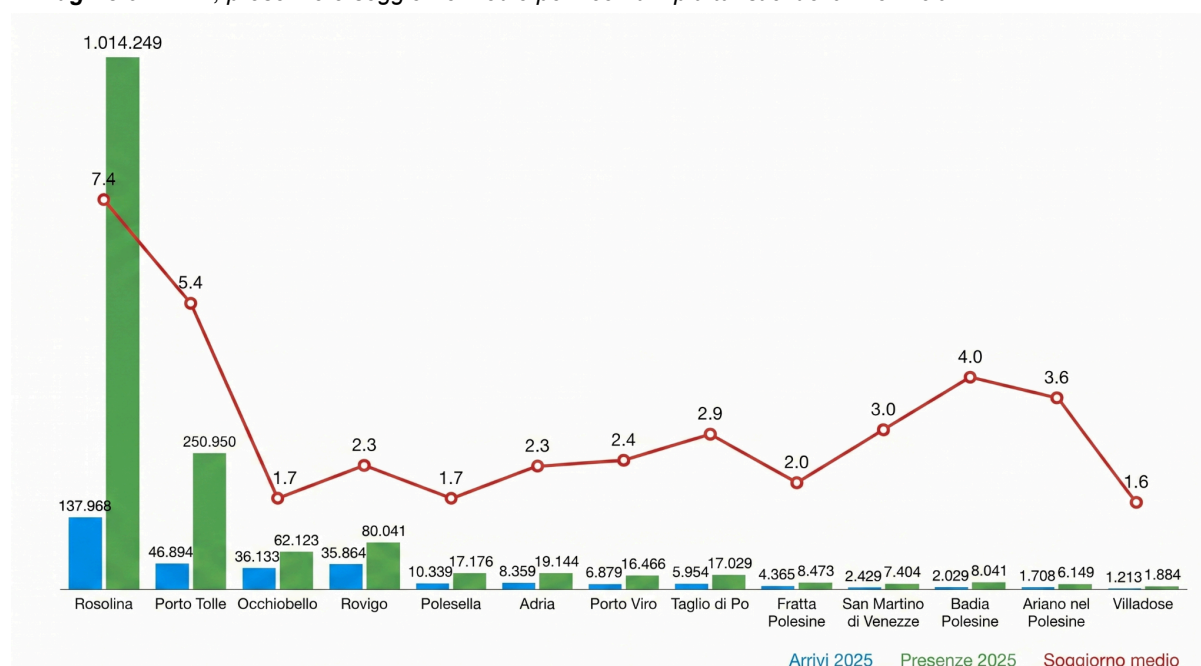
La tabella che segue entra nello specifico dei **vari “pesi turistici” dei comuni**, evidenziando il numero di arrivi e presenze per ciascuno (dati 2025). I comuni non presenti in tabella registrano meno di 1000 arrivi annui, oppure i dati sono stati omessi dal conteggio per il rispetto del segreto statistico (art.9 del D.Lgs. 322/1989) o per una bassa copertura dell'indagine.

In Provincia di Rovigo nel 2025 i primi 12 comuni raggruppano la quasi totalità degli arrivi, i restanti 37 comuni accolgono il 2,3 % degli arrivi.

Tabella 4. Numero di arrivi, presenze e soggiorno medio per i singoli comuni, ordinati per maggior numero di arrivi (dati 2025). Fonti: elaborazioni OTRF Regione Veneto

Comune	Arrivi 2025	Presenze 2025	Soggiorno medio
Rosolina	137.968	1.014.249	7,4
Porto Tolle	46.894	250.950	5,4
Occhiobello	36.133	62.188	1,7
Rovigo	35.667	80.357	2,3
Polesella	10.339	17.324	1,7
Adria	8.301	19.010	2,3
Porto Viro	6.659	15.666	2,4
Taglio di Po	6.062	17.380	2,9
Fratta Polesine	4.133	8.064	2,0
San Martino di Venezze	2.271	6.740	3,0
Badia Polesine	2.100	8.375	4,0
Ariano nel Polesine	1.799	6.443	3,6
Villadose	1.213	1.978	1,6

Immagine 6. Arrivi, presenze e soggiorno medio per i comuni più turistici della Provincia.



Fonte: OTRF Regione Veneto

4.3. Mercati di riferimento

La gerarchia dei **mercati di riferimento** mostra una stabilità rassicurante, con l'**Italia** che si conferma primo mercato assoluto, seguita saldamente dalla **Germania**. La **Polonia** si è consolidata come il terzo mercato estero più importante per presenze, superando stabilmente l'Austria dal 2023. Questo suggerisce un'efficace penetrazione in nuovi mercati dell'Est Europa. **Austria e Svizzera/Liechtenstein** chiudono la "top 5", confermando l'importanza del turismo mitteleuropeo. È interessante notare come la **Cina**, presente nella top 5 nel 2018 e 2019, sia scomparsa dalle prime posizioni, sostituita da flussi europei più stabili e orientati all'outdoor e alla natura.

Se si guarda alla divisione percentuale di turisti stranieri ed italiani nei 10 comuni più turistici della Provincia, si nota una geografia dell'accoglienza molto diversificata. **Nei poli principali del Delta del Po**, come Rosolina e Porto Tolle, si registra una **presenza straniera significativa**, spesso legata ai mercati di lingua tedesca e dell'Europa centrale, che prediligono il turismo naturalistico e le strutture all'aria aperta. In questi contesti, la percentuale di stranieri tende a essere elevata e costante, contribuendo in modo determinante all'allungamento del soggiorno medio. Dall'altro lato, **i comuni dell'entroterra e il capoluogo Rovigo mostrano una prevalenza di arrivi italiani**, spesso legati a motivazioni di affari, eventi culturali locali o turismo di prossimità. Tuttavia, comuni come Occhiobello (comune facente parte dell'OGD) o quelli situati lungo i grandi assi viari presentano picchi interessanti di stranieri "di passaggio", che utilizzano il territorio rodigino come tappa strategica nei flussi verso le grandi città d'arte venete o il centro Italia. Questa segmentazione evidenzia come la provincia non sia un blocco unico: se il Delta ha ormai un brand consolidato a livello internazionale, le "Terre fra Adige e Po" mantengono una forte vocazione nazionale, pur offrendo ampi margini di crescita per l'attrattività verso mercati esteri interessati a un'esperienza autentica e meno massificata.

Immagine 7. Distribuzione percentuale degli arrivi (italiani vs stranieri) per Comune

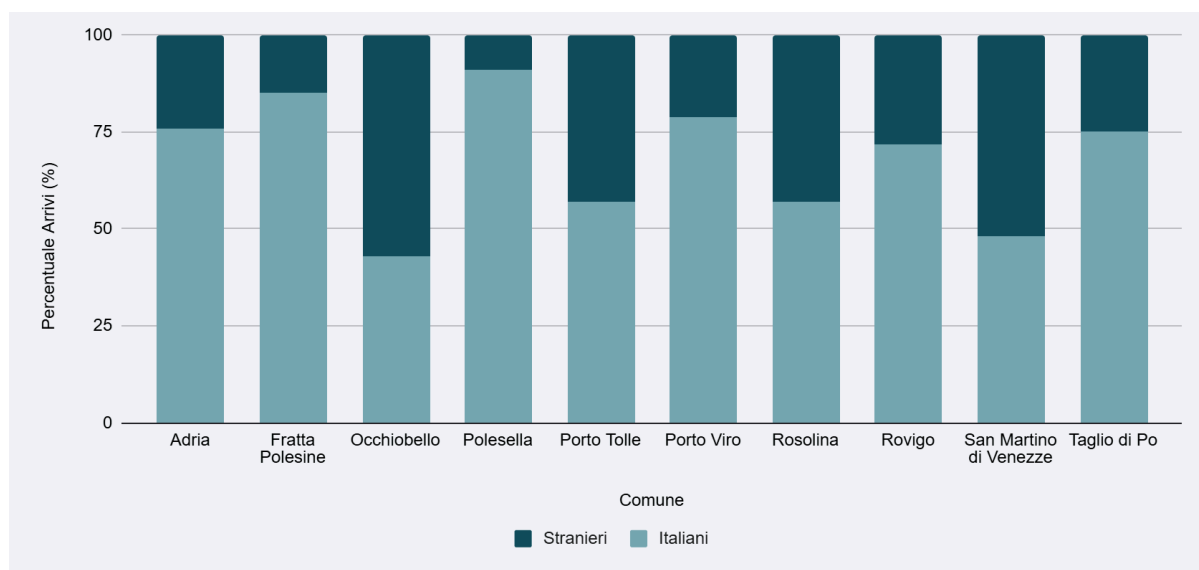
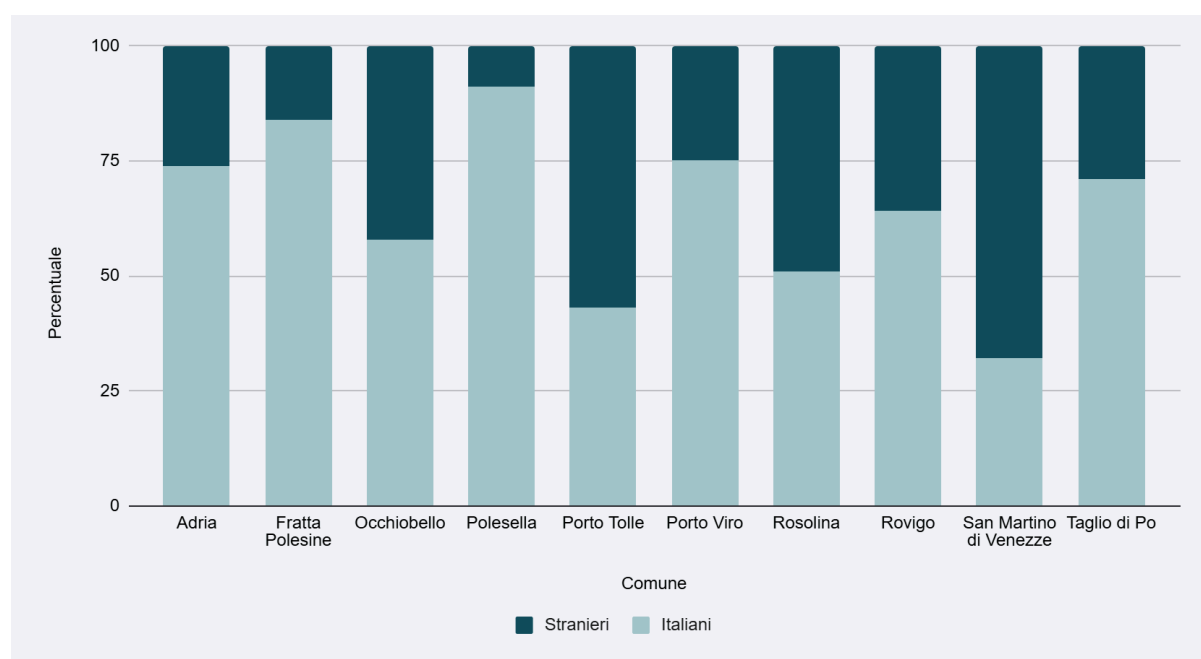


Immagine 8. Distribuzione percentuale delle presenze (italiani vs stranieri) per Comune



Fonte: OTRF Regione Veneto

Tabella 5. Percentuale di arrivi e di presenze divise tra turisti italiani e stranieri per i 10 comuni più turistici della Provincia- e relativi top 3 paesi stranieri di provenienza (arrivi). Fonte: OTRF Regione Veneto.

