



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

LETTURA GUIDATA PSL A.M.A.L.E. (Alta Marca Landscape Emotions)

Il GAL comprende un territorio di 22 Comuni per un totale di 125.619 abitanti con una superficie di 517,70 kmq

LA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE

Sviluppo del turismo sostenibile e competitivo integrato con la valorizzazione dei prodotti a riconoscimento comunitario e del paesaggio naturale e culturale candidato a sito Unesco

FOCUS DELLA STRATEGIA

Consolidamento di quanto avviato con la Programmazione 2007-2013 con focus su innovazione, cooperazione e rete

STRATEGIA DI RISPOSTA AI SEGUENTI FABBISOGNI

1. FB1 Accrescere la capacità del territorio di proporre un'offerta turistica aggregata ed integrata.
2. FB2 Migliorare la fruibilità del territorio e del relativo patrimonio naturale e storico culturale.
3. FB3 Stimolare la diversificazione dell'economia rurale.
4. FB4 Conservazione attiva dei paesaggi rurali storici e riqualificazione dei paesaggi rurali ordinari.

L'insieme dei fabbisogni ha permesso di identificare i 3 obiettivi generali

I 3 OBIETTIVI GENERALI DELLA STRATEGIA E AMBITI DI INTERESSE

1. Favorire la diversificazione dell'economia reale (A.I. 1 Diversificazione economica)

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

2. Valorizzare le potenzialità del territorio per il turismo rurale (A.I. 2 Turismo sostenibile)
3. Tutelare e valorizzare il patrimonio naturale e culturale dell'area (A.I. 3 Valorizzazione del patrimonio)

I DRIVER PRINCIPALI

Positivi:

Territorio dalle elevate potenzialità (prodotti, ambiente, eventi)
Settore agricolo vitale
Opportunità di integrazione di reddito
Riconoscimento del valore del paesaggio (Unesco)

Negativi:

Carenza di piccole infrastrutture
Difficoltà di organizzazione delle risorse
Mancanza di una "storia" turistica"
Riduzione dell'impatto ambientale e tutela della biodiversità

PIANO FINANZIARIO CONCENTRATO SUI 3 PROGETTI CHIAVE (95% risorse del PSL)

1. Collegamento/messa in rete degli attrattori turistici
2. Paesaggio del Prosecco Superiore Conegliano Valdobbiadene candidato a patrimonio Unesco
3. Parchi tematici/didattici per il turismo giovanile dell'Alta Marca Trevigiana

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it
Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

ANALISI DELLE ESIGENZE DI SVILUPPO E DELLE POTENZIALITÀ DEL TERRITORIO

Presenza nell'ATD di un settore agricolo innovativo e competitivo.

Le analisi condotte sui dati raccolti (vedasi Appendice n. 12) hanno evidenziato come il territorio dell'ATD sia caratterizzato da una **elevata incidenza del settore primario, in termini di addetti e unità locali, rispetto alla situazione provinciale**, accompagnata da una **specializzazione nel settore agroalimentare** e un **tasso di disoccupazione giovanile inferiore a quello provinciale e regionale**. A tale proposito emergono in particolare lo sviluppo positivo delle imprese agricole, soprattutto quelle che operano nel comparto vitivinicolo per le quali si rilevano anche interessanti fenomeni evolutivi quali ad esempio il progressivo aumento del numero di operatori coinvolti in attività di diversificazione (alcuni dati: la produzione di prosecco Docg Conegliano Valdobbiadene è passata da 40 a 79 milioni di bottiglie negli ultimi 10 anni, valore della produzione di oltre 400 milioni, 3.243 viticoltori, 445 vinificatori, 183 case spumantistiche e oltre 5.400 addetti, oltre l'80% delle cantine della Docg ha sviluppato la vendita diretta in azienda e una cantina su 6 è attrezzata per l'ospitalità. Fonte Rapporto annuale 2015 Centro Studi Distretto del Conegliano Valdobbiadene Docg).

