



**PIANO
STRATEGICO
PROVINCIA
DI TREVISO**

SEZIONE:

PIANO TERRITORIALE
TURISTICO

**PRESENTAZIONE SCHEMA
DI PIANO**

TREVISO - 3 MARZO 2004

Sala Bruno Marton - Palazzo della Provincia



Nell'ambito della costruzione del Piano Strategico parte una prima sezione dedicata al turismo, denominata Piano Territoriale Turistico, a cura dell'Agenzia Provinciale per la Cultura e il Turismo.

Tale strumento, che individua le linee strategiche di sviluppo progettuale in chiave ideogrammatica, è stato concepito al fine di garantire la realizzazione di nuovi itinerari eco-museali con particolare attenzione al patrimonio storico, architettonico ed artistico, ai luoghi della memoria storica, ai prodotti tipici ed eno-gastronomici (con la realizzazione delle relative tabellazioni, aree di sosta e servizi di informazione) nella consapevolezza che a fronte della crescita della domanda, diviene oggi fondamentale organizzare l'offerta, strutturando il prodotto turistico territoriale e coordinando accoglienza e promozione.

Il Piano Territoriale Turistico viene qui presentato quale schema da sottoporre all'attenzione degli enti locali e dei diversi soggetti pubblici e privati portatori di interesse in ordine allo sviluppo di un'economia turistica, per ricevere le opportune osservazioni, indicazioni e suggerimenti al fine del recepimento nella fase di progettazione preliminare, definitiva ed esecutiva degli itinerari stessi.

Il Piano Territoriale Turistico costituisce la sostanza del Patto per il Turismo fissato con le Associazioni di Categoria allo scopo di procedere alla concreta istituzione del sistema turistico locale trevigiano al momento riconosciuto solo formalmente dal nuovo testo unico sul turismo approvato con Legge Regionale 33/2002. Tale accordo mira a stabilire ruoli e competenze tra i diversi attori pubblici e privati.

Luca Zaia

Presidente della Provincia di Treviso

INDICE

Deliberazione del Consiglio Provinciale n. 60/83030 del 24.11.2003 "Piano Territoriale Turistico. Approvazione Schema di Piano"	pag. 5
1. L'offerta turistica della Marca Trevigiana: potenzialità e criticità	pag. 9
2. Guida alla lettura dello Schema di Piano	pag. 11
3. Schema di Piano - Cartografia	pag. 13
4. Schede degli itinerari e delle aree	pag. 15
5. Modelli di produzione elaborati ed indicatori turistici ed urbanistici	pag. 23
 <i>Allegati</i>	
Allegato 1 - Note sul Piano Strategico	pag. 27
Allegato 2 - L'Agenzia per la Cultura e il Turismo	pag. 29
Allegato 3 - Il PTT: il programma operativo e la matrice di piano	pag. 33
Allegato 4 - Il sistema turistico trevigiano nella Programmazione triennale regionale	pag. 39
Allegato 5 - Rapporto di sintesi del Ciset sul mercato turistico trevigiano	pag. 43

Ideazione Progetto

Assessore ai Beni Culturali e Turismo - prof. Marzio Favero

Gruppo di lavoro

Dirigente del Settore Promozione del Territorio - dott.ssa Diana Melocco

Dirigente del Settore Gestione del Territorio - dott. Carlo Rapicavoli

Responsabile dell'Unità Operativa Programmazione Turistica - dott.ssa Elena Bisiol

Responsabile dell'Unità Operativa Beni Culturali - arch. Francesca Susanna

Responsabile dell'Unità Operativa Sistema Informativo Territoriale Integrato (S.I.T.I.) - geom. Giuseppe Schiavinato

Ufficio S.I.T.I. - dott. Claudio Scantamburlo - arch. Margherita Gnocato

Responsabile dell'Unità Operativa Tutela e Valorizzazione Beni Storici e Ambientali - arch. Silvia Roma

Responsabile dell'Unità Operativa Urbanistica e Valutazione Impatto Ambientale - arch. Marco Parodi



PROVINCIA DI TREVISO

PROCESSO VERBALE di deliberazione del CONSIGLIO PROVINCIALE

Convocato dal Presidente con avviso inviato ai Consiglieri
in data 17.11.2003, protocollo 0080892.00
Seduta pubblica del giorno 24.11.2003 in prima convocazione.
Presiede il Presidente FULVIO PETTENA'

Delib.n. 00060

Prot. n. 0083030 2003

Oggetto 00071:
Piano Territoriale Turistico.
Approvazione Schema di Piano.

P/A (*)

01 BAGGIO LUCA
02 BENINATTO ALFONSO
03 BET ROBERTO
01 BOTTACIN DIEGO
04 CARNIEL MAURIZIO
05 CENEDESE ALESSANDRO
06 CESTER GIORGIO
02 COLMAOR LORIS
07 CONTE FRANCO
08 COVRE GIUSEPPE
03 DAL VECCHIO FRANCO
04 DAVI' PIETRO GIORGIO
05 DE MARCO LUCA
09 DE ZEN DANIELE
10 FAZZELLO DOMENICA
11 GATTO PIETRO
06 GIACOMIN FRANCESCO
12 GIORGI GIORGIO
07 MARCHETTI SANTE
13 MARCOLIN MARCO
08 MARSON GUIDO MARIO
14 MAZZER EDWARD
15 MILANI LUCIANO
09 NOAL MICHELE
16 OLIVATO DONATELLO

P/A (*)

10 PANDOLFO GIAN FRANCESCO
17 PETTENA' FULVIO
18 PICCIOL GIOVANNI
11 PROSDOCIMO MARCO
19 RIGATO RENATO
20 ROSIN ROMEO
21 TARGHETTA GIORGIO
22 TOME' ELIO
12 TOVENATI ANTONIO
23 VALLARDI GIANPAOLO
13 VARAGO TIZIANO
14 ZAIA LUCA

Assiste il Segretario Generale LUIGI DE MARTIN

Svolgono le funzioni di scrutatori i Signori consiglieri:
LUCIANO MILANI
GIORGIO TARGHETTA
ELIO TOME'

* Nota bene: "P" = presente "A" = assente



PROVINCIA DI TREVISO

Richiamata la deliberazione di Giunta Provinciale n. 187/22521 del 5.4.2002, con cui veniva formulata una prima ipotesi per la definizione di un Piano Territoriale di sviluppo turistico della Marca Trevigiana;