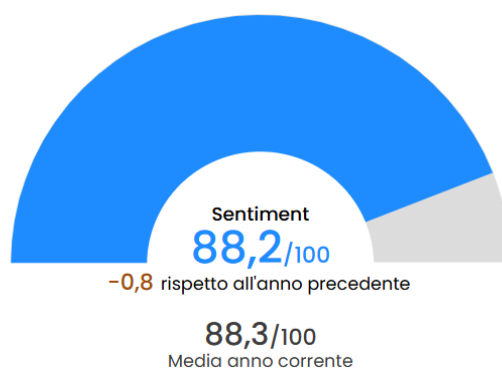
Comune	% arrivi Italiani	% arrivi stranieri	% presenze italiani	% presenze stranieri	Top paesi 3 arrivi
Rosolina	57%	43%	51%	49%	Germania, Austria, Rep. Ceca
Porto Tolle	57%	43%	43%	57%	Germania, Polonia, Austria
Occhiobello	43%	57%	58%	42%	Corea del Sud, Cina, Ungheria
Rovigo	72%	28%	64%	36%	Polonia, Romania, Germania
Polesella	91%	9%	91%	9%	Germania, Romania, Austria
Adria	76%	24%	74%	26%	Germania, Cina, Austria
Porto Viro	79%	21%	75%	25%	Germania, Svizzera-Liechtenstein, Austria
Taglio di Po	75%	25%	71%	29%	Germania, Altri Paesi Africa Mediterranea, Romania

Fratta Polesine	85%	15%	84%	16%	Romania, Altri Paesi Europa, Germania
San Martino di Venezze	48%	52%	32%	68%	Germania, Paesi Bassi, Austria

4.4. Sentiment e tipologia di visitatori

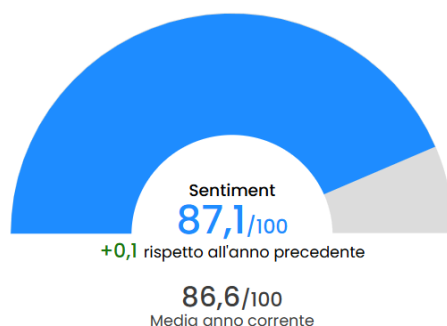
Nel periodo compreso tra il 20 gennaio e il 20 aprile 2026, l'analisi del sentiment restituisce l'immagine di una destinazione solida e apprezzata, seppur con sfumature differenti tra i due cluster territoriali. Il **sentiment complessivo dell'OGD Po e Suo Delta si attesta a 88,2/100** (nonostante una lieve flessione di -0,8 rispetto all'anno precedente), mentre il **MdA Terre Fra Adige e Po registra un punteggio di 87,1/100**, segnando però un trend in crescita (+0,1).

Immagine 9. Sentiment complessivo per il territorio dell'OGD Po e suo Delta per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.



Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Immagine 10. Sentiment complessivo per il territorio del MdA Terre fra Adige e Po per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.



Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Analizzando i **comparti dell'offerta**, emerge una chiara correlazione: in entrambe le aree le attrazioni rappresentano il principale driver di soddisfazione, raggiungendo i 89,1/100 nel Delta e sfiorando l'eccellenza con 90,1/100 nelle Terre Fra Adige e Po. Per quanto riguarda la ricettività, il MdA mostra un dinamismo positivo (86,2; +2,3 rispetto al 2025), superando il dato del Delta (85,5), che sconta invece un calo di mezzo punto percentuale. Al contrario, la ristorazione performa meglio nell'area del Delta rispetto al MdA (88,5 contro 86,8).

Immagine 11. Sentiment per tipologia di offerta per il territorio dell'OGD Po e suo Delta per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.

Filtra per destinazione (OGD o MdA): Po e suo Delta

Tipologia di offerta

Dettaglio della tipologia di offerta, il livello di sentiment e il numero totale di contenuti, dal 20/01/2026 al 20/04/2026.



Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Immagine 12. Sentiment per tipologia di offerta per il territorio del MdA Terre fra Adige e Po per il periodo 20/01/2026

Filtra per destinazione (OGD o MdA): Terre fra Adige e Po

Tipologia di offerta

Dettaglio della tipologia di offerta, il livello di sentiment e il numero totale di contenuti, dal 20/01/2026 al 20/04/2026.



20/04/2026. Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

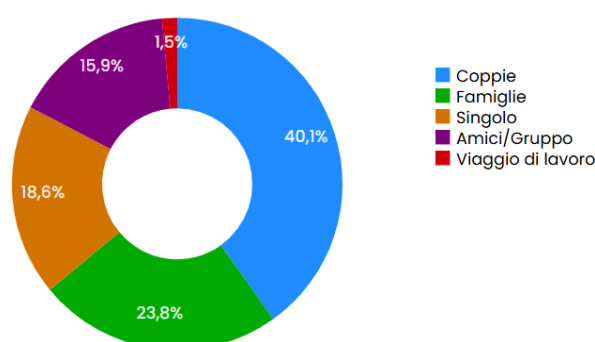
Il profilo dei visitatori rivela una forte omogeneità nella struttura della domanda, dominata dalle **coppie**, che rappresentano il primo segmento per entrambi i cluster (**40,1% nel Delta e 33,8% nelle Terre Fra Adige e Po**). Si osservano tuttavia divergenze interessanti nei segmenti secondari: mentre il Delta attrae maggiormente le **famiglie** (23,8%), l'area tra i due fiumi vede una prevalenza del **viaggiatore singolo** (29,6%), suggerendo una vocazione più legata all'esplorazione individuale o al turismo lento.

Immagine 13. Tipologie di visitatori per il territorio dell'OGD Po e suo Delta per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.

Filtra per destinazione (OGD o MdA): Po e suo Delta

Tipologie di visitatori

Dettaglio della tipologia dei visitatori, in percentuale sul totale, dal 20/01/2026 al 20/04/2026.



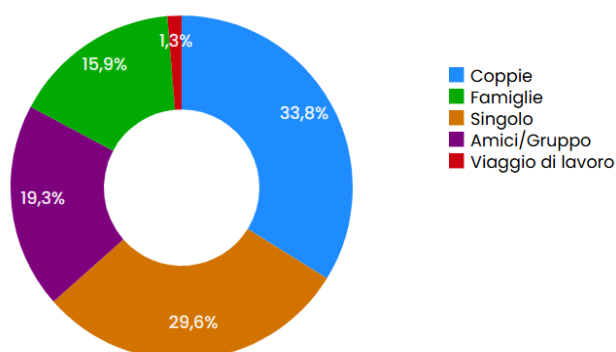
Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Immagine 14. Tipologie di visitatori per il territorio del MdA Terre fra Adige e Po per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.

Filtra per destinazione (OGD o MdA): Terre fra Adige e Po

Tipologie di visitatori

Dettaglio della tipologia dei visitatori, in percentuale sul totale, dal 20/01/2026 al 20/04/2026.



Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Dal punto di vista dei **mercati**, entrambi i territori sono fortemente **dipendenti dal turismo domestico**, che incide per l'88,5% nel Delta e raggiunge il **90,8%** nel MdA. Tra i mercati esteri, la componente tedesca e austriaca è più marcata sia nel Delta che nelle Terre Fra Adige e Po (solo invertiti). In termini di **argomenti di discussione**, la qualità del personale e delle strutture ricettive rimane il punto di forza trasversale, mentre le attrazioni vengono celebrate per l'alto valore esperienziale, con focus specifici sulle mostre e l'offerta culturale nel cluster rodigino e sulla bellezza paesaggistica nell'area del Delta.

Immagine 15. Provenienza dei visitatori per il territorio dell'OGD Po e suo Delta per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.

Filtra per destinazione (OGD o MdA): Po e suo Delta

Visitatori

Dettaglio di provenienza dei visitatori dell'area selezionata, il livello di sentiment e la quota percentuale di quel mercato sul totale, dal 20/01/2026 al 20/04/2026. Muovi il mouse sulle frecce per visualizzare la variazione rispetto all'anno precedente.

Cerca:

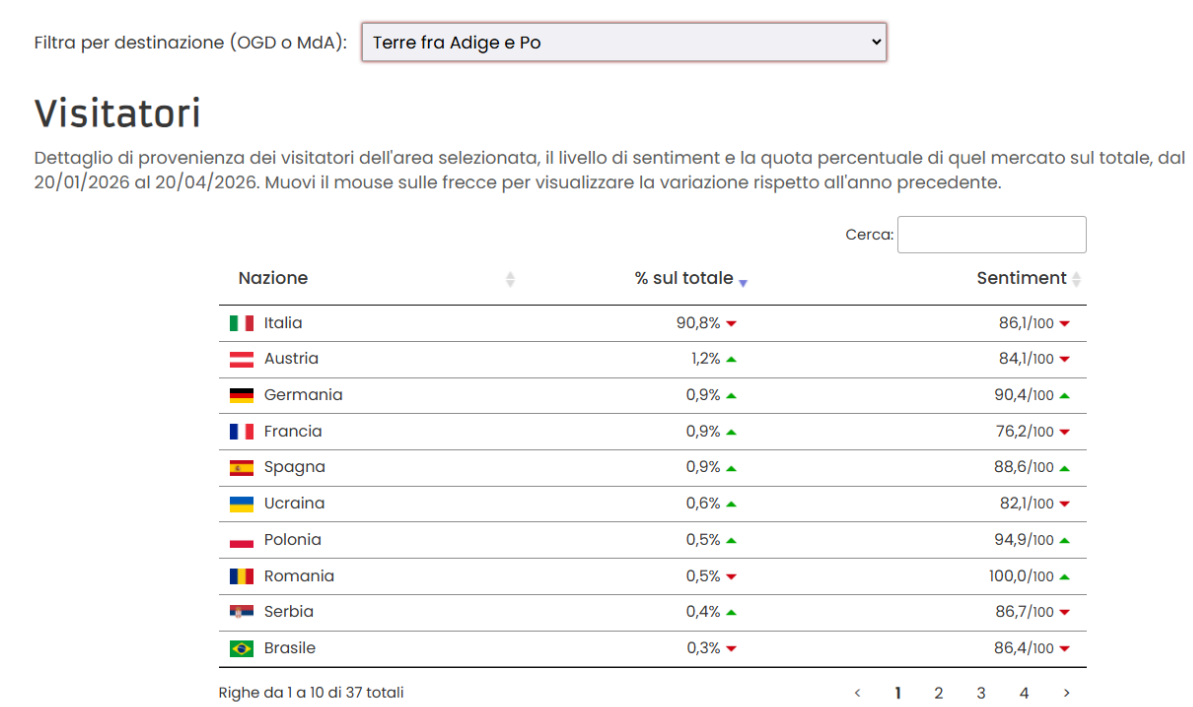
Nazione	% sul totale	Sentiment
 Italia	88,5% ▼	87,9/100 ▼
 Germania	2,7% ▲	83,9/100 ▼
 Austria	1,5% ▲	82,4/100 ▼
 Polonia	0,8% ▲	91,1/100 ▼
 Svizzera	0,7% ▼	97,8/100 ▲
 Repubblica Ceca	0,5% ▲	82,0/100 ▲
 Spagna	0,5% ▲	93,6/100 ▼
 Francia	0,5% ▼	89,5/100 ▼
 Belgio	0,4% ▲	73,6/100 ▼
 Regno Unito	0,4% ▲	91,6/100 ▲