Nell'ambito territoriale dell'ATD **si producono oltre due terzi del Prosecco Superiore di Conegliano Valdobbiadene Docg, diventato un vero e proprio simbolo e icona dell'Italian life style**, esportato in più di 80 Paesi nel mondo, con una eccezionale capacità di traino per promuovere il territorio e gli altri prodotti di qualità.

L'importanza dei prodotti enogastronomici di eccellenza è inoltre enfatizzata dalla presenza nell'ATD di **quattro Consorzi di tutela dei prodotti a riconoscimento comunitario** che consente l'organizzazione di servizi di promozione e valorizzazione; nell'ATD del GAL si ha l'intera produzione certificata della Casatella DOP e della Mozzarella STP, del Marrone di Combai IGP del Marrone di Monfenera IGP oltre alla quasi totalità della Produzione dei vini dei colli di Conegliano Doc e del Prosecco Superiore Asolo Montello Docg e ad un ricco paniere di prodotti tipici quali i formaggi del Grappa (Morlacco e Bastardo), la Sopressa di Alta Marca, ecc

Valenza Paesaggistica dell'Area.

Accanto alle eccellenze agroalimentari ed enogastronomiche il territorio dell'ATD è caratterizzato dalla **elevata valenza paesaggistica**.

Le colline di Valdobbiadene e di Conegliano sono recentemente entrate a **far parte del Registro nazionale dei paesaggi rurali** (Decreto Ministeriale del 26.01.2016) istituito dal Ministero per le politiche agricole e sono state quindi inserite nell'inventario nazionale degli ambiti locali caratterizzati da un'agricoltura sostenibile, rispettosa della storia e delle tradizioni, e al tempo stesso economicamente vitale. L'iscrizione viene infatti concessa alle aree che «pur continuando il loro processo evolutivo, conservano evidenti testimonianze della loro origine e della loro storia, mantenendo un ruolo nella società e nell'economia» (art. 4 del DM n. 17070 del 19/11/2012).

Inoltre è attualmente in corso la procedura per il **riconoscimento UNESCO per il paesaggio delle colline del prosecco superiore di Conegliano Valdobbiadene**. La candidatura interessa il territorio di 12 Comuni dell'ATD (i 10 Comuni della Docg più in parte il territorio di Fregona e Sernaglia della Battaglia inseriti nella *buffer zone*). I Comuni, soggetti portatori di interessi diffusi, partecipano

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

attivamente al progetto attraverso il tavolo di concertazione dell'IPA Terre Alte della Marca Trevigiana che insieme al Consorzio di tutela, alla Provincia di Treviso e alla Camera di Commercio ha costituito una apposita Associazione Temporanea di Scopo ATS "Colline di Conegliano Valdobbiadene patrimonio dell'umanità".

Il programma di candidatura sostenuto anche dalla Regione Veneto prevede la conclusione del Dossier e del piano di gestione nel 2016 per essere la candidatura Italiana del 2017. L'ATS sta portando avanti in parallelo alla redazione del dossier un'ampia azione di sensibilizzazione della popolazione locale e delle scuole a supporto della candidatura stessa. Questa attività è stata affidata all'Osservatorio sul paesaggio costituito da IPA e GAL ed è una grande occasione per una serie di attività d'area sui comuni dell'Osservatorio per dare risalto e far conoscere gli elementi che conferiscono al nostro territorio un valore universale e può essere anche occasione per iniziare a fare regia su interventi culturali e promozionali d'area orientati a fare del paesaggio e della cultura una leva di sviluppo.

Presenza nell'ATD di tutti i tematismi del turismo rurale e di un turismo "ricco".