Richiamata la deliberazione del Consiglio Provinciale n. 70/60782 del 30.9.2002, con cui sono stati approvati il Programma Operativo e la Matrice di Piano del Piano stesso;

Richiamata la deliberazione di Giunta Provinciale n. 644/73491 del 2.12.2002, con cui sono state approvate le linee programmatiche del Piano, con l'individuazione di una serie di "Turismi possibili" e definiti alcuni incarichi esterni per tre tematiche di particolare complessità;

Visto lo Schema di Piano predisposto in data 13 giugno 2003 dal Gruppo di Lavoro interno (di cui alla delibera di G.P. n. 228/41712 del 04.06.2003), sulla base degli indirizzi di cui ai sopracitati provvedimenti e del lavoro sin qui svolto dai professionisti esterni, che individua 15 ambiti/itinerari e precisamente:

- 1) I Luoghi della Grande Guerra;
- 2) La strada dell'Architettura;
- 3) La via Claudia Augusta Altinate e i luoghi dell'archeologia;
- 4) Il Terraglio;
- 5) Città Murate, castelli e fortificazioni;
- 6) Ambiti etnografici;
- 7) Le strade del Vino;
- 8) Le aree del gusto;
- 9) L'Alta Via TV1;
- 10) Aree Fluviali;
- 11) Percorsi ciclonaturalistici;
- 12) Aree e itinerari dello sport;
- 13) Anello ciclistico del Montello;
- 14) Itinerari termali;
- 15) Aree turistico-produttive.

La cartografia individua inoltre le aree ad "alta varietà turistica" che corrispondono a quelle zone risultanti ancora prevalentemente integre da un punto di vista ambientale e paesaggistico.

Ritenuto di approvare lo Schema di Piano, al fine di una prima presentazione ai Comuni e agli altri soggetti, pubblici e privati, istituzionalmente interessati allo sviluppo di un "prodotto territoriale turistico", essendo volontà della Provincia elaborare un Piano

- interdisciplinare
- organico
- condiviso
- realistico e selettivo
- economico
- progressivo;

Tutto ciò premesso,

IL CONSIGLIO PROVINCIALE

Dato atto che il presente provvedimento è di competenza



PROVINCIA DI TREVISO

del Consiglio Provinciale ai sensi dell'art. 42, comma 2°, lettera b) del D. Lgs. 18.8.2000 n. 267;

Visto il parere favorevole espresso dalla 3^a Commissione Consiliare permanente nella seduta del 19 novembre 2003;

Visto il parere di regolarità tecnica espresso dal responsabile del servizio interessato ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 18.8.2000 n. 267;

Visto il parere di regolarità contabile espresso dal responsabile di Ragioneria ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 18.8.2000 n. 267;

Vista l'attestazione della copertura finanziaria della spesa espressa dal responsabile del servizio finanziario;

Dato atto che il Segretario Generale ritiene che il provvedimento rientra in una attività amministrativa conforme alla legge, allo Statuto ed ai Regolamenti;

Vista la L.R. n. 33/2002 "T.U. delle leggi regionali in materia di turismo";

Con n. 23 voti favorevoli unanimi, resi in forma palese con sistema elettronico ed accertati con l'assistenza degli scrutatori presenti,

DELIBERA

1) di approvare lo Schema di Piano del Piano Turistico Territoriale articolato in:

- 1) Premessa: "L'offerta turistica della Marca Trevigiana: potenzialità e criticità";
 - 2) Segue: "Guida alla lettura dello schema di piano";
 - 3) Cartografia;
 - 4) Schede illustrative degli itinerari e delle aree;
 - 5) Modelli di produzione elaborati e indicatori turistici e urbanistici;
- documento che viene allegato al presente provvedimento per formarne parte integrante e sostanziale;

2) di approvare altresì gli allegati da 1) a 5) in atti:

- 1) L'Offerta turistica della Marca Trevigiana: potenzialità e criticità;
- 2) Guida alla lettura dello schema di piano;
- 3) Schema di piano - Cartografia;
- 4) Schede degli itinerari e delle aree;
- 5) Modelli di produzione elaborati e indicatori turistici e urbanistici;

3) di dare mandato all'Assessore di reparto per l'attivazione dei necessari tavoli di concertazione e di confronto con il territorio - e quindi con i Comuni, le Comunità Montane, le Associazioni di categoria e gli altri soggetti coinvolti nella promozione del territorio;

4) di riservarsi la definitiva approvazione del Piano al termine della fase delle consultazioni e sulla base anche delle proposte emerse dal territorio.



PROVINCIA DI TREVISO

IL PRESIDENTE
firmato
FULVIO PETTENA'

IL SEGRETARIO
firmato
LUIGI DE MARTIN

La presente deliberazione è stata pubblicata
all'albo pretorio, ove rimarrà affissa per 15 giorni
consecutivi, con inizio dal giorno 05/12/2003

IL SEGRETARIO GENERALE
firmato
L. De Martin

DELIBERA ESECUTIVA A TERMINI DI LEGGE, 16/12/2003.

per IL RESPONSABILE DELL' ARCHIVIO
firmato
Annalisa Zago

Qualsiasi riflessione che attenga allo sviluppo di una economia turistica nella Marca trevigiana deve fare i conti con il fatto che la tipologia di offerta al visitatore esterno che il territorio riesce a garantire appartiene soprattutto alla dimensione culturale. Quanto a dire che per la provincia di Treviso il binomio cultura-turismo è inscindibile.

A confermare la fondatezza di questa intuizione, alla cui luce l'Amministrazione provinciale ha lavorato negli ultimi anni (dunque ben prima dell'arrivo delle competenze dalla Regione nel 2002 in ordine alla gestione delle ex-Apt), è il monitoraggio sulla composizione dei flussi turistici condotto per conto dell'Ente dal Ciset dell'Università di Venezia. La ricerca, sviluppata ricorrendo sia ad indicatori quantitativi sia ad altri di tipo qualitativo, rivela che il dato di 1.300.000 presenze registrato lo scorso anno (con un buon trend di crescita, in controtendenza rispetto alla media regionale) può essere grossomodo così disarticolato: un terzo del mercato è costituito da turisti d'affari e due terzi da turisti attratti - sia pure a titolo diverso - dai valori culturali espressi dalla Marca. Con l'espressione "valori culturali" non si intende fare riferimento in modo riduttivo ai cosiddetti grandi eventi (Mostre, Mondiali di Ciclismo, ecc.), che pure hanno avuto un ruolo importante, quanto piuttosto all'offerta plurima del territorio: 785 ville venete censite, 495 centri storici urbani e rurali, un numero elevato di siti museali (alle volte di piccole dimensioni, ma di grande interesse), le numerose chiese che custodiscono autentici patrimoni storico artistici, le piazze storiche, le abbazie, i parchi, i luoghi naturalistici o storici di pregio, la grande tradizione enogastronomica e le aree dei prodotti tipici.