Righe da 1 a 10 di 43 totali

< 1 2 3 4 5 >

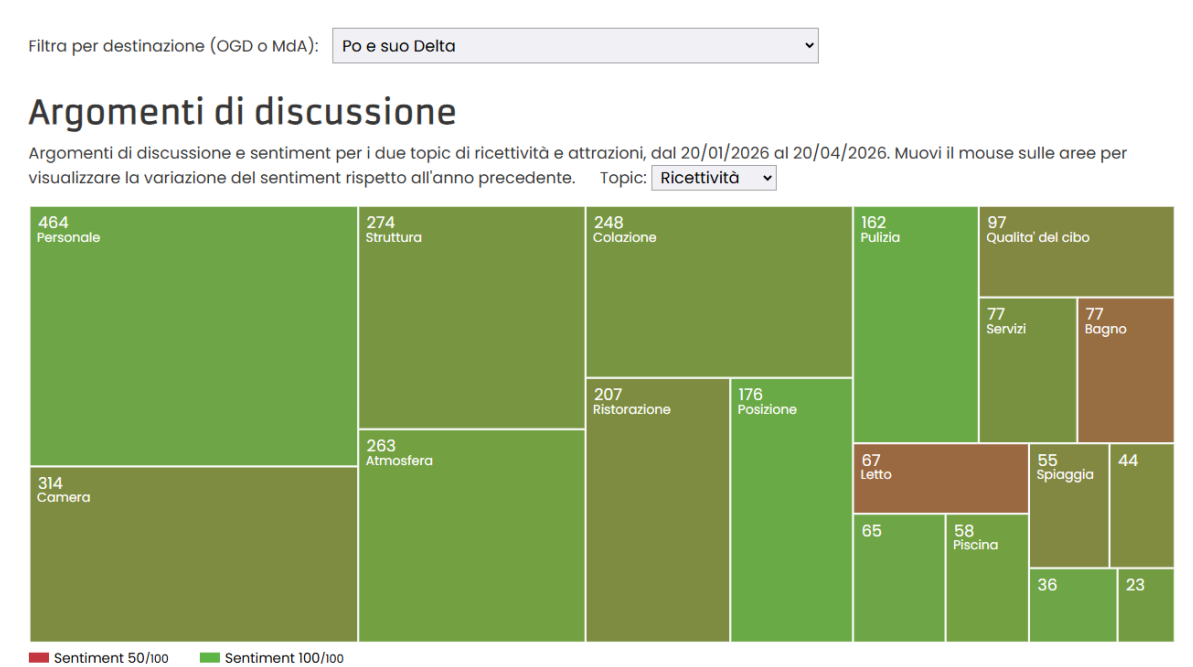
Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Immagine 16. Provenienza dei visitatori per il territorio del MdA Terre fra Adige e Po per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.



Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

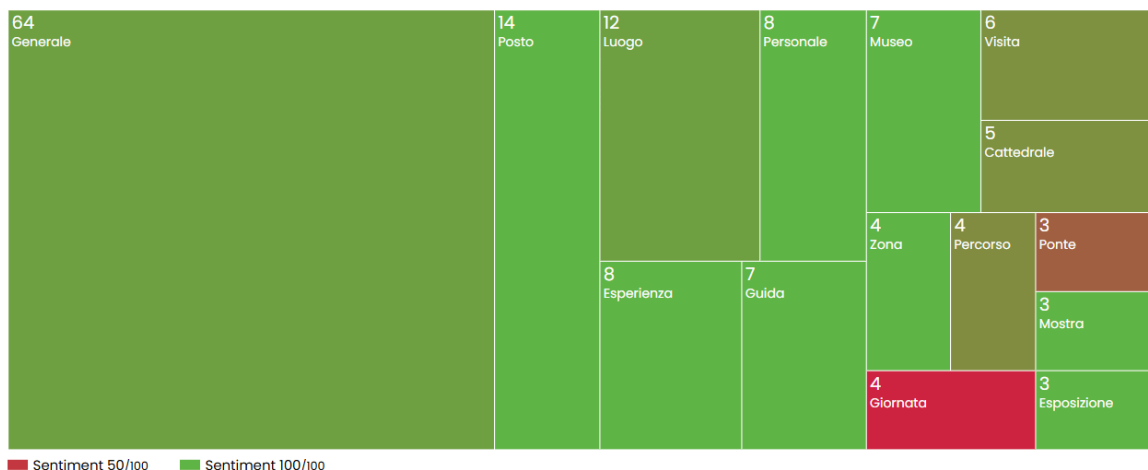
Immagine 17. Principali argomenti di discussione sui temi Ricettività e Attrazioni per il territorio dell'OGD Po e suo Delta per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.



Filtra per destinazione (OGD o MdA): Po e suo Delta

Argomenti di discussione

Argomenti di discussione e sentiment per i due topic di ricettività e attrazioni, dal 20/01/2026 al 20/04/2026. Muovi il mouse sulle aree per visualizzare la variazione del sentiment rispetto all'anno precedente. Topic: Attrazioni



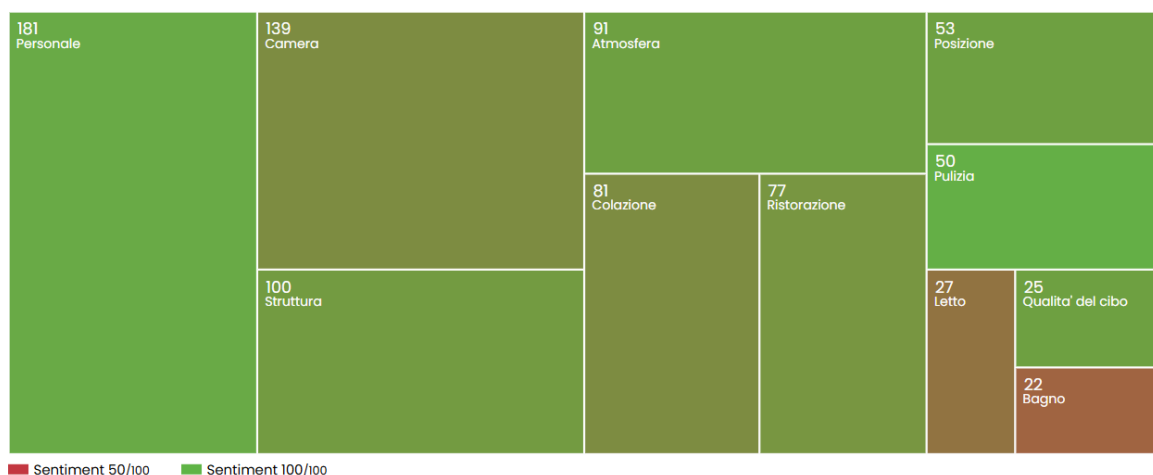
Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

Immagine 18. Principali argomenti di discussione sui temi Ricettività e Attrazioni per il territorio del MdA Terre fra Adige e Po per il periodo 20/01/2026 - 20/04/2026.

Filtra per destinazione (OGD o MdA): Terre fra Adige e Po

Argomenti di discussione

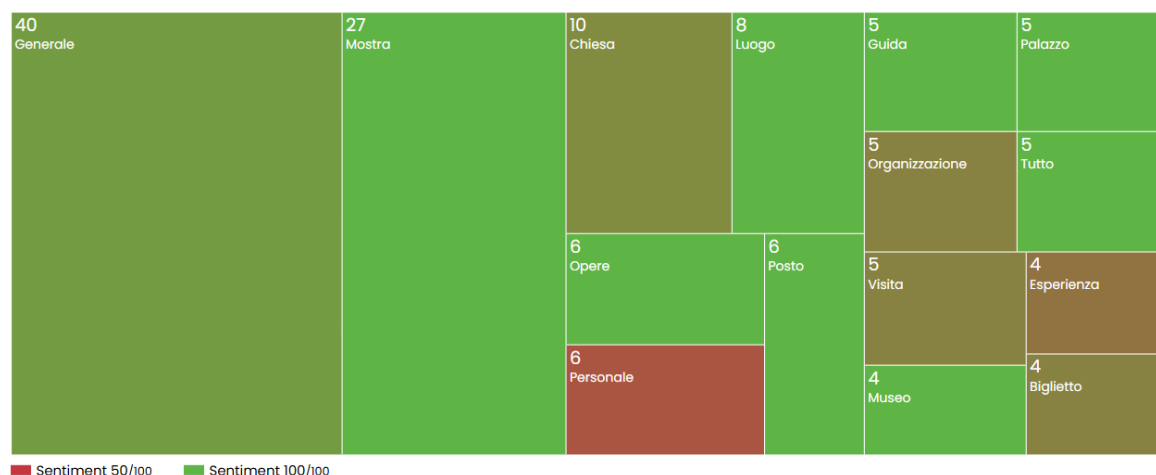
Argomenti di discussione e sentiment per i due topic di ricettività e attrazioni, dal 20/01/2026 al 20/04/2026. Muovi il mouse sulle aree per visualizzare la variazione del sentiment rispetto all'anno precedente. Topic: Ricettività



Filtra per destinazione (OGD o MdA): Terre fra Adige e Po ▼

Argomenti di discussione

Argomenti di discussione e sentiment per i due topic di ricettività e attrazioni, dal 20/01/2026 al 20/04/2026. Muovi il mouse sulle aree per visualizzare la variazione del sentiment rispetto all'anno precedente. Topic: Attrazioni ▼