Il quadro che emerge evidenzia quindi come a differenza di altre aree del Veneto, il territorio del GAL Alta Marca non dispone di un prodotto o tematismo dominante (mare monti) che attrae target nel complesso omogenei e con caratteristiche di consumo simili, ma **tanti "tematismi eccellenti"** che attirano target di turisti fra loro differenti. Nel territorio sono infatti presenti risorse diffuse e di diverso tipo, naturalistiche e paesaggistiche (Colline del Prosecco Superiore Conegliano Valdobbiadene e Asolo Montello, Pedemontana del Grappa, Prealpi Trevigiane e Cansiglio, oltre a numerose aree SIC e ZPS) storico-architettoniche (luoghi della grande guerra borghi, città murate, castelli, chiese, ecc.) oltre che naturalmente enogastronomico.

Si tratta di caratteristiche che elevano la **vocazione del territorio per un turismo "ricco", a elevato valore aggiunto**, che presenta una spesa media giornaliera del turista significativamente superiore all'analogo dato riferito alle destinazioni tradizionali del turismo Veneto. Una recente ricerca condotta da Ciset – Ca' Foscari svolta nel territorio dell'IPA Terre Alte della Marca Trevigiana ha infatti evidenziato che **un turista in Alta Marca spende in media 98€/giorno con valori più elevati per il turismo enogastronomico (173€/giorno) seguito da quello culturale (126€/giorno) e verde/sportivo (117€/giorno)**. Si tratta di valori significativamente superiori a quelli registrati ad esempio per il turismo balneare che fa registrare, ad esempio per quanto riguarda le spiagge di Jesolo, Caorle, ecc. una spesa media pari a circa 70€/giorno.

Questi dati rendono evidente l'opportunità di insistere su tematismi spesso di nicchia (ad esempio turismo del vino, turismo legato a eventi sportivi, culturali, ecc.) che peraltro hanno dimostrato una forte crescita negli ultimi anni, supportata anche da politiche di offerta molto dinamiche.

Il binomio turismo-prodotti tipici.

Il binomio turismo-"prodotti tipici" nella loro sinergia, complementarietà e integrazione è sempre più un elemento identitario del nostro ATD, che promuove un circolo virtuoso in base al quale mediante la promozione dei prodotti a riconoscimento comunitario si promuove il territorio e al tempo stesso con la promozione dell'offerta turistica territoriale si promuovono i prodotti. Invero le sinergie tra produzioni di qualità e risorse naturali e paesaggistiche assumono sempre un maggior rilievo anche nella prospettiva della multifunzionalità aziendale.

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

La rilevanza per il territorio dei prodotti enogastronomici come strumento di sviluppo economico locale è testimoniata dal **successo di alcune azioni di marketing territoriale/eventi che ormai sono diventate appuntamenti stabili** quali il festival Vino in Villa, evento annuale organizzato dal Consorzio di Tutela del Conegliano sul territorio, la Primavera del Prosecco Docg, l'organizzazione di mostre del Prosecco in diversi luoghi delle colline trevigiane per far conoscere e acquistare i vini (oltre 300.000 presenze nel 2015).

Un'altra testimonianza dell'importanza della correlazione tra territorio e ambiente è costituita dalla **Strada del Prosecco e Vini Colli Conegliano Valdobbiadene**, un itinerario di quasi 50 km che si snoda lungo la fascia collinare ai piedi delle Prealpi Trevigiane, che da Conegliano e Vittorio Veneto si estende fino a Valdobbiadene. **Ripercorre in parte la storica Strada del Vino Bianco del 1966 (la prima in Italia)**, si estende tra le colline del Conegliano Valdobbiadene, coinvolgendo anche l'area Doc Colli di Conegliano, nota per la produzione di vini rossi, bianchi e da meditazione e la strada dei vini del Montello e Colli asolani.

Più recentemente è emersa la potenzialità del collegamento del patrimonio enologico con gli eventi sportivi che ha portato ad esempio ad organizzare le manifestazioni Prosecco Cycling o la Proseccissima ormai diventate "classiche" che ogni anno attirano migliaia di appassionati.