Detto in altre parole, è il paesaggio e quindi l'incontro fra natura e cultura, il motore di richiamo. Rispetto alla qualità dell'offerta però incidono negativamente due fattori:

- (i) il processo di degrado urbanistico, che ha eroso parti rilevanti del territorio,
- (ii) l'im maturità del sistema turistico trevigiano.

In merito al secondo punto occorre rilevare che si tratta di una immaturità fisiologica. Per lungo tempo il turista tipo è stato quello d'affari, richiamato dagli interessi commerciali espressi dalle novantamila imprese che costellano la Provincia. Si tratta, con tutta evidenza, di un genere di visitatore meno interessato ai valori che un territorio esprime in altri ambiti e con esigenze ridotte in termini di servizi. La recente evoluzione del mercato turistico nella Marca - dovuta sia ad una maggiore dinamicità espressa dal territorio sia ad una evoluzione del mercato che apre "finestre di opportunità" per aree alternative a quelle tradizionali - ha portato a interessanti miglioramenti nella qualità dell'offerta, che si va progressivamente strutturando. Ciò nonostante vi sono debolezze sistemiche che è opportuno dichiarare. Sussiste ancora poco collegamento fra il materiale prodotto per la promozione e l'informazione garantita presso gli uffici IAT di accoglienza turistica. E, dato ancora più rilevante, ben poco si fa per garantire il "prodotto turistico" che si intende promuovere: i percorsi turistici in grado di *individuare il territorio* non sono chiaramente tracciati, manca sovente la segnaletica, gli orari di accesso a ville o musei non sempre sono garantiti, la qualità dell'ambiente (almeno nei luoghi di interesse turistico) non è adeguatamente protetta, il raccordo con i privati è carente, difetta una "cultura dell'accoglienza", ecc.

È evidente che proprio sul "prodotto territoriale" turistico è necessario lavorare, più ancora che su quello della mera promozione. Anche perché, in ogni caso, la prima e più efficace forma di promozione è quella del "passa parola", che si attiva spontaneamente quando un visitatore è soddisfatto dell'esperienza che ha vissuto in un certo luogo.

Per affrontare questa sfida la Provincia di Treviso si è dotata di una *Agenzia pubblica per la Cultura e Turismo* [allegato 2], allo scopo di dar vita realmente ad un *Sistema Turistico Locale* (così come previsto dalla legislazione nazionale e regionale). Per riuscire nell'impresa è prioritario che il territorio si doti di uno *strumento* dinamico e partecipato di autogoverno, in grado di

interconnettere le prospettive di sviluppo con i fattori reali dell'offerta turistica, in un quadro di controllo dei risultati. Ovvero è opportuno elaborare un progetto di pianificazione territoriale, qui denominato *Piano Territoriale Turistico* [Allegato 3], utile sia per *strutturare un prodotto turistico* (individuando i percorsi in *chiave eco-museale*: luoghi della Grande Guerra, Strade del Vino, ecc. ed agganciando ad essi tutti gli elementi che possono concorrere a potenziare l'offerta - come i prodotti tipici, i beni storici ed artistici, ecc.) sia per *proteggere le aree più interessanti del territorio* dai nuovi processi di disordine e degrado urbanistico (almeno per la parte interessante sul piano turistico e, quindi, culturale).

Insomma per la promozione del turismo nella Marca trevigiana occorre fare i conti *col punctum dolens* della gestione del territorio. Al riguardo è necessario riconoscere l'inadeguatezza della *concezione classica di pianificazione*. La redazione da parte dei singoli novantacinque comuni di PRG che definiscono proiezioni di sviluppo di aree residenziali, artigianali ed industriali in modo autonomo, nel mero rispetto formale dei criteri previsti negli strumenti di pianificazione sovraordinati, non sta impedendo il degrado del territorio. È opportuno, pertanto, passare ad una *pianificazione strategica* in grado far convergere *hic et nunc* le volontà e le risorse dei diversi portatori di interesse su progetti concretamente realizzabili e di qualità, anche e soprattutto sul piano ambientale e paesaggistico. Sarebbe infatti paradossale predicare sulle potenzialità di sviluppo di una economia turistica per la Marca trevigiana continuando a depauperarne la risorsa fondamentale, quella territoriale. Là dove, invece, lo sviluppo di una economia turistica dovrebbe essere colto come occasione per preservare quei valori di cultura, tradizione ed ambiente che ancor più della ricchezza economica recente hanno determinato una forte identità sociale alla quale si deve l'elevata qualità della vita nelle comunità locali del territorio trevigiano.

Il recente accordo raggiunto fra la Provincia di Treviso e la CCIAA pone le condizioni per la elaborazione di un *Piano strategico* [Allegato 1] per la Marca Trevigiana. La pianificazione strategica trae la sua cogenza non dalle norme di legge, previste per quella classica, bensì dalla sua capacità di creare le condizioni politiche e finanziarie per una progettualità condivisa e partecipata dai diversi portatori di interesse in ordine ad alcune dimensioni fondamentali del governo del territorio. Il *Piano Territoriale Turistico* rappresenta una parte funzionale del Piano strategico che viene anticipata anche allo scopo di testare l'efficacia di un nuovo modello di pianificazione che non è alternativo a quello classico, quanto piuttosto ad esso complementare, utile per evitarne e prevenirne le distorsioni.

Il PTT viene proposto all'attenzione della Giunta Provinciale, delle Commissioni Urbanistica (II) e Turismo (III) e del Consiglio Provinciale (che ne ha già approvato i criteri di redazione) per l'adozione nella forma di schema utile a garantire una prima base di confronto con i Comuni e gli altri soggetti, pubblici e privati, potenzialmente interessati allo sviluppo di un *prodotto territoriale turistico*, cui dovranno essere successivamente correlate in modo organico - una volta definite e concretizzate le diverse proposte - sia le iniziative di accoglienza al turista sia le strategie di promozione turistica.