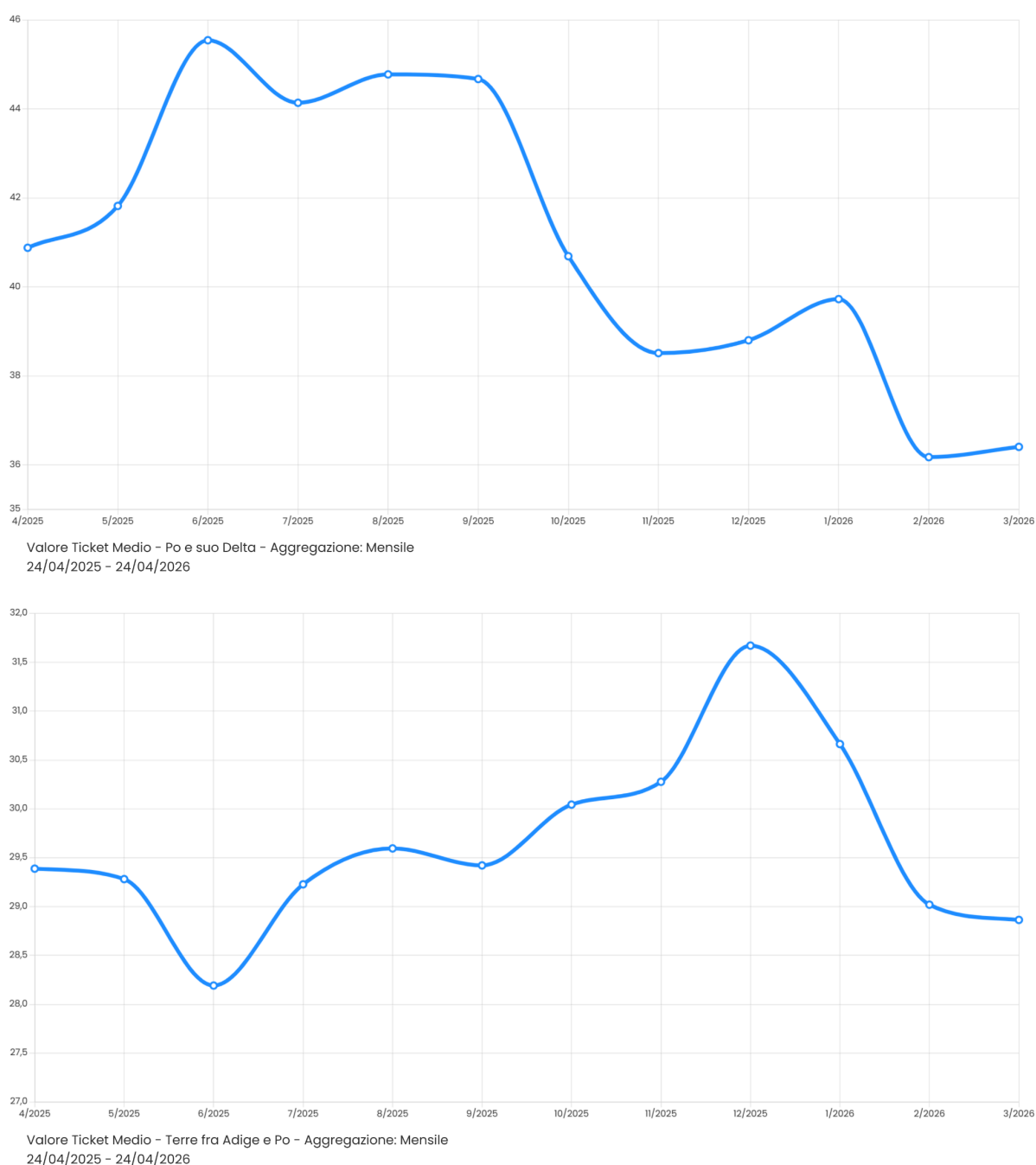


Fonte: elaborazioni dell'OTRF Regione Veneto

4.5. Spesa di turisti ed escursionisti

L'analisi delle spese effettuate con carte del circuito Mastercard permette di monitorare le tendenze dei consumi dei visitatori (italiani non residenti in Veneto e stranieri) nei due ambiti. Per quanto riguarda l'OGD Po e Suo Delta, il valore del ticket medio più alto registrato è di € 40,63 ad agosto, per scendere a 35,16 nel mese di febbraio. È normale notare una marcata stagionalità, anche abbastanza lunga, che va da maggio a settembre e con picco ad agosto, mentre si registrano transazioni mediamente più basse durante la stagione invernale. Il MdA Terre fra Adige e Po presenta invece un ticket medio più basso, pari a € 31,67 per il picco di dicembre. In questo cluster il comportamento è speculare: il valore cala notevolmente in estate (arrivando a € 28,19 a giugno e 29,59 ad agosto) a fronte di una spesa per transazione molto più consistente nei mesi autunnali ed invernali, in particolare da ottobre a gennaio. In entrambi i territori si registra una netta prevalenza della spesa domestica (italiani non residenti): il 66,13% nel Delta e ben l'80,17% nelle Terre fra Adige e Po. In entrambi i casi, l'Emilia-Romagna si conferma il primo mercato per volume di spesa (rispettivamente 40,04% e 42,96%).

Immagine 19. Spesa turistica e valore medio del ticket Po e suo Delta e MdA Terre fra Adige e Po



Fonte: Elaborazioni dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato del Veneto su dati Mastercard

4.6. Capacità ricettiva

L'analisi della ricettività turistica per la provincia di Rovigo, basata sui dati ISTAT 2024, evidenzia una **netta sproporzione tra il comparto alberghiero e quello extra-alberghiero**. Il settore degli esercizi alberghieri conta complessivamente 57 strutture, le quali mettono a disposizione 2.976 posti letto. All'interno di questa macro-categoria, la tipologia più diffusa è rappresentata dagli alberghi a 3 stelle, che sono 35, mentre non risultano presenti hotel a 5 stelle.

Il comparto degli esercizi extra-alberghieri è invece decisamente più esteso e capillare, con un totale di 2.353 strutture che garantiscono la maggior parte della capacità ricettiva provinciale grazie a 27.171 posti letto. Tra le tipologie principali che compongono questo raggruppamento spiccano gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale con 2.215 unità. Seguono i bed & breakfast che sono 73 e gli agriturismi con 53 strutture e, sebbene numericamente ridotti a sole 5 unità, i campeggi e villaggi turistici che però pesano enormemente sul conteggio dei posti letto (13.811). Sommando le due macro-categorie (alberghiero ed extra-alberghiero), **la provincia di Rovigo dispone in totale di 2.410 esercizi ricettivi per un complessivo di 30.147 posti letto.**

La geografia dell'accoglienza vede una **concentrazione massiccia in pochi poli d'attrazione**, con una classifica dei primi 3 comuni guidata in modo schiacciante da **Rosolina**. Questo comune detiene il primato assoluto con 23.163 posti letto, offerti principalmente attraverso 11.339 posti nei campeggi e 10.495 negli alloggi in affitto, oltre a 1.309 posti in alberghi. Al secondo posto si trova **Porto Tolle** con 3.099 posti letto, la cui offerta è trainata dai campeggi con 2.472 posti. **Rovigo** occupa la terza posizione con 843 posti letto totali, caratterizzandosi per una vocazione più alberghiera grazie a 478 posti in hotel (di cui 212 in strutture a 4 stelle) e 250 posti in alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale.

Porto Viro si posiziona al quarto posto con 316 posti letto, seguito da Taglio di Po che ne offre 304. Occhiobello occupa la sesta posizione con 264 posti letto. Adria dispone di 221 posti letto, dove spiccano 140 posti in alberghi a 3 stelle e 49 posti nei bed & breakfast. Gli ultimi tre posti della top 10 sono occupati da Lendinara con 116 posti letto basati principalmente su bed & breakfast, Polesella con 112 posti distribuiti tra hotel e agriturismi, e infine Melara con 109 posti letto, garantiti in larga parte da una struttura alberghiera a 3 stelle e dagli agriturismi.

Tabella 6. Capacità ricettiva dei singoli comuni (top 10 comuni per n. posti letto) relazionata al numero di arrivi e presenze (dati 2025). Fonti: elaborazioni OTRF e dati ISTAT

Comune	Numero letti	Arrivi 2025	Presenze 2025
Rosolina	23.163	137.968	1.014.249
Porto Tolle	3.099	46.894	250.950
Rovigo	843	35.667	80.357
Taglio di Po	409	6.062	17.380
Occhiobello	407	36.133	62.188
Adria	392	8.301	19.010
Porto Viro	316	6.659	15.666
Ariano nel Polesine	176	1.799	6.443
Badia Polesine	127	2.100	8.375
Polesella	124	10.339	17.324

Inoltre, se mettiamo in correlazione tali dati con quelli sul soggiorno medio (*tabella 4*) emergono altre importanti correlazioni e considerazioni. Mentre l'area Terre fra Adige e Po si configura come una destinazione legata al **turismo di affari, di transito o culturale di breve durata**, l'OGD Po e il suo Delta manifesta i tratti tipici di una **destinazione "leisure" stagionale** ad altissimo impatto. La correlazione più evidente emerge osservando il rapporto tra presenze e soggiorno medio. Nell'area delle Terre fra Adige e Po, nonostante una buona capacità ricettiva in centri come Rovigo, il soggiorno medio è molto basso. Questo indica una **correlazione di tipo transitorio**: i visitatori arrivano numerosi ma si fermano per poco tempo, spesso utilizzando le strutture come base logistica per spostamenti lavorativi o per visite brevi e fuggevoli alle ville e ai centri storici. In questo quadrante, il tasso di occupazione dei posti letto è più fluido e meno soggetto ai picchi estremi, garantendo una stabilità che si riflette anche nel sentiment più costante analizzato in precedenza.

Al contrario, nell'area Po e il suo Delta si osserva una correlazione fortissima tra l'**elevata capacità ricettiva e il soggiorno medio prolungato, trainato quasi esclusivamente dai comuni costieri**. In questa zona, la dinamica turistica è dominata da un turista il cui arrivo non è casuale o di passaggio, ma finalizzato alla permanenza prolungata nel Delta o nelle località balneari. Rosolina e Porto Tolle agiscono come veri e propri magneti che assorbono la quasi totalità delle presenze dell'area, creando un effetto di trascinamento anche sui comuni limitrofi che offrono tipologie ricettive complementari come gli agriturismi.

4.7. Tasso di intensità turistica

Il tasso di intensità turistica rappresenta il **rapporto tra le presenze turistiche registrate in un anno e la popolazione residente nel territorio**, esprimendo il numero di giornate di presenza turistica per ogni abitante locale. Questo indicatore è fondamentale per misurare il carico antropico esercitato dai visitatori e valutare quanto il turismo incida socialmente ed economicamente sulla comunità residente. Il tasso di intensità turistica per la provincia di Rovigo nel 2025 risulta pari a 6,75. Questo valore indica che, mediamente, **per ogni cittadino residente in provincia si registrano poco meno di 7 giornate di presenza turistica durante l'anno**. Tuttavia, è importante sottolineare che questo dato provinciale è **una media che nasconde forti disparità interne**: mentre per il capoluogo o i comuni dell'entroterra l'impatto è molto contenuto, per i comuni del Delta del Po il valore reale è drasticamente più alto, segnalando una pressione turistica estremamente concentrata nello spazio e nel tempo. Prendendo come esempio il comune più turistico della Provincia, **Rosolina**, al 2025 il tasso di intensità turistica è circa 24 volte superiore alla media, attestandosi ad un indice di **164,36**.

In sintesi, incrociando i dati su arrivi, presenze, soggiorno medio, capacità ricettiva e popolazione, essi mostrano **una provincia a due velocità**. Da un lato, le Terre fra Adige e Po presentano una dinamica di "turismo diffuso" con una correlazione equilibrata tra residenti e visitatori, dove la capacità ricettiva è distribuita in modo più omogeneo e serve un pubblico variegato. Dall'altro, il Delta del Po mostra una dinamica di "turismo intensivo" dove la capacità ricettiva è concentrata in pochi punti critici che generano volumi di presenze enormi, rischiando di mettere a dura prova la gestione del territorio nei mesi di picco.

5. Implementazione della strategia Smart Tourism ed evoluzione dell'organizzazione turistica

5.1. Governance attuale e futura

L'attuale modello di governance turistica del territorio si articola attraverso una pluralità di organismi che, pur operando in sinergia, presentano oggi perimetri d'azione distinti. La strategia di evoluzione verso una Smart Tourism Destination prevede il superamento di questa segmentazione attraverso un processo di convergenza istituzionale e operativa verso un unico "contenitore" giuridico e strategico su modello delle moderne DMO europee.