Questi eventi testimoniano il dinamismo che, in particolare in alcune aree del territorio, è in grado di produrre eventi ad alta attrattività (es. Artigianato vivo, primavera del prosecco, Mostra internazionale dell'Infanzia, ecc.) e il ruolo fondamentale dell'associazionismo nel mobilitare risorse endogene per l'organizzazione e la promozione di eventi locali (eventi, mostre, Festival, sagre, ecc.) e per le attività di informazione turistica sul territorio realizzata dalle Pro Loco che gestiscono i servizi IAT.

Se da un lato è evidente come queste iniziative possono facilmente generare flussi turistici consistenti e mettere quindi in moto dinamiche economiche significative, dall'altro emerge con sempre più evidenza la **difficoltà a coordinare e animare con continuità tutte le iniziative e gli eventi proposti dal territorio**, evitando sovrapposizioni e promuovendo invece sinergia tra i diversi eventi.

Risulta quindi opportuno promuovere un'azione di marketing territoriale e dei prodotti turistici al fine di far conoscere e rendere visibili appieno le opportunità dell'intero territorio del GAL, in coordinamento con le strutture che a livello regionale e provinciale svolgono le attività di promozione e commercializzazione turistica del territorio, nel rispetto delle vigenti disposizioni regionali e nazionali in materia di turismo.

Anche grazie a queste iniziative l'ATD ha visto un'**evoluzione positiva dei flussi turistici da oltre un decennio**, raddoppiando gli arrivi e le presenze e modificando la tipologia dei target di riferimento. Grazie al piano messo in atto da parte di una rete di attori pubblici e privati, che ha consentito di passare da destinazione prettamente *business* a destinazione attraente per il *leisure*, l'area di riferimento è riuscita a dimostrare che, lavorando assieme e seguendo una programmazione condivisa, si possono fare passi da gigante. Tuttavia **manca, in generale, nell'area del GAL una "storia" del turismo**. Fino ad oggi si è trattato principalmente di "turismo business", ora ci sono altri segmenti da sviluppare e sono quindi da potenziare azioni per la tutela, la messa a sistema, la valorizzazione e la fruizione del patrimonio naturale e culturale dell'area, in un'ottica di rete.

A fronte dell'aumento della domanda l'offerta ha saputo dare una risposta adeguata con l'**aumento di strutture ricettive quali B&B e aziende attrezzate per l'ospitalità agrituristica** caratterizzate da

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 - 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

elevata flessibilità per il turista e con la disponibilità capillare di strutture che possono fornire informazione turistica.

Relativamente alle aziende agricole, la diversificazione delle attività è stata anche favorita dalla vocazione dell'ATD per lo sviluppo della mobilità lenta e dalla presenza di rilevanti risorse boschive che possono contribuire a valorizzare i servizi ricreativi, ambientali e per la fruizione delle risorse paesaggistiche offerti dalle aziende. Da questo punto di vista le esperienze maturate negli ultimi anni hanno dimostrato che l'attrattività dipende, da un lato, dall'imprenditorialità privata in connubio con la cura delle risorse e del paesaggio, con la formazione e con i controlli di qualità, con la capacità di dialogare con i mercati esterni e di muovere comunicazione, dall'altro, dalla capacità di fornire gli strumenti anche a chi si occupa del settore primario per avvicinare e accogliere i visitatori.

Ad ulteriore riprova della propensione e dell'esperienza pluriennale degli attori e del territorio sulla programmazione integrata e sullo sviluppo locale va infine considerato anche il recente **riconoscimento di Conegliano Valdobbiadene come Città Europea del Vino 2016**, risultato che contribuirà ancora una volta a farci crescere da una visione di prodotto a quella di territorio, proteggendo e valorizzando le nostre colline.