Lo schema di piano, inteso quale "canovaccio" sul quale costruire un processo di governo partecipato in ordine alle politiche turistiche, si esplica:

- a) *nella proiezione cartografica (il contenuto dello schema) che rappresenta (i) le aree di interesse turistico e (ii) gli itinerari a tematismo prevalente (cui agganciare tutti gli altri molteplici elementi che concorrono all'offerta turistica) in grado di individuare, ovvero di dare una "fisionomia" turistica finalmente riconoscibile alla Marca Trevigiana; aree e itinerari sono espressi a livello ideogrammatico, quindi sono da intendersi quali idee-progettuali la cui concreta definizione è da sviluppare, in dettaglio, con incarichi tecnici appositi e sulla scorta delle osservazioni prodotte dai diversi interlocutori interessati alla loro realizzazione;*
- b) *nelle schede illustrative delle proposte indicate nella cartografia;*
- c) *nei criteri e negli indicatori descritti nel presente documento.*

Alcune precisazioni si impongono. La prima sul come leggere le linee ed i segni grafici che marcano le aree e gli itinerari proposti nella *cartografia - lo schema di piano*. Essi non determinano in modo diretto i luoghi che saranno oggetto di specifico intervento in ordine alla segnaletica turistica, alla realizzazione di aree di sosta o di fruizione di prodotti tipici, di integrazione dei servizi di accoglienza, ecc.; bensì indicano le *linee di forza* dell'offerta turistica in alcuni ambiti territoriali. La tracciatura dei percorsi veri e propri, che richiede una cartografia di dettaglio, avverrà attraverso la redazione di sezioni progettuali apposite (da concepire in modo tale da garantire l'adesione e la condivisione da parte della pluralità dei portatori di interesse).

La seconda precisazione è di merito. L'individuazione delle proposte attinenti aree ed itinerari da parte dell'Agenzia per la Cultura e il Turismo della Provincia di Treviso nasce senz'altro dalle intuizioni maturate dall'Assessorato grazie al lavoro effettuato sul campo culturale e turistico in questi anni; ma tali intuizioni trovano una autorevole conferma scientifica grazie ai risultati prodotti dall'analisi condotta nel 2002 dal Ciset sia sulle potenzialità turistiche della Marca trevigiana sia sulla composizione dei flussi turistici che la interessano [Allegato 5]. Peraltro, dette idee progettuali hanno trovato riscontro nel *Documento di Programmazione triennale* predisposto dall'Assessorato al Turismo della Regione Veneto [Allegato 4].

La terza precisazione è di contenuti. Non appaiono nella cartografia dello schema di piano né i percorsi turistici già realizzati a livello territoriale né i singoli elementi (ville, palazzi, abbazie, ecc.) che possono concorrere alla definizione di un prodotto turistico. Per quanto riguarda i percorsi già realizzati, essi potranno trovare un collegamento con le nuove proposte nella misura in cui rispondono alle linee guida previste per il PTT. Invece, per quanto riguarda i singoli elementi, essi troveranno adeguata valorizzazione, nel rispetto dei criteri di elaborazione del PTT, attraverso l'interconnessione con le aree o gli itinerari di pertinenza, cui saranno agganciati. Infatti, l'individuazione per i percorsi del PTT di tematismi prevalenti non deve essere interpretata in chiave esclusiva.

È importante ribadire il fatto che i nuovi percorsi turistici, di impianto eco-museale, vanno a interessare parti ancora relativamente integre, e quindi da tutelare, sul piano paesaggistico ed ambientale della Marca Trevigiana.

Cartografia a colori

Le aree e gli itinerari individuati nella cartografia dello schema di piano sono illustrati in chiave sintetica nelle seguenti schede (**si precisa che nella cartografia sono state anche individuate le aree ad "alta varietà turistica" che corrispondono a quelle zone risultanti ancora prevalentemente integre da un punto di vista ambientale e paesaggistico**).

1. ITINERARI CULTURALI E STORICI - SCHEDE

1.1. *I Luoghi della Grande Guerra.*

Fra il 1917 e il 1918 la Marca trevigiana fu attraversata e divisa, lungo il corso del Piave, da uno dei fronti più importanti e cruenti del primo conflitto mondiale. La sinistra Piave divenne territorio di occupazione dell'esercito austroungarico, la destra teatro delle operazioni del regio esercito italiano. Numerosissime sono le tracce sul territorio che ne perpetuano la memoria - dalla toponomastica alla costellazione di cippi, lapidi, monumenti, mausolei, trincee e fortificazioni. Al ricordo delle battaglie che qui si consumarono, della tragedia comune di soldati e civili, è legato il difficile processo di costruzione dell'identità nazionale italiana. La Grande Guerra ebbe un significato particolare e terribile per la Comunità trevigiana: 150.000 furono gli sfollati, durissime le condizioni dei civili rimasti, ingentissimi i danni al patrimonio architettonico, storico, artistico ed infrastrutturale. Il conflitto lacerò secolari rapporti fra i ceti sociali, attribuì un nuovo ruolo alle donne, mutò irreversibilmente i quadri valoriali comuni. Ad oltre ottanta anni dalla fine del conflitto, è legittimo affermare che la Marca trevigiana rientra nel novero dei luoghi sacri alla memoria collettiva europea. La realizzazione di percorsi dedicati alla Grande Guerra assume un significato particolare oggi, mentre si va edificando una casa comune europea. Il progetto trova un fondamento tecnico nella "compressione" del fronte che lo rende visitabile in un weekend e nella presenza, fra le altre emergenze, di quattro grandi mausolei (Cima Grappa, Pederobba, Nervesa della Battaglia e Fagare) e di un museo di riferimento (Vittorio Veneto). Gli ambiti di territorio interessati sono fra i più interessanti sia sotto l'aspetto paesaggistico-ambientale (il Grappa e la Pedemontana, il Montello, il corso del Piave) sia per la presenza di Ville, Castelli, Palazzi, ecc. La proposta è naturalmente mirata per un turista interessato ai valori della storia. Si presta anche al turismo scolastico. La Provincia di Treviso, di concerto con le Province di Belluno e di Vicenza, e col sostegno della Regione Veneto, ha già prodotto uno studio per la messa in rete dei siti museali attinenti la Grande Guerra ed una mappatura delle emergenze di diversa natura utilizzabili in chiave turistica.