Ad oggi, la gestione della destinazione poggia su due pilastri fondamentali:

- **L'Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD) "Po e suo Delta"**: istituita nel 2014 con ente capofila il Parco Regionale Veneto Delta del Po, l'OGD rappresenta il braccio operativo per le funzioni di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione. Il percorso di consolidamento dell'OGD, avviato con il Destination Management Plan del 2015 e rafforzato dai progetti pilota FESR 2014-2020 per l'attivazione del DMS regionale, ha permesso di strutturare un'offerta centrata sul binomio natura-balneare, che oggi genera circa l'85% delle presenze provinciali, con i poli d'attrazione di Rosolina, Porto Tolle e Porto Viro. L'OGD è riconosciuta dalla Regione del Veneto ai sensi della L.R. n. 11/2013
- **Il Marchio d'Area (MdA) "Terre fra Adige e Po"**: costituito nel 2021 come tavolo di coordinamento pubblico-privato, il MdA aggrega 40 enti (di cui 17 Comuni dell'area GAL Adige) con l'obiettivo di valorizzare la destinazione rurale e culturale del Polesine. Sotto il coordinamento di Rovigo Convention & Visitors Bureau e il sostegno di Camera di Commercio e Fondazione Cariparo, il MdA ha operato per trasformare le valenze storiche, artistiche ed enogastronomiche del capoluogo e del territorio fluviale in prodotti turistici strutturati (Cultura, Natura, Enogastronomia, Eventi), complementari all'offerta balneare. Il percorso di costituzione del Marchio d'Area è stato sostenuto dalla Direzione Turismo della Regione del Veneto e compreso nella dashboard regionale dell'osservatorio turistico regionale ma non è riconosciuto come destinazione turistica ai sensi della L.R. n. 11/2013. Per questo è opportuno far evolvere il modello di governance in modo che il marchio d'area sia compreso all'interno di una OGD / DMO preservando le sue specificità strategiche e operative.

Le caratteristiche del territorio turistico della Provincia di Rovigo sono state discusse dall'assemblea dell'OGD, la quale in data 29 maggio 2025 ha dato mandato di costituire la Fondazione di partecipazione "DMO Delta, Po Adige" in modo da partecipare al Bando Smart Tourism Destination. Questo progetto darà la possibilità ai portatori di interesse di agire su tre traiettorie di sviluppo turistico:

- **Integrare le competenze**: far confluire le esperienze dell'OGD e del MdA in un unico soggetto dotato di personalità giuridica e autonomia gestionale.

- **Unificare la strategia:** promuovere in modo organico le destinazioni “Po e suo Delta” e “Terre fra Adige e Po”, superando la logica dei confini amministrativi a favore di una visione di prodotto coerente con il mercato globale.
- **Abilitare la transizione digitale:** agire come unico interlocutore per l’attuazione dell’Azione 1.2.4 del PR Veneto FESR, garantendo l’interoperabilità dei dati e l’adozione sistematica del DMS regionale su tutta la provincia.

L’integrazione del Marchio d’Area all’interno di un’unica destinazione organizzata (DMO) garantisce che la strategia di Smart Tourism Destination non sia limitata al solo distretto costiero, ma diventi il volano per lo sviluppo digitale e sostenibile di tutti i comuni del Polesine, assicurando una visibilità unitaria all’intero Ecosistema Digitale Veneto.

Nelle figure che seguono si illustra il modello di governance attuale e quello possibile per avvicinarsi ai modelli delle DMO moderne.

Immagine 20. Diagramma riassuntivo governance attuale della OGD Po, del soggetto attuatore del progetto Smart Tourism Destination e del coinvolgimento del Marchio d’Area Terre fra Adige e Po

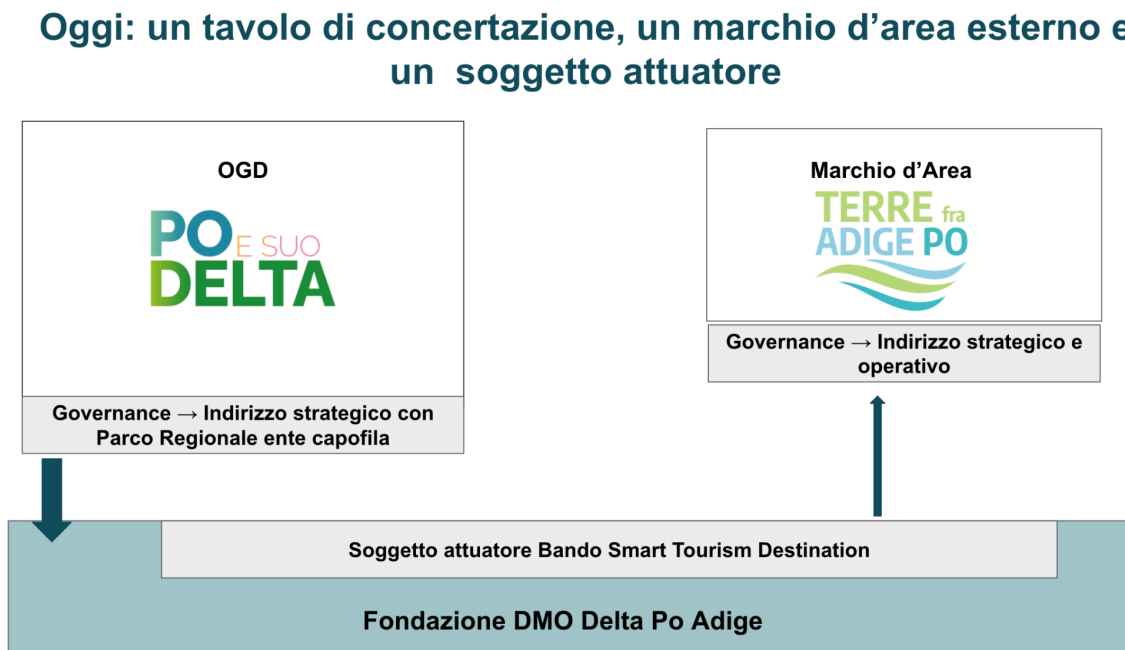


Immagine 21. Diagramma riassuntivo governance futura dell'Organizzazione turistica secondo uno schema di DMO con Marchio d'Area integrato

Domani: una Destinazione (DMO) con un Marchio d'Area integrato



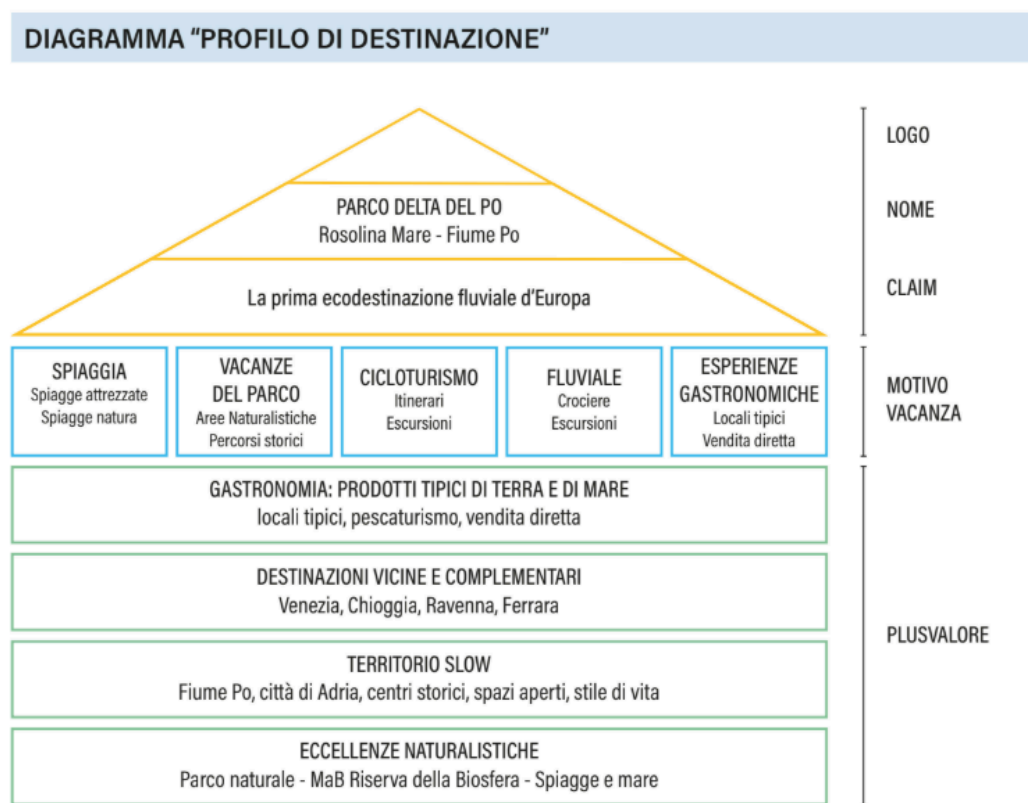
Questi schemi di governance sono utili per progettare l'architettura digitale dell'organizzazione turistica, il cui quadro è riassunto nella relazione tecnica presentata nell'azione 2 del Piano esecutivo.

5.2. Le linee di prodotto

Le linee di prodotto identificate dall'OGD e dal MdA risultano ben definite. Per l'ambito OGD "Po e suo Delta" si riscontrano: turismo balneare, naturalistico, fluviale, cicloturismo ed enogastronomia. Per l'ambito MdA "Terre fra Adige e Po" si individuano: natura, cultura, enogastronomia ed eventi. Si evidenzia una **corrispondenza tra alcune linee di prodotto** chiave, come l'enogastronomia e il turismo naturalistico, e, soprattutto, una **forte complementarità tra i due ambiti**. Tale sinergia, attraverso l'unificazione in un'unica destinazione, permette di generare un'offerta complessa e articolata di prodotti turistici.

Di seguito vengono illustrati i tematismi appena citati e relativi prodotti così come presentati nei rispettivi piani strategici di destinazione. Infine, una tabella riepilogativa mette insieme i tematismi e prodotti delle due destinazioni mostrando l'offerta turistica della destinazione "estesa" specificando tematismo, prodotti esistenti e ambito/i di riferimento.