Oltre all'attrattività delle eccellenze enogastronomiche, ambientali e paesaggistiche anche il tema del turismo culturale risulta identificativo del territorio dell'ATD e va declinato nell'articolazione relativa ai centri minori. L'attenzione per il culturale dei centri storici minori in Italia e nel mondo è molto cresciuta negli ultimi anni, evidenziando alcune caratteristiche specifiche per questo tipo di turismo:

- un soggiorno limitato (che può non dare luogo sempre a pernottamenti registrati) ed una fruizione generale della "regione turistica" (itinerari, ecc.) o un escursionismo di rimbalzo;
- un legame con eventi culturali temporanei, ma di richiamo (ad es. La mostra dell'infanzia di Sarmede, il festival organistico, ecc.);
- l'integrazione complessiva con altri elementi del territorio fortemente connessi, tanto da far parlare di "paesaggio culturale".

Esigenze prioritarie per concretizzare le ulteriori possibilità di crescita del turismo rurale nell'ATD.

Nel corso delle precedenti programmazioni il territorio è passato da una situazione di frammentazione elevata a forme di organizzazione a rete che sono molteplici e da coordinare. Oggi non vi è più la necessità di coordinare singoli soggetti tra loro ma pezzi di rete, che si sono formati nelle filiere agro-alimentari, del turismo e in particolare nell'organizzazione e gestione degli eventi, tenendo conto che nella definizione di strategie di sviluppo locale, **la frammentazione e la mancanza di sinergia e coordinamento tra gli attori, riduce la capacità di attuare efficacemente le scelte e di sostenere gli interessi e l'identità del territorio nelle arene decisionali sovra-locali.** Peraltro va anche evidenziato come l'elevato numero di soggetti coinvolti e la membership sovrapposta presso le diverse forme di governance locale (IPA, GAL, Unioni Montane, OGD, Distretti, ecc.) non favorisca l'aggregazione e il coordinamento.

Per lo sviluppo del "turismo sostenibile" è necessario favorire i processi di "aggregazione", in quanto **spesso gli operatori, sia pubblici che privati, tendono a considerarsi "autosufficienti" e ad avere una scarsa propensione all'innovazione.** I vantaggi del mettersi in rete attualmente sono poco percepibili, ma sono riconducibili ad un processo integrato, dove le "esperienze" diventano fattore di crescita e non di

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

concorrenza. La difficoltà a creare reti e filiere locali riguarda anche il settore agro-alimentare che non esprime compiutamente il proprio potenziale di sviluppo nell'economia locale e globale e le sinergie e complementarità fra prodotti diversi.

Il "comportamento della domanda" ci mostra sempre più una tendenza verso la vacanza esperienziale che consente al turista di "crescere" nella conoscenza di un luogo facendone parte integrante anche solo per un periodo breve. Il processo di costruzione del prodotto deve quindi seguire un iter condiviso, concreto e flessibile che preveda il coinvolgimento di tutti gli attori del territorio (compreso il turista stesso) con ruoli di versi in relazione ai vari progetti strategici selezionati. Il ruolo della OGD come istituzione per lo sviluppo di attrazioni e attività turistiche del territorio sarà anche quello di far sì che i soggetti privati partecipino allo sviluppo delle capacità creative ed innovative nel corso dei processi (anche con proprie risorse finanziarie) e che le istituzioni pubbliche agiscano, nell'interesse collettivo, con mandati concreti. La concretizzazione dei vari progetti che si devono incastrare tra di loro come un piccolo/grande puzzle avverrà attraverso l'impegno di stakeholder pubblico/privati della rete.

Negli ultimi anni si è registrato un **miglioramento della capacità cooperativa**, come risultato, per esempio, degli investimenti fatti per le Strade del Vino e dei Consorzi di Tutela. Il GAL può e deve diventare un tavolo di concertazione territoriale importante in uno scenario di trasformazione della governance locale che investe le Province, le Camere di Commercio, i Parchi Regionali e i Comuni. Nonostante ciò, si rilevano ad esempio un'**offerta turistica frammentata e ripetitiva dei siti web con conseguente diminuzione dell'efficacia delle strategie comunicative**, una **mancanza di coordinamento delle attività di promozione territoriale**, una **incapacità in molti casi degli attori di sviluppo e operatori di usare la conoscenza prodotta on line**. Ancora oggi nella definizione delle strategie di sviluppo locale, la frammentazione e la mancanza di sinergia e di coordinamento tra gli attori riduce la capacità di attuare efficacemente le scelte e di sostenere gli interessi e l'identità del territorio nelle arene decisionali sovra-locali.