1.2. *La strada dell'Architettura.*

Si ha, nella parte ovest della Provincia di Treviso, un comprensorio unico caratterizzato dalla compresenza, a pochi km di distanza l'uno dall'altro, di una serie di edifici di straordinario pregio, in grado di testimoniare circa un millennio di storia dell'architettura veneta. Le emergenze più importanti sono: le mura medievali di Castelfranco e la Rocca di Asolo; l'opificio fabbrile di Pagnano in stile gotico; il Barco della Regina Cornaro in Altivole, prototipo di villa-castello di fine Quattrocento; due capolavori del Cinquecento, a firma di Palladio, affrescati internamente l'uno dal Veronese l'altro dallo Zelotti: Villa Barbaro a Maser e Villa Emo a Fanzolo; lo stranito palazzo dei Longobardi ad Asolo; il teatro settecentesco del Preti a Castelfranco, il capolavoro dell'arte neoclassica di Canova: il Tempio di Possagno; un esempio significativo di abitazione rurale ottocentesca: la casa di Pio X; tre esempi straordinari di architettura contemporanea: il mausoleo di Cima Grappa, prototipo di arte di regime, la

Tomba Brion in Altivole e l'ala nuova della Gipsoteca di Canova a Possagno progettate da Scarpa. Ognuno di questi monumenti attira attualmente migliaia di visitatori all'anno, anche a livello internazionale. Eppure manca una gestione di rete, in grado di trattenere gli ospiti per il periodo del weekend e consentire loro una fruizione complessiva del comprensorio. Il contesto è, peraltro, impreziosito da altri elementi: i centri storici di Asolo e Castelfranco, numerosi nuclei urbani rurali degni di interesse, ville venete e chiese di pregio, esempi importanti di archeologia industriale e di ville liberty. Il tutto in uno scenario paesaggistico di grande suggestione, che dalle pendici del Grappa digrada verso la pianura superando le fasce collinari asolane. Su questa idea-progetto l'Ordine degli Architetti, dei Pianificatori e dei Paesaggisti di Treviso ha già espresso alla Provincia la disponibilità alla collaborazione.

1.3. *La via Claudia Augusta e i luoghi dell'archeologia.*

La presenza di insediamenti romani di grande importanza nel territorio trevigiano è nota - Acelum, Opitergium e Tarvisium, ma anche Montebelluna -, così come è rinvenibile in alcune aree la sopravvivenza nell'assetto viario di antichi assi di collegamento (Postumia, feltrina, Aurelia ecc.) e di tracce delle antiche centuriazioni. Oderzo presenta una singolare assetto urbanistico-architettonico che ha saputo coniugare la tutela e la fruibilità dei resti del foro romano con la nuova edificazione, mentre il museo civico Eno Bellis si offre come istituzione di riferimento in ambito archeologico. Testimonianze interessanti sono ospitate presso i musei civici di Treviso. A Montebelluna una campagna di scavi sta riportando alla luce una necropoli di grande interesse. Asolo presenta i resti di un teatro e di un acquedotto romani. Presso Borso del Grappa vi è una lapide che ricorda la presenza di un legionario, Caio Vettonio, di interesse perché offre una rara testimonianza sull'arte della vendemmia, che ha un significato particolare per un territorio vocato alla produzione vitivinicola. Mentre problematica è l'individuazione della via Claudia Augusta aperta nel 15 a. C. dal comandante Druso e portata a termine nel 46 - 47 d. C. dall'imperatore Tiberio in onore del padre. La via collegava Altino a Feltre e raggiungeva il Danubio passando per la non lontana città Augusta Vindelicum. Sul suo tracciato gli studiosi hanno offerto nel tempo ipotesi diverse e suggestive. Oggi, l'antico asse di collegamento è oggetto in Baviera e nel Tirolo di un importante progetto di valorizzazione turistica, sul modello della Romantische Strasse. Garantirne la prosecuzione sul versante italiano, comunque interessato dal turismo tedesco ed austriaco, può offrire l'occasione per valorizzare sì il territorio attraversato dalla Via, ma anche il sistema complessivo dell'archeologia presente nel territorio provinciale. La Provincia di Treviso ha aderito alla struttura transnazionale che ha il compito di correlare gli interventi e rappresenta in tale sede le Province di Belluno e di Venezia, sotto l'egida della Regione Veneto. Si è costituita altresì una Associazione "Claudia Augusta" formata da privati.

1.4. *Il Terraglio.*

La Provincia di Treviso è stata, nei secoli della trasformazione della Repubblica Veneta in stato da terra, il giardino di Venezia. E il Terraglio ne ha costituito, assieme ai fiumi, una via d'accesso importante. Il nome deriverebbe dall'argine (divenuto poi strada) del primitivo canale di collegamento realizzato per unire la città di Treviso alla capitale lagunare. L'attuale configurazione ad ampio viale alberato risale invece a Napoleone. Numerose sono le ville e i palazzi che contornano il viale. Fra queste si segnala la Villa Albrizzi Fianchetti, dotata di un grande parco, che ospitò fra la fine del Settecento e i primi dell'Ottocento il salotto culturale della Contessa Isabella Teotolchi Albrizzi, cui presero parte il Foscolo, il Pindemonte, Lord Byron e Canova. Ma degne di riguardo sono pure villa Marcello Giustinian, villa Morosini Gattenburg, villa Tiepolo e villa Papadopoli. Così come meritano attenzione i resti del chiostro dell'Abbazia S. Maria Assunta e l'ex-filanda di Mogliano Veneto, e la villa Marignana, che ospita un museo permanente delle sculture in ferro di Toni Benetton.

1.5. *Città Murate, castelli e fortificazioni.*

Costellano la parte settentrionale della Marca, sia sulla destra che sulla sinistra Piave, numerosi siti fortificati in diverso stato di conservazione. Per lo più si tratta di rovine delle mura di difesa o di torrioni. Anche se non mancano castelli restaurati, come quello di Susegana o di Cison di Valmarino, o di strutture inglobate in città, come la rocca di Asolo, il castello di Conegliano e il castello di Serravalle in Vittorio Veneto. Nell'insieme tali fortificazioni rimandano, assieme alle città Murate (Castelfranco, Portobuffolè, Treviso, Asolo ancora) alle vicende delle autonomie comunali, dei contrastati rapporti fra le signorie (emblematica epopea), alla progressiva penetrazione interna della Repubblica Veneta. Si aggiunga la presenza significativa delle Abbazie di riferimento, come quella di Follina e di Vidor. Un percorso fra gli antichi luoghi fortificati (comprese le fortezze di ancor più remota origine) può offrire un'occasione per valorizzare le fasce collinari pre-pedemontane, di grande interesse anche paesaggistico ed ambientale, interconnettendole con il sistema delle città murate - che trova in Treviso, l'*urbs picta*, il suo epicentro nonché con il sistema museale che la Provincia ha intenzione di istituire mettendo in rete musei veri e propri e siti di interesse museologico secondo la filosofia ecomuseale. Costituisce un segnale interessante della persistenza nella memoria collettiva della Comunità trevigiana del ricordo del passato medievale e rinascimentale la ricca fioritura di rievocazioni storiche, di varia natura, che la Provincia da tempo promuove attraverso il cartellone unico Marcacastorica.