Immagine 22. Diagramma Profilo della Destinazione Po e suo Delta con evidenziati i tematismi e le linee di prodotto



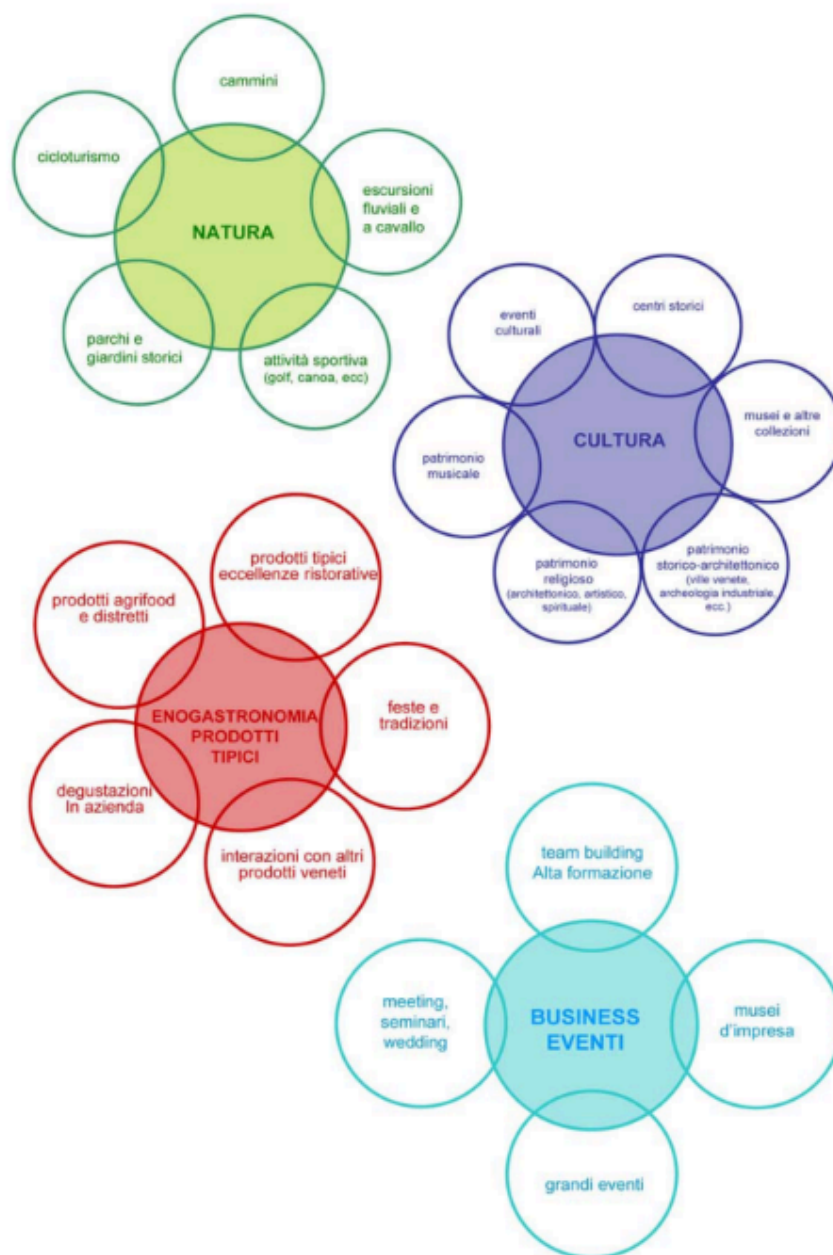
Fonte: Piano di start up per l'Organizzazione di Gestione della Destinazione Po e il suo Delta, 2020

Immagine 23. I tematismi e relativi prodotti leader e base per la destinazione Po e il suo Delta

Temi	Prodotto Leader	Prodotto Base
Spiaggia	Open air Holiday	Spiaggia attrezzata
Parco del Delta Holiday	Camp Natura	Visite guidate
Cicloturismo	Via delle Valli – Bici e barca nel Delta	Viaggi in bicicletta, escursioni giornaliere
Turismo fluviale	Vivi il Grande Delta escursioni personalizzate con imbarcazioni sostenibili	Crociere fluviali sul grande fiume
Enogastronomia	Pescaturismo Esperienze gastronomiche in locali della tradizione	Esperienze in ristoranti e locali tipici di qualità

Fonte: Piano di start up per l'Organizzazione di Gestione della Destinazione Po e il suo Delta, 2020

Immagine 24. I tematismi e i relativi prodotti per la destinazione Terre fra Adige e Po



Fonte: Piano strategico Marchio d'Area "Terre fra Adige e Po" 2020-2025

Tabella 7. Riepilogo dei tematismi e prodotti dei due ambiti OGD e MdA

Tematismo	Prodotto/i	Ambito/i
Balneare	Spiaggia attrezzata Spiaggia natura Open air holiday	Po e suo Delta
Vacanze nel Parco / natura	Percorsi naturalistici Percorsi archeologici Percorsi storici ed etnografici Camp natura Cammini Escursioni a cavallo Attività sportiva (golf, canoa) Parchi e giardini storici	Po e suo Delta & Terre fra Adige e Po
Cicloturismo leisure	Viaggi in bicicletta Escursioni in bicicletta Escursioni personalizzate: bici barca, bici natura, bici enogastronomia	Po e suo Delta
Turismo fluviale	Crociere fluviali Escursioni mezza giornata e giornaliera	Po e suo Delta & Terre fra Adige e Po
Turismo gastronomico	Locali tipici Prodotti tipici Eccellenze ristorative Pesca turismo Mercati contadini e mercati ittici, vendita diretta Prodotti agrifood e distretti Feste e tradizioni Interazioni con altri prodotti veneti Degustazioni in azienda	Po e suo Delta & Terre fra Adige e Po
Culturale	Eventi culturali Centri storici Musei e altre collezioni Patrimonio storico-architettonico Patrimonio religioso Patrimonio musicale	Terre fra Adige e Po
Business & eventi	Team building alta formazione Musei d'impresa Grandi eventi Meeting, seminari, wedding	Terre fra Adige e Po

6. Azioni per l'attuazione del piano

Il progetto "Delta Po Adige Smart Destination" si articola **in due fasi**: una preliminare, conclusasi con la scrittura del presente piano e con l'attività di potenziamento e diffusione dell'uso del DMS, e una operativa che comprende le azioni descritte in maniera analitica nelle seguenti tabelle. Il presente capitolo riassume le azioni di progetto in schede analitiche.

Ciascuna tabella esplicita: gli obiettivi specifici dell'azione; le attività previste dalla singola azione; i risultati attesi o target di risultato e la tipologia di intervento. Vengono inoltre indicati il costo (con l'indicazione della percentuale di costo sul progetto); indicazioni sulle competenze e tipologia del potenziale fornitore, e le tempistiche previste per il raggiungimento dell'obiettivo. La tabella precisa inoltre la sinergia con altre azioni del piano; la sinergia con PR Veneto FESR 2021 - 2027, priorità 5, obiettivo strategico 5.2, azione 5.2; il soggetto capofila e gli altri soggetti coinvolti operativamente nelle attività.

Le azioni sono numerate seguendo lo schema della relazione tecnica redatta in fase di presentazione della domanda (vedasi il capitolo introduttivo del presente Piano per chiarimenti). La prima scheda riepiloga l'azione di diffusione e integrazione moduli DMS compresa nella Fase A del progetto.

Azione 2: Integrazioni moduli DMS

Obiettivo specifico	Ottimizzare l'uso del DMS regionale così da attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità e all'accessibilità.
Attività	- Analisi dei siti internet al fine di orientare il turista verso due portali complementari: uno funzionale al turismo balneare - natura e uno funzionale al turismo leisure - rurale. - Miglioramento e adeguamento del WebService nel sito di destinazione e negli altri strumenti digitali ad esso collegati (app, social e sito tematico). - Integrazione del TOSC nei siti dei soggetti partner di progetto. - Potenziamento uso del DMS presso le strutture ricettive attraverso: il popolamento dei dati e informazioni riguardanti le strutture ricettive con particolare riferimento agli hotel; la diffusione del TOSC o del WebService presso le strutture ricettive con la finalità di diffondere le informazioni e predisporre l'attivazione delle funzioni di commercializzazione da svolgersi nella fase 2.
Risultati attesi / Target di risultato	- Aggiornamento sito di destinazione: nuovo WebService per eventi e POI - Integrazioni DMS: popolamento dati DMS con le imprese turistiche mancanti - Predisposizione attività di promo-commercializzazione dell'offerta di destinazione attraverso DMS. Dalla rilevazione compiuta nel mese di 06/25 risultano i seguenti dati. Strutture totali presenti in anagrafica: 257, strutture ricettive abilitate alla

	vendita nei canali DMS:95, Servizi di vendita attivi abilitati alla vendita on line 176. Percentuale di completamento dati: 32,48%. - Al termine della prima fase i risultati attesi sono: completamento dati pari al 50% delle strutture e diffusione del TOSC in 20 siti pubblici. Un'attenzione particolare verrà posta al territorio non compreso dalla strategia delle aree interne.
Tipologia di intervento	Acquisto di servizi esterni
Costo	€ 14.000 (7% del budget di progetto)
Descrizione fornitore	Web agency con esperienza nella progettazione di siti internet turistici e con personale formato nell'uso del DMS nei siti di destinazione turistica
Tempistiche	Analisi dell'architettura digitale: aprile 2026 Analisi dell'uso del DMS in destinazione: aprile 2026 Diffusione e integrazione di almeno 20 moduli DMS : maggio 2026
Sinergia altre azioni del piano	L'azione 2 è preliminare rispetto all'azione 5.2 del progetto.
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" prevede un'azione di potenziamento dell'uso del DMS (AZIONE 5: Integrazioni moduli DMS e adeguamento strategia digitale collegata)
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po Camera di Commercio di Rovigo (Marchio d'Area) Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 3: Attività di business intelligence

Obiettivi specifici	Miglioramento dell'uso del DMS regionale al fine di attivare modelli di business orientati ad approcci data-driven, all'innovazione, alla sostenibilità nel turismo e all'accessibilità.
Attività	Chiarire la strategia digitale di destinazione in maniera che sia riconoscibile per turisti e operatori, specificando - un sito per la destinazione balneare - un sito per la destinazione rurale e città d'arte - siti di hotspot turistici (Rosolina, Porto Tolle) redirect al sito di destinazione - sito del Parco Regionale Veneto del Delta del Po - sito istituzionale per la Fondazione con una sezione dedicata agli operatori dove attivare la dashboard con elaborazione dei dati OTRF. Tutti questi siti avranno un unico DMS, il cui uso sarà implementato per rafforzare la governance e massimizzare le funzionalità dello strumento.
Risultati attesi / Target di risultato	- Strategia di comunicazione sul web chiara per il turista e condivisa dagli operatori turistici locali - Creazione del sito della Fondazione con una sezione dedicata ad operatori dove visualizzare la dashboard con dati relativi a flussi turistici, web reputation, capacità di spesa, di provenienza OTRF - Grazie alla dashboard per operatori e decisori pubblici basare la pianificazione turistica con approccio data-driven - Data set raccolti nella dashboard: analisi dei flussi nel sito di destinazione e nei siti internet ad esso collegato, analisi del turismo balneare con la raccolta dei dati su accesso alle spiagge e traffico veicolare raccolti grazie al funzionamento delle smart camera già installate nei comuni di Rosolina e Porto Tolle.
Tipologia di intervento	Acquisti di servizi esterni
Costo	€ 40.000 (20% del budget di progetto)
Descrizione fornitore	Società di consulenza informatica esperta nella progettazione di dashboard turistiche con capacità statistiche, capacità grafiche e esperienza turistica
Tempistiche	Da settembre 2026 a febbraio 2027.