In particolare si rileva come questa situazione abbia generato una **carenza di servizi web e smart per il turista 2.0**.

Il turismo del futuro, vedrà aumentare in modo esponenziale il proprio contenuto tecnologico tanto nella pianificazione della vacanza quanto nella gestione in diretta dell'esperienza e nell'esigenza di dialogo con la rete territoriale dei nodi dell'offerta turistica, incluso la componente istituzionale. Questo significa che il sistema promosso dall'OGD deve sempre più orientarsi a creare un vero e proprio cluster turistico, nel quale pubblico e privato collaborano per la promozione di un ambiente turistico intelligente e di eccellenza. La logica sottostante al cluster è quella che può consentire meglio di altre di sviluppare una destinazione turistica vera e di condividere sul territorio non solo i costi, ma anche i benefici dello sviluppo. Tutto ciò permetterà di produrre valore aggiunto economico ma anche nuovo valore condiviso.

Un elemento fondamentale del turismo del futuro è quello di essere *smart*, ovvero "intelligente". Un turismo *smart* è un turismo che coniuga un territorio intelligente con una fruizione intelligente. Esso si realizza attraverso politiche diffuse e condivise grazie alle quali si aumentano la competitività e l'attrattività del territorio, con un'attenzione particolare alla coesione sociale, alla diffusione della conoscenza, alla crescita creativa, all'accessibilità e alla libertà di movimento, alla fruibilità dell'ambiente (naturale, storico-architettonico, urbano e diffuso) e alla qualità del paesaggio e della vita dei cittadini. Trattasi di un luogo identitario, che utilizza sistemi avanzati per promuovere percorsi, mappature, tematiche che ne valorizzino le specificità e ne aumentino il valore aggiunto e quello percepito. In questo contesto la tecnologia da strumento neutro diventa il driver che consente di connettere e condividere più luoghi, persone, esperienze, migliorando l'offerta territoriale e la sua fruibilità.

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Oltre alle forme innovative anche la promozione del territorio con iniziative maggiormente consolidate costituisce un importante fattore di sviluppo. Da questo punto di vista **inserire l'offerta turistica dell'ambito del GAL nel contesto provinciale e regionale, al fine di attuare sinergie e coordinamento, in particolare mediante la sua integrazione rispetto alle politiche promozionali attualmente poste in essere configura quindi una importante opportunità.**

È evidente, oggi, la necessità di aumentare la competitività dell'offerta turistica locale sui circuiti nazionali ed internazionali, migliorando la qualità dell'offerta, valorizzando i vantaggi competitivi locali, in primo luogo le risorse naturali e culturali, integrando l'accoglienza turistica in una logica di rete, qualificando il prodotto turistico e le piccole e medie imprese operanti nel campo turistico, per favorire l'ammodernamento e la riqualificazione delle strutture ricettive, dei servizi e delle attrezzature complementari alla capacità ricettiva e promuovendo nuove iniziative imprenditoriali di "completamento della filiera turistica" ed intorno alla valorizzazione innovativa di risorse e prodotti turistici tradizionali ed al recupero di identità e culture locali.

Allo stesso tempo risulta opportuno accrescere ulteriormente l'integrazione tra le risorse naturali ed ambientali e le comunità locali in un'ottica di tutela, sviluppo compatibile, migliore fruizione e sviluppo di attività collegate come fattore di mobilitazione e stimolo allo sviluppo locale; valorizzare i luoghi della montagna (Grappa Cansiglio Monte Cesen) e le loro specificità, in particolare il sistema delle malghe quale strumento di salvaguardia e conservazione del territorio. E' quindi importante definire prodotti turistici territoriali e sintonizzare promozione, accoglienza e prodotti, fare sistema tra la qualità ambientale e l'offerta culturale e sviluppare le iniziative di marketing e comarketing.