1.6. *Ambiti etnografici.*

Lo studio delle tradizioni, degli usi e costumi del nostro territorio, che sta fiorendo con grande vigore, offre oggi gli strumenti conoscitivi per mappare aree territoriali, insediamenti produttivi, luoghi di frequentazione, nuclei urbani rurali, ecc. utili per ritrovare traccia di quella civiltà popolare, urbana o rurale, i cui valori continuano ad ispirare l'agire della Comunità trevigiana. Concorre senz'altro a tale azione di riscoperta la nascita del Museo Etnografico provinciale, realtà concepita quale luogo di incontro per i cultori del tema e come strumento di interconnessione con le altre realtà museali trevigiane che si occupano, a titolo diverso di cultura popolare. È evidente che una lettura stratigrafica del territorio provinciale che intenda focalizzare la sua attenzione sulle testimonianze della cultura popolare (dall'organizzazione urbana a quella tipica delle aree di coltivazione, dagli edifici di abitazione o dagli opifici agli oggetti di vita quotidiana e di lavoro) è resa difficoltosa dalle sovrapposizioni e dalle abrasioni prodotte dalla inurbazione "selvaggia" degli ultimi trenta anni. Tuttavia è pensabile la forma di una "rete museale diffusa" sulla quale sviluppare delle proposte di visita utili, per la tipologia di visitatore interessato al tema, per scoprire le radici culturali locali quali elementi pregnanti per una forma nuova e al contempo antica di esperienza turistica alternativa. [Ambiti non indicati specificatamente in cartografia]

2. **ITINERARI ENOGASTRONOMICI**

2.1. *Le strade storiche del Vino e le aree D.O.C.*

La Provincia di Treviso ha definito la prima strada del vino d'Italia: la strada del Vino bianco che da Valdobbiadene giunge fino Conegliano. Ad adoperarsi per la sua istituzione - e, successivamente, per quella del vino rosso che da Conegliano si spinge fino ad Oderzo raggruppando un ampio territorio - fu Bepi Mazzotti, il grande difensore delle Ville Venete, ma anche profondo conoscitore delle risorse vinicole e gastronomiche della Marca Trevigiana, nonché abilissimo promotore turistico. Oggi, in riferimento alla recente legge regionale in

materia, è rinata l'associazione "Strada del Vino Valdobbiadene - Conegliano", di cui fa parte anche la Provincia di Treviso. La denominazione è mutata per includere anche la produzione di rossi di alta qualità. Ma il territorio interessato rimane lo stesso: un paesaggio collinare, frutto della interazione fra natura e cultura produttiva, che negli anni Trenta Comisso non esitava a definire di assoluta bellezza, tale da non aver nulla da invidiare ai mitici scorci paesaggistici orientali. Una stazione prestigiosa per la strada è costituita dall'Istituto Enologico di Conegliano, il più antico d'Italia, che la Provincia - attraverso una serie di importanti interventi - ha portato a nuovi splendori. Fra le altre cose, grazie ad un accordo con l'Università di Padova, vi si tiene il primo corso di laurea in Enologia. Se è evidente il significato formativo che l'Istituto riveste per le aziende trevigiane, di altrettale valore sarà, per l'accoglienza turistica, la prossima apertura, in uno stabile di sua pertinenza, di una grande enoteca, comprendente un show-room dedicato ai prodotti tipici. Partecipano alla Associazione "Strada del Vino Valdobbiadene - Conegliano", oltre la Provincia, la CCIAA, la Comunità Montana delle PreAlpi, i Comuni da essa attraversata, il Consorzio di Pro Loco Altamarca, il Consorzio del Prosecco e dei Colli di Conegliano, e un numero importante di aziende vitivinicole. Si stanno altresì formando i Comitati promotori per la nascita delle Associazioni "Strada del Vino del Piave" e "Strada del Vino Montello - Colli Asolani" rispettivamente per valorizzare un'ampia fascia di territorio che ha il suo baricentro in Oderzo e per valorizzare il Montello e le colline dell'Asolano. Il presupposto comune a tutte e tre le proposte di istituzione delle strade del Vino è quello che, attraverso l'individuazione di distretti eno-turistici (ove si integrano aziende vinicole, enoteche, ristoranti, strutture ricettive, supporti infrastrutturali, attrattive naturalistiche e culturali, artigianato e servizi), sia possibile promuovere meglio il prodotto vino, educare al suo consumo, tutelare e sviluppare i territori viticoli all'insegna di criteri di qualità. *(In cartografia è stato evidenziato l'ambito corrispondente alle aree D.O.C. del "vino bianco" e "vino rosso". I consulenti attualmente incaricati per l'individuazione degli itinerari del "Vino Bianco" stanno valutando la possibilità di diversi percorsi alternativi).*

2.2. *Le aree del gusto.*

Grazie alla ricognizione effettuata dalla Provincia di Treviso sui prodotti tipici di produzione agro-alimentare locale (DOP, IGP, AS, DOC, DOCG, ITG) è possibile sviluppare delle proposte di fruizione del territorio, connesse alle azioni di tutela e di valorizzazione delle aree di produzione di qualità, che rispondano in modo efficace ai requisiti dei nuovi modelli di vacanza, che combinino le tradizionali attività ricreative con nuove esperienze esistenziali, che prevedano la ripresa di contatto con la natura e la terra, sul piano concreto ma anche simbolico. Si tratta di nuovi modelli di turismo che volti ad promuovere una conoscenza "lenta" del territorio, con particolare attenzione alla riscoperta delle tradizioni e delle risorse locali. La presenza diffusa di centri agrituristici, in correlazione alle zone di coltivazione dei prodotti tipici, offre le basi per la strutturazione di un prodotto turistico senz'altro di nicchia, ma di grande interesse. [Aree non indicate specificatamente in cartografia]