Sinergia azioni	altre	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 2: Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive Azione 4: Attività sicurezza privacy sito di destinazione Azione 5.1: Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 7: Integrazione Veneto Card Azione 8: Attività di assistenza alle imprese Azione 9: Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2		Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" prevede un'azione di potenziamento dell'uso del DMS (AZIONE 5.3 Acquisto servizi utili per attività di business intelligence e turismo digitale con utilizzo ICT, con attività coerente e complementare rispetto ai servizi offerti dall'Osservatorio Turistico Regionale Federato).
Soggetto Capofila		Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri coinvolti	soggetti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 4: Attività di sicurezza e privacy del sito di destinazione

Obiettivo specifico	Miglioramento l'uso del DMS regionale al fine di attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità nel turismo e all'accessibilità.
Attività	Adeguamento del sito di destinazione rispetto alle esigenze in termini di sicurezza, accessibilità e fruibilità. L'azione permetterà di migliorare il sito di destinazione, il quale sarà aggiornato nelle misure di sicurezza, bloccando i protocolli obsoleti e aggiornare la conformità alla normativa vigente in termini di privacy e cookie policy.
Risultati attesi / Target di risultato	- Miglioramento dell'architettura del sito di destinazione e relativo posizionamento nei motori di ricerca. - Utilizzo di un hosting cloud di server farm italiana certificata ISO e ACN. - Conformità alla normativa vigente in termini di privacy e cookie policy, incluso il modulo per il consenso al tracciamento dei dati di navigazione.
Tipologia di intervento	Acquisto di servizi esterni
Costo	€ 20.500 (10,25% del budget di progetto)
Descrizione fornitore	Società di consulenza informatica esperta nella progettazione di siti internet nel turismo.
Tempistiche	Da settembre 2026 a febbraio 2027
Sinergia con altre azioni	Azione 1: Redazione e gestione del piano esecutivo STD Azione 2: Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive Azione 3: Attività business intelligence Azione 5.1 Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno Azione 5.2: Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 7: Integrazione Veneto Card Azione 8: Attività di assistenza alle imprese Azione 9. Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Sinergia con PR VENETO FESR	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" non prevede un'azione di

2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	adeguamento del sito di destinazione per sicurezza e accessibilità
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 5: Acquisto di beni e servizi per un turismo digitale, accessibile e sostenibile

5.1 Acquisto e diffusione licenza utilizzo software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno

Obiettivo specifico	Rafforzare la governance della destinazione attraverso la progettazione del soggetto giuridico e favorendo l'investimento sul capitale umano per migliorare l'organizzazione turistica.
Attività	Acquisto licenza d'uso, diffusione e formazione di un software innovativo per la gestione smart dell'imposta di soggiorno. Questo consentirà i seguenti servizi: - Fornitura della piattaforma alle Pubbliche Amministrazioni e alle imprese ricettive - Fornitura sistema automatico per gli adempimenti e garanzia che tutto il processo di riscossione avverrà in modo snello e semplice - Monitoraggio della conformità degli annunci e identificazione automatica delle strutture non censite - Offerta delle procedure di controllo per l'Ente totalmente automatizzate tramite algoritmi in real time e accesso multi livello per la Pubblica Amministrazione con reparti e ruoli suddivisi per competenze - Sistema di rilevamento del livello di gradimento dei servizi turistici riscontrati da ciascun turista e risposta con azioni correttive mirate - Condivisione dei dati nella dashboard del sito di destinazione (azione 3) - Emissione delle ricevute di pagamento per la tassa di soggiorno vengono inviate digitalmente dal Comune al turista
Risultati attesi / Target di risultato	- Acquisto licenza d'uso di un software per la gestione dell'imposta di soggiorno e la regolamentazione del comparto turistico locale - Sistema di monitoraggio della diffusione delle locazioni turistiche e contrasto all'abusivismo - Diffusione omogenea dell'imposta di soggiorno nei territori della destinazione in grado di supportare la gestione - Garanzia di finanziamento per l'evoluzione dell'organizzazione turistica - Miglioramento dei rapporti tra imprese e pubblica amministrazione - Organizzazione di 4 giornate di formazione per amministratori,

		tecnici comunali, imprenditori, dipendenti e tecnici delle associazioni di categoria
Tipologia di intervento	di	Acquisto di servizi esterni
Costo		€ 20.000 (10% del budget di progetto)
Descrizione fornitore		Azienda specializzata nella fornitura di software innovativi per la gestione della riscossione dell'imposta di soggiorno
Tempistiche		Da gennaio a settembre 2027 individuazione fornitore e introduzione regolamento per l'imposta. Uso della licenza come fase di start up per la durata del progetto.
Sinergia azioni	altre	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 3: Attività business intelligence Azione 4: Attività sicurezza privacy sito di destinazione Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 8: Attività di assistenza alle imprese
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2		Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" non prevede un'azione che consenta l'acquisto della licenza d'uso per l'introduzione e gestione smart dell'imposta di soggiorno.
Soggetto Capofila		Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti		Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Provincia di Rovigo. Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

5.2 Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive

Obiettivo specifico	Miglioramento l'uso del DMS regionale al fine di attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità nel turismo e all'accessibilità.
Attività	L'integrazione del Sistema di Gestione della Destinazione (DMS) nei siti degli enti pubblici, dei consorzi turistici e delle strutture ricettive è fondamentale per offrire un'esperienza turistica completa, fluida e personalizzata. Attraverso una gestione efficiente delle informazioni, si vuole massimizzare il potenziale della destinazione, facilitare la programmazione del viaggio del visitatore, migliorare l'esperienza di visita e fidelizzarlo. Per questa ragione l'azione intende: - Perfezionare l'uso del DMS e i TOSC nei siti degli enti coinvolti nella fase 1. - Attivare il DMS - TOSC / webservice nei siti delle strutture ricettive, in step successivi, dalle più attive alle meno strutturate - Rendere il sito di destinazione, l'applicazione e i social connessi sempre più accessibili, secondo il concetto turistico "design for all e universal design" - Rendere il sito e l'applicazione più facilmente comprensibile per i turisti stranieri, migliorando le traduzioni, in numero e qualità. - Accademy per gli operatori coinvolti per garantire che siano ben preparati a fornire informazioni accurate, utili ai visitatori includendo conoscenze specifiche sui POI e gli eventi.
Risultati attesi / Target di risultato	- Creazione di un ambiente turistico più attraente, accogliente, accessibile e sostenibile che soddisfi le esigenze e le aspettative dei visitatori, preservando e promuovendo al contempo le risorse culturali, storiche e naturali della destinazione. - Upgrade della qualità della destinazione dove le informazioni sugli eventi e POI sono uniformemente condivise per offrire un'esperienza turistica altamente personalizzata. - Attraverso raccomandazioni mirate, suggerimenti e offerte speciali, attivazione di esperienze che meglio soddisfino le esigenze e i desideri specifici di ogni visitatore. - Raggiungimento di livelli ottimali di accessibilità negli strumenti di comunicazione digitale della destinazione.
Tipologia di intervento	Servizi esterni

Costo	€ 26.000 (13% del budget di progetto)
Descrizione fornitore	Società di consulenza informatica esperta nella progettazione di siti internet nel turismo.
Tempistiche	Da settembre 2026 a luglio 2027
Sinergia altre azioni	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 2: Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive Azione 3: Attività business intelligence Azione 4: Attività sicurezza privacy sito di destinazione Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 7: Integrazione Veneto Card Azione 8: Attività di assistenza alle imprese Azione 9: Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" prevede un'azione di potenziamento dell'uso del DMS (AZIONE 5: Integrazioni moduli DMS e adeguamento strategia digitale collegata).
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Associazioni di categoria socie dell'OGD, Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 6: Attività di assistenza e consulenza per il modello di gestione e per l'attività di promo-commercializzazione online

Obiettivi specifici	Rafforzare la governance della destinazione attraverso la progettazione del soggetto giuridico e favorendo l'investimento sul capitale umano per migliorare l'organizzazione turistica. Miglioramento l'uso del DMS regionale al fine di attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità nel turismo e all'accessibilità.
Attività	Consulenza per modello gestionale della DMO e per l'attività di promo-commercializzazione on line. L'azione è sinergica rispetto l'attività di affiancamento tecnico favorito dalla Direzione Turismo del Veneto grazie all'azione della Camera di Commercio di Venezia Rovigo. L'azione si divide in due parti: giuridico-organizzativa e giuridico-commerciale. La prima valorizzerà le analisi condotte dallo "Studio Sala" e da "Bologna Welcome" per conto della Regione Veneto per calare nella realtà dell'OGD "Po e suo Delta" tutti gli aspetti procedurali funzionali all'avvio del soggetto giuridico in grado di esercitare la governance turistica di territorio e le funzioni operative proprie del <i>destination management</i> e <i>destination marketing</i>. L'assistenza e la consulenza richiesta verterà su: regolamento, funzionigramma, garanzia di finanziamento, contratti di lavoro, procedure per bandi di selezione del personale. Tale attività si rende necessaria viste le caratteristiche peculiari di questa OGD, molto vasta, e che vede il coinvolgimento di numerosi enti pubblici e la presenza del Marchio d'Area "Terre fra Adige e Po". La seconda parte (giuridico-commerciale) si occuperà di affiancare gli operatori pubblici e privati nell'interpretare correttamente la direttiva pacchetti per la vendita dei prodotti turistici attraverso i canali digitali come il DMS.
Risultati attesi / Target di risultato	- Documentazione tecnico-giuridica utile alla Pubblica Amministrazione per il riconoscimento del nuovo soggetto giuridico per il turismo. - Documentazione tecnico turistica specifica per la strutturazione della DMO secondo i riferimenti turistici delle STD. - Avvio del nuovo soggetto giuridico per il turismo (DMO) nella seconda fase del progetto. - Strumenti tecnico-giuridici e procedure semplificate per lo sviluppo di nuove forme di commercializzazione dell'offerta turistica di destinazione.
Tipologia di intervento	Consulenze specialistiche

Costo	€ 12.000 - 6% del budget di progetto
Descrizione fornitore	Professionisti nel turismo con lunga esperienza nella gestione di aspetti giuridici e amministrativi legati al turismo. Conoscenza del DMS regionale. Conoscenza dell'organizzazione turistica delle DMO
Tempistiche	L'attività avrà inizio da giugno 2026 ad agosto 2027
Sinergia azioni altre	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 3: Attività business intelligence Azione 4: Attività sicurezza privacy sito di destinazione Azione 5.1 Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno Azione 5.2: Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 7: Integrazione Veneto Card Azione 8: Attività di assistenza alle imprese Azione 9: Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" prevede un'azione complementare di consulenza per potenziare l'organizzazione turistica. Azione 2: Attività di affiancamento tecnico turistico senior con focus su del modello organizzativo e funzionigramma
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Provincia di Rovigo. Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 7: Integrazioni Veneto My Card