Lo sviluppo turistico indotto in anni recenti ha evidenziato una **insufficiente dotazione e manutenzione delle opere pubbliche, in particolare relativamente alle piste ciclabili** e una generale carenza di infrastrutture per la mobilità lenta e per nuove soluzioni di mobilità sostenibile (e-bike) e condivisa (bike sharing).

In particolare si è verificata una **limitata estensione di piste ciclabili e la tendenza dei singoli comuni a pianificare la mobilità ciclabile all'interno dei propri confini** con poca attenzione allo stabilire le connessioni tra diversi centri che consentirebbero una miglior fruizione sia funzionale che ricreativa-sportiva dei percorsi stessi.

Poiché **il territorio dell'ATD si è dimostrato vocato per un turismo di esplorazione** è emersa l'esigenza di permettere al turista-visitatore di andare alla ricerca di esperienze, rilevanze e attrattività. L'attuale sottodotazione di piste ciclabili e di piccole infrastrutture quali percorsi, aree sosta rappresenta quindi un punto di debolezza in quanto limita la accessibilità mentre appare invece auspicabile potenziare l'infrastrutturazione turistica dell'area, per dar vita a "prodotti turistici" spendibili sul mercato, in un'ottica di "distretto turistico" e per valorizzare le risorse culturali e storiche, sfruttandone, in un'ottica di sostenibilità, il potenziale di sviluppo economico e sociale.

Un elemento critico per lo sviluppo turistico dell'area è costituito dalle modalità di accesso e dalla viabilità. Si rileva infatti **l'assenza di collegamenti rapidi (bus treno) fra le diverse località e le aree urbane e l'assenza di viabilità primaria in grado di sostenere adeguatamente i trasporti più consistenti sgravando le reti secondarie e locali.**

L'unico asse autostradale che attraversa l'area in direzione nord/sud è quello dell'A27 di Alemagna che provenendo da Conegliano attraversa Vittorio Veneto e si spinge verso Belluno. Questa via rappresenta il principale asse veloce di collegamento verso il territorio nazionale ed internazionale. L'arteria consente il collegamento con gli aeroporti di Treviso e Venezia ma anche il raggiungimento delle località turistiche montane del bellunese e le litoranee del Friuli e del Veneto orientale attraverso la bretella dell'A28.

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

L'area del Grappa e del Piave sono raggiunte dall'ex strada statale ora a gestione regionale che da Treviso, attraverso Montebelluna conduce a Feltre.

La rimanente viabilità di collegamento è di rango provinciale. Si tratta di una viabilità che appartiene alla cosiddetta rete secondaria di penetrazione e alla rete locale di accesso. È atta a supportare quindi spostamenti su distanze ridotte e/o brevi ed ha funzione provinciale ed interlocale in ambito extraurbano e di quartiere o comunale in ambito urbano.

La realizzazione della superstrada Pedemontana Veneta, da tempo prevista consentirà di superare in parte questa criticità integrando adeguatamente la viabilità dell'area con quella nazionale ed europea.

Per quanto riguarda la rete ferroviaria sono due gli assi che attraversano il territorio del GAL in direzione nord/sud. Essi afferiscono rispettivamente alle linee Conegliano–Vittorio Veneto–Ponte nelle Alpi–Calalzo e Padova–Castelfranco–Montebelluna–Feltre–Belluno. Pur nel progressivo calo di utilizzo di questa modalità di trasporto, questi assi rappresenterebbero una valida alternativa al trasporto su gomma soprattutto per quanto riguarda i flussi turistici dal momento che la prima delle direttrici collega Venezia e Cortina, la seconda conduce le località turistiche del Veneto nord occidentale e del Trentino.