3. **ITINERARI NATURALISTICI**

3.1. *L'Alta Via TV1.*

L'itinerario, realizzato dalla Provincia di Treviso e dalle Comunità Montane del Grappa e delle Prealpi, anche grazie ad un contributo regionale, si snoda per 112 Km e congiunge il Massiccio del Grappa al Cansiglio. Il percorso, risistemato e tabellato, messo in protezione per

alcuni tratti, dotato di alcuni servizi, funge da asse di collegamento fra tutti i sistemi sentieristici delle pre-Alpi trevigiane. Lo scopo con cui il percorso è stato realizzato è quello di valorizzare la montagna trevigiana, che presenta almeno sei elementi di attrazione:

- (i) l'aspetto panoramico, considerato che è dato di abbracciare con lo sguardo dalla laguna veneziana e dalla pianura veneta a Sud, ai contrafforti delle Alpi a Nord;
- (ii) l'aspetto naturalistico, sia per la presenza di biotipi di grande interesse (fra cui due giardini alpini) sia per la fauna (sul Grappa è stato reintrodotta dalla Provincia anche il camoscio);
- (iii) la presenza delle attività di malga, proprie di una montagna antropizzata in modo naturale (si segnalano fra i prodotti tipici i formaggi morlacco e bastardo);
- (iv) i segni della pietà popolare diffusi ovunque, che testimoniano la storia di un lungo rapporto fra le popolazioni locali e la montagna;
- (v) i luoghi della memoria storica (dalle tracce del Primo e del Secondo Conflitto mondiale, agli attraversamenti romani e bizantini, per finire con la presenza dei Cimbri sul Cansiglio);
- (vi) le opportunità per il trekking e il volo libero, di rilevante impegno atletico. La Provincia ha già prodotto una carta tecnico-turistica del percorso, le Comunità Montane hanno il compito di curarne la manutenzione e l'integrazione delle eventuali lacune nella segnaletica. Diventa importante integrare la promozione del TV1 con il coinvolgimento degli operatori privati e delle associazioni che operano nelle pre-Alpi per garantire una omogeneità e una qualità nell'offerta.

3.2. *Aree fluviali.*

Si segnalano per importanza tre fiumi, che sono serviti ai tempi della Repubblica Veneta quali idrovie: il Piave, il Sile e il Livenza. Rimane a testimonianza di tale epoca il numero elevato di ville Venete che sorge lungo le loro sponde. Oggi il Piave, importante anche come luogo della Grande Guerra, soffre del problema dei consistenti prelievi d'acqua effettuati a monte e lungo il corso sia per produrre energia idroelettrica sia per soddisfare il bisogno irriguo dell'agricoltura. La discussione fra diversi interlocutori istituzionali circa il mantenimento del minimo flusso vitale ne segnala l'impossibilità di un uso per la navigazione. Tuttavia il greto del Piave si presta nel periodo estivo per la balneazione e l'abbronzatura, e ancor meglio per alcune proposte di percorsi naturalistici. Specialmente in prossimità del Montello, collina di formazione carsica, ricca di preziose essenze botaniche, oltre che nota per i suoi prodotti tipici (patate e funghi) e per le testimonianze storiche. Il Montello, infatti, è noto come "bosco veneziano" poiché qui venivano tagliati i legnami che, fatti fluitare sul Piave, giungevano a Venezia per alimentare l'arsenale. Anche a sud del Montello non mancano esempi pregevoli di Ville Venete. Il Sile, il più lungo fiume di risorgiva d'Europa, gestito da un apposito Ente Parco, si presta invece anche alla navigazione. Dalle sorgenti di Casacorba, attraverso l'Oasi di Cervara, fino a Quinto è possibile la discesa in canoa o con barche a fondo piatto, in un contesto naturalistico di grande fascino sia per la fauna rara sia per la varietà di vegetazione igrofila. Da segnalare, fra gli elementi storico-artistici di contorno, una finissima pala del Lotto ospitata presso la Chiesa di Santa Cristina. Il Sile, quando arriva a Treviso, si divide e contribuisce a perpetuarne l'immagine di città d'acqua. Da Silea in poi diviene navigabile con imbarcazioni a motore. Oltre che per le ville che sorgono lungo il suo corso, il Sile è interessante anche per la sopravvivenza di numerosi opifici ed esempio di archeologia industriale. Il Livenza risulta di grande interesse turistico perché lungo il suo corso i Comuni, in collaborazione con i Gal, hanno realizzato tratti di percorsi, anche ciclabili, in grado di interconnettere la Marca trevigiana con le Province di Pordenone e di Venezia.

3.3. *Percorsi ciclonaturalistici.*

Esistono nella Provincia di Treviso numerosi percorsi cicloturistici. Alcuni sono stati realizzati dalla Provincia, altri dai Gal 3, 4 e 5. Altri tratti ciclopedonali sono stati realizzati dai Comuni. E tuttavia, ampie porzioni del territorio, anche se non segnalate, ben si prestano al turista su due ruote. Attraverso una nuova mappatura di percorsi cicloturistici, si punterà da un lato a potenziare le proposte esistenti, integrandole nella misura del possibile, dall'altro ad individuarne delle nuove ed alternative, in modo particolare nelle aree indicate nello schema di piano quali "ambiti ad elevata varietà turistica". Si tratta di ambiti interessanti sia per gli aspetti paesaggistici (porzioni di territorio rimaste relativamente integre), sia per la presenza di numerosi elementi di offerta (beni architettonici ed artistici, prodotti tipici, ecc). [Percorsi non indicati specificatamente in cartografia]

4. **LUOGHI DELLO SPORT**

4.1. *Aree ed itinerari dello sport.*

Numerose sono le aree del territorio provinciale che si prestano per sviluppare attività sportive sia di carattere salutistico sia di livello agonistico. La Marca Trevigiana risulta infatti caratterizzata da una varietà di ambienti naturalistici e fisici tali da consentire la pratica dei seguenti sport: arrampicata sportiva, bowling, canoa e kajak, canottaggio, ciclismo, equitazione, golf, Karting, motociclismo, nuoto, orienteering, pattinaggio, pesca sportiva, tennis, tiro al segno, tiro con l'arco, trekking e volo libero. [Aree ed itinerari non indicati specificatamente in cartografia]

4.2. *Anello ciclistico del Montello.*

In particolare si segnala quale luogo principe per gli appassionati delle due ruote il Montello (che ha ospitato due Campionati del Mondo di Ciclismo) e tutte le "bretelle" (Grappa, Cansiglio ecc.) ad esso collegate, particolarmente interessanti per pendenza e condizioni climatiche che ne fanno luogo di allenamento per gli atleti del ciclismo.