Obiettivi specifici	Ottimizzare l'uso del DMS regionale così da attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità e all'accessibilità. Sperimentare / Promuovere soluzioni innovative basate sul ICT volte a favorire il turismo sostenibile e accessibile al fine di migliorare l'accessibilità ai prodotti e servizi nell'ambito dell'ospitalità e del turismo rendendo l'esperienza turistica più inclusiva e rispettosa dell'ambiente
Attività	- Potenziare la Veneto My Card attraverso l'inserimento di alcuni prodotti e servizi turistici tra i più rappresentativi e attrattivi delle destinazioni "Po e suo Delta" e "Terre fra Adige e Po" - Attivare iniziative di promozione, distribuzione e commercializzazione di prodotto attraverso la Veneto My Card. - Espandere l'offerta della Card includendo nuove attrazioni, esperienze e servizi capaci di stimolare l'interesse dei visitatori per la destinazione. - Avviare campagne pubblicitarie mirate sui social media verso il pubblico target in grado di migliorare le performance di vendita attraverso il DMS.
Risultati attesi / Target di risultato	- Miglioramento della messa a sistema dei principali attrattori della destinazione che danno vita ai prodotti turistici da inserire nella Veneto My Card. - Coinvolgimento degli operatori che offrono escursioni alla scoperta della destinazione - Coinvolgimento delle aziende pubbliche fornitrici di servizi per turisti all'interno della destinazione - Sinergia con Regione Veneto per attivare campagne informative e promozionali per diffondere l'uso dello strumento - Sistema di monitoraggio dell'uso della Card da parte dei turisti - Contribuire a promuovere e sviluppare il turismo nella destinazione e della Regione, migliorare l'esperienza complessiva del visitatore con vantaggi tangibili e nel contempo valorizzare e diffondere la fruibilità delle attrazioni e i servizi offerti dalla Card.
Tipologia di intervento	Consulenze specialistiche
Costo	€ 10.000 (5% del budget di progetto)

Descrizione fornitore	Società specializzata in servizi per il turismo digitale e culturale, con esperienza nella progettazione, gestione e commercializzazione delle card turistiche. Personale formato nell'utilizzo del DMS regionale
Tempistiche	L'attività avrà inizio da settembre 2026 a luglio 2027.
Sinergia azioni altre	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 3: Attività business intelligence Azione 5.2: Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 8: Attività di assistenza alle imprese Azione 9: Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" non prevede il potenziamento e l'integrazione dell'offerta dei prodotti turistici di destinazione nella Veneto My Card.
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 8: Attività di assistenza alle imprese

Obiettivi specifici	Rafforzare la governance della destinazione attraverso la definizione del soggetto giuridico in cui far transitare l'OGD e favorire l'investimento sul capitale umano per migliorare l'organizzazione in ottica turistica. Ottimizzare l'uso del DMS regionale così da attivare modelli di business orientati all'innovazione, alla sostenibilità e all'accessibilità. Sperimentare e promuovere soluzioni innovative basate sul ICT volte a favorire il turismo sostenibile e accessibile al fine di migliorare l'accessibilità ai prodotti e servizi nell'ambito dell'ospitalità e del turismo rendendo l'esperienza turistica più inclusiva e rispettosa dell'ambiente
Attività	Avvio di un'attività di <i>web angel</i> per le imprese della ricettività e dei servizi attivi in destinazione per la diffusione della strategia espressa nel Piano Esecutivo e utilizzo del DMS anche presso le imprese private della destinazione.
Risultati attesi / Target di risultato	- Attivazione di uno o più professionisti del turismo a servizio delle imprese della destinazione per la diffusione della strategia del Piano Esecutivo - Diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno (azione 5.1) - Diffusione dei risultati della consulenza tecnico giuridica agli enti pubblici e alle imprese private (azione 6) - Inserimento completo di foto e testi promozionali delle strutture ricettive in DMS - Attivazione delle funzioni di promo-commercializzazione (<i>Booking e Dynamic packaging</i>) nelle imprese turistiche - Diffusione delle innovazioni tecnologiche diverse dal DMS presso operatori pubblici e privati della destinazione (azione 9)
Tipologia di intervento	Consulenze specialistiche
Costo	€ 20.000 (10% del budget di progetto)
Descrizione fornitore	Uno o più professionisti del turismo con esperienza nel funzionamento del DMS regionale, della commercializzazione del prodotto turistico con strumenti digitali, conoscenza della destinazione e della gestione delle strutture ricettive.
Tempistiche	L'attività avrà inizio da settembre 2026 a luglio 2027.
Sinergia con altre azioni	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 3: Attività business intelligence

	Azione 5.1 Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno Azione 5.2: Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 7: Integrazione Veneto Card Azione 9: Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" prevede un'azione complementare di consulenza per potenziare l'organizzazione turistica. Azione 6 sostiene l'individuazione di <i>Web angel</i> per la diffusione della strategia digitale nell'area del Delta del Po. L'azione 8 del progetto permetterà di estendere il servizio ai territori dell'OGD e del Marchio d'Area che non beneficiano della strategia delle aree interne.
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 9: Utilizzo delle ICT per rendere più semplice la fruizione dei servizi di destinazione

Obiettivo specifico	Sperimentare / Promuovere soluzioni innovative basate sul ICT volte a favorire il turismo sostenibile e accessibile al fine di migliorare l'accessibilità ai prodotti e servizi nell'ambito dell'ospitalità e del turismo rendendo l'esperienza turistica più inclusiva e rispettosa dell'ambiente.
Attività	Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione per avviare un approccio proattivo all'innovazione e all'adozione di nuove tecnologie a supporto delle attività di info-accoglienza e promozione degli Uffici IAT, infopoint, strutture ricettive, URP locali attraverso: - Assistenti virtuali basati su IA ed esercitate sui dati disponibili nel DMS della destinazione locale/regione di eventi e POI per facilitare il lavoro di informazioni dell'operatore non-IAT al turista. - Strumenti di AI per generare contenuti grafici e di testo per il DMS. Ad esempio per scrivere descrizioni di eventi, servizi e altre informazioni, mentre i modelli di generazione di immagini possono essere utilizzati per creare immagini pertinenti ampliando e rendendo più omogenei i contenuti disponibili sul DMS/TOSC. - Traduzione automatica dei testi ove l'operatore non ne abbia le capacità/ conoscenze per raggiungere i più diversi tipi di pubblico. - Potenziamento delle funzioni dell'applicazione di destinazione connessa al portale con funzionalità in grado di aumentare la conoscenza e l'accessibilità dell'esperienza di visita del territorio
Risultati attesi / Target di risultato	- Utilizzo di ICT fruibili per i turisti e perfettamente integrabili con il DMS regionale. - Potenziamento delle funzionalità di accoglienza e promozione del DMS - Ottimizzazione del servizio di info-accoglienza e promozione turistica, contribuendo a migliorare l'esperienza del visitatore, aumentare l'efficienza operativa e promuovere la destinazione in modo più efficace a target di pubblico a volte non raggiungibile per questioni legate alla lingua. - Potenziamento dell'applicazione turistica in fase di pubblicazione pensata per rendere più accessibile e immersiva la visita e la scoperta del territorio
Tipologia di	Acquisto di servizi esterni

intervento	
Costo	€ 10.000 (5% del budget di progetto)
Descrizione fornitore	Società specializzata in servizi per il turismo digitale con esperienza nella progettazione, gestione e commercializzazione di servizi ICT innovativi applicabili a siti internet e applicazioni. Personale formato nell'utilizzo del DMS regionale
Tempistiche	L'attività avrà inizio da luglio 2026 a luglio 2027.
Sinergia azioni	altre Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 2: Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive Azione 3: Attività business intelligence Azione 4: Attività sicurezza privacy sito di destinazione Azione 5.2: Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 8: Attività di assistenza alle imprese
Sinergia con PR VENETO FESR 2021 - 2027, Priorità 5, Obiettivo Strategico 5.2, Azione 5.2	Il progetto "Destinazione Veneto Delta Po" non prevede un'azione per sperimentare diffondere l'uso dell'intelligenza artificiale a servizio delle attività di info-accoglienza e promozione.
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri coinvolti	soggetti Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Azione 10: Spese generali

Obiettivo specifico	Rafforzare la governance della destinazione attraverso la definizione del soggetto giuridico in cui far transitare l'OGD e favorire l'investimento sul capitale umano per migliorare l'organizzazione in ottica turistica.
Attività	Il progetto si chiude con l'azione funzionale alla copertura dei costi amministrativi e gestionali delle diverse attività operative.
Risultati attesi / Target di risultato	- Attivazione e sviluppo di tutte le azioni programmate - Rendicontazione corretta del progetto
Tipologia di intervento	Spese generali
Costo	€ 13.055 (6,75% del budget di progetto, esito del 7% delle spese delle azioni precedenti)
Descrizione fornitore	Le spese generali sono funzionali all'evoluzione del modello operativo della OGD verso una DMO orientata al modello delle STD.
Tempistiche	24 mesi dall'approvazione del progetto e la conseguente ammissione del sostegno economico.
Sinergia con altre azioni	Azione 1: Redazione gestione del piano esecutivo STD Azione 2: Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive Azione 3: Attività business intelligence Azione 4: Attività sicurezza privacy sito di destinazione Azione 5.1 Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno Azione 5.2: Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive Azione 6: Consulenza modello di gestione e all'attività di promo-commercializzazione on line Azione 7: Integrazione Veneto Card Azione 8: Attività di assistenza alle imprese Azione 9: Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione
Soggetto Capofila	Fondazione DMO Delta Po Adige
Altri soggetti coinvolti	Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po, Camera di Commercio di Rovigo, Consorzio di promozione e sviluppo Po e suo Delta.

Quadro riepilogativo delle azioni e cronoprogramma

N° Azione	Descrizione azione	Cronoprogramma
1	Redazione gestione del piano esecutivo STD	
	Scrittura e gestione del Piano Esecutivo	gennaio 2026 aprile 2026
2	Integrazioni moduli DMS	
	Potenziamento delle funzionalità DMS nel sito di destinazione e nei siti delle strutture ricettive	aprile 2026 maggio 2026
3	Attività business intelligence	
	Adeguamento sito di destinazione per attività business intelligence: attivazione dashboard per operatori elaborazione dati OTRF	settembre 2026 febbraio 2027
4	Attività sicurezza privacy sito di destinazione	
	Adeguamento sito di destinazione per sicurezza e accessibilità	settembre 2026 febbraio 2027
5	Acquisto di beni e servizi per un turismo digitale, accessibile e sostenibile	
5.1	Acquisto e diffusione del software per la gestione smart dell'imposta di soggiorno	gennaio 2027 settembre 2027
5.2	Integrazione funzionalità DMS nei siti degli enti pubblici e delle strutture ricettive	settembre 2026 luglio 2027
6	Attività di assistenza e consulenza per il modello di gestione e per l'attività di promo-commercializzazione on line	
	Consulenza per modello gestionale della DMO e per l'attività di promo-commercializzazione on line	giugno 2026 agosto 2027
7	Integrazioni Veneto Card	
	Potenziamento card turistica	settembre 2026 luglio 2027
8	Attività di assistenza alle imprese	
	Attività di Web angels	settembre 2026 luglio 2027
9	Utilizzo delle ICT per rendere più semplice la fruizione dei servizi di destinazione	
	Intelligenza artificiale a servizio di attività di info-accoglienza e promozione	luglio 2026 luglio 2027
10	Spese generali	
	Gestione progetto	tutta la durata del progetto

Piano Esecutivo curato da Etifor società benefit, Spin off Università degli Studi di Padova. Aprile 2026.

Azione 1 del Piano Esecutivo del Progetto "Delta Po Adige Smart Destination", finanziato dall'Azione 1.2.4 "Organizzazione dell'offerta turistica sul digitale attraverso l'utilizzo del DMS regionale e azioni pilota per Ecosistema Digitale Veneto" PR Regione del Veneto FESR 2021 2027.