Il territorio del GAL sarà interessato dalla IV fase del progetto Servizio Ferroviario Metropolitano Regionale con la realizzazione delle aste di adduzione Montebelluna–Feltre–Belluno e Conegliano–Vittorio Veneto–Ponte nelle Alpi–Calalzo. **La realizzazione di tale infrastruttura e il potenziamento del sistema ferroviario in genere, pur lontana nel tempo, rappresenta senza dubbio una interessante prospettiva di sviluppo dell'area, anche in virtù delle possibilità offerte da queste infrastrutture per il cicloturismo.**

Dal punto di vista del trasporto aereo il **consolidamento dell'aeroporto di Treviso come hub nazionale/internazionale consente di ipotizzare un ulteriore “polo di accessibilità turistica”**, implementando e ottimizzando il sistema dei trasporti pubblici e privati dall'aeroporto verso le varie destinazioni interne della provincia di Treviso e, nello specifico, dell'ambito territoriale dell'Alta Marca Trevigiana. Questo territorio **non riesce infatti a captare i flussi turistici diretti a Venezia e nelle principali località balneari e montane del Veneto**: meno dello 0,5% delle 63.400.993 presenze registrate nel Veneto nel 2011 hanno interessato l'area del GAL. È vero tuttavia che questi dati rilevano solo i turisti che hanno effettuato almeno un pernottamento nelle strutture ricettive dell'area e non tengono conto dei flussi turistici giornalieri, che, anche se non quantificabili, rappresentano una realtà significativa per l'economia turistica locale. In particolare, gran parte dei flussi turistici che si riversano nella città di Venezia giungono in Veneto tramite l'aeroporto di Treviso: l'area del GAL, tuttavia, non è ancora in grado di trattenere sul proprio territorio una parte di questi turisti. Venezia rappresenta quindi insieme una grande opportunità e una minaccia. Il peso della sua notorietà rischia di impedire il pieno sviluppo delle aree circostanti. “Venezia dovrebbe in prospettiva essere non più una città isolata e congestionata da un turismo di massa quasi insostenibile, ma la porta per accedere alle ricchezze culturali, naturali e artistiche del territorio che la circonda”. Occorre quindi attivarsi e trovare il modo per far permanere anche sul territorio del GAL i turisti diretti a Venezia che vi giungono attraverso l'aeroporto di Treviso.

L'analisi del contesto rappresentata nell'Appendice 12 al PSL quindi ha permesso di definire i principali *driver* sulla base dei quali sono stati identificati i fabbisogni del territorio e, quindi, definiti gli ambiti di interesse.

GAL DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Se a livello generale appare evidente che **il settore turistico, e in particolare le moderne forme di turismo “slow” legate all’apprezzamento del territorio e dei suoi prodotti, costituisce senz’altro il comparto che attualmente offre le maggiori potenzialità per lo sviluppo sostenibile dell’ATD**, dall’altro l’analisi ha anche individuato gli specifici fattori, positivi e negativi, sui quali è necessario lavorare per sfruttare a pieno tale potenzialità.

Tra i fattori positivi (punti di forza e opportunità) gli elementi maggiormente determinati sono risultati essere l’elevata vitalità del settore agricolo e la notevole potenzialità del territorio per il turismo sostenibile, grazie soprattutto all’ampia gamma di eccellenze enogastronomiche, alle valenze paesaggistiche, storiche e architettoniche. alla numerosità degli eventi e delle manifestazioni di grande richiamo.

Tra gli elementi invece che frenano il pieno sviluppo dell’ATD sono stati individuati *in primis* la carenza di piccole strutture per la fruizione “lenta” del territorio, la difficoltà di coordinare ed organizzare le risorse e la mancanza di una esperienza turistica significativa che si riflette nella limitatezza delle strutture ricettive ma soprattutto nella mancanza di competenze in particolare da parte degli operatori agricoli che potrebbero invece cogliere, attraverso strategie di diversificazione della propria attività, le potenzialità di sviluppo economico generate dal turismo sostenibile.

GAL DELL’ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 Fax. 0438/1890241 E-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264