5. **PAESAGGIO DEL BENESSERE**

5.1. *Itinerari termali.*

La Fondazione Cassamarca ha prodotto uno studio scientifico di livello per lo sviluppo di un progetto che porta il nome di "Paesaggio del benessere". Si tratta di un programma ambizioso che intende promuovere lo sviluppo di attività termali, ad esse legando le diverse possibili proposte turistiche, nel territorio fra le colline e le pre-Alpi che va da Valdobbiadene Vittorio Veneto, possibilità di eventuali estensioni (in fase di attuazione) ad ovest, oltrepassando il Piave, verso le pendici del Grappa, e ad est, superando il Meschio, verso le pendici del Cansiglio. Il progetto è supportato da approfonditi studi idro-geologici sulle sorgenti di acqua minerale cui poter attingere per le attività termali. Trova senz'altro ragioni di interesse sia per l'attenzione che il mondo contemporaneo riversa per la cura del corpo, che si accompagna talora ad esigenze terapeutiche, sia nella tradizione locale che ha attribuito un potere taumaturgico ad alcune sorgenti (Ceneda, Follina, Valdobbiadene). Il progetto "Paesaggio del benessere" è stato recepito nel piano d'area. Offre una possibile chiave tematica per proporre un'area territoriale ricca di elementi di offerta turistica. Fra gli altri vale la pena di ricordare i laghi di Revine, i nuclei storici di Cison e Lago, l'Abbazia di Follina, il passo di San Boldo, ecc. (In questa fase nello schema di piano e nella cartografia sono riportati esclusivamente i poli termali).

6. DISTRETTI TURISTICO-PRODUTTIVI

6.1. Aree turistico-produttive.

L'indagine condotta dal Ciset per la Provincia di Treviso conferma un dato sorprendente. Un tre per cento (cioè oltre trentamila presenze) dei turisti che giungono nella Marca sono interessati allo shopping. Risulta evidente il collegamento con i distretti industriali ed artigianali tipici del nostro territorio. Si tratta di distretti artigianali e industriali contrassegnati da una miriade di imprese sparse sul territorio, che rappresentano una realtà di spessore internazionale per alcune tipologie di prodotto. Si pensi, ad esempio, allo Sport-System di Montebelluna: abbigliamento e calzature sportive di alta qualità tecnica e di design innovativo. La mappatura di tale aree potrà risultare utile per sviluppare proposte non solo per addetti ai lavori ma anche rivolte ad una domanda turistica che cerca sempre di più una offerta di tipo integrato. [Aree non indicate specificatamente in cartografia]

5.1 Modelli di produzione elaborati

Per quanto riguarda gli incarichi specialistici per la definizione degli itinerari risulta evidente che la diversità dei temi comporta la necessità di ricorrere a profili professionali estremamente diversificati e ciò rende anche tecnicamente impensabile un unico modello di approccio ed una analogia nella produzione di elaborati.

Si richiede agli analisti, sia pure sulla scorta delle loro differenti metodologie di lavoro, di attenersi al seguente schema nella produzione di elaborati:

- ◆ Relazione illustrativa
- ◆ Dossier fotografico con schede illustrative
- ◆ Tavola di sintesi con dettagli in scala adeguata. L'ufficio Sistema informativo Territoriale Integrato dell'Ente offre la possibilità alternativa di:
 - ✓ fornire temporaneamente il sistema informativo su cui elaborare i dati
 - ✓ svolgere un'attività di supplenza attraverso l'affiancamento all'analista
- ◆ Storyboard finalizzata all'eventuale successiva produzione di videotape, DVD o CD Rom
- ◆ Relazione sintetica documentata delle principali esperienze esistenti a livello nazionale ed internazionale di valorizzazione dei tracciati in questione.

Al fine di consentire agli analisti incaricati di poter ricorrere ad alcuni standard concettuali e linguistici comuni per garantire, nei limiti del possibile e comunque con il differenziale delle diverse impostazioni, una produzione che consenta di stabilire delle analogie, si offrono due categorie di indicatori, utili sia nella fase di analisi che in quella di sintesi.

Si sottolinea il fatto che per quanto concerne l'obiettivo di far recepire dai P.R.G. dei comuni attraversati dai percorsi alcune norme di salvaguardia è evidente che questo non può essere richiesto alle professionalità chiamate in causa per l'individuazione dei percorsi.

A dette professionalità è richiesto piuttosto di evidenziare quegli elementi qualificanti o detrattori che determinano la qualità del percorso.

Sarà poi cura dei tavoli di concertazione con i vari soggetti interessati approfondire le singole questioni.

5.2 Indicatori Turistici

Premessa

I criteri sottoindicati, desunti da un'analisi dell'evoluzione della domanda turistica e da una lettura approfondita del Programma di Sviluppo Turistico della Regione Veneto, vanno letti con la premessa che molti dei trend analizzati sono governati, oltre che dall'informazione e dall'opinione pubblica, anche dall'evoluzione dell'offerta, dalle diverse proposte delle aziende e dalla strutturazione delle destinazioni.

Ovviamente queste tendenze si differenziano per intensità a seconda dei bacini di origine e dell'età/status/situazione familiare dei turisti.

Tendenze

- ◆ Progressiva **riduzione della distanza fisica e psicologica** tra domanda e offerta grazie all'aumento e alla modernizzazione dei servizi di trasporto e alla riduzione del costo degli spostamenti
- ◆ Forte **affermazione dell'identità** e dei valori locali in relazione ad una crescente globalizzazione dei mercati
- ◆ **Sviluppo** di Internet, dell'e-commerce e delle **nuove tecnologie dell'informazione**
- ◆ Spostamento di focus dall'"economia dei servizi" all'"**economia dell'esperienza**". Il turista cerca sempre più un'esperienza unica, che lo coinvolga personalmente ed emotivamente
- ◆ Sviluppo di prodotti e di strategie di mercato orientate alle "3 E": **entertainment, excitement, education**; o alle "3 L": **Leisure, Landscape, Learning**
- ◆ Crescente importanza dell'immagine come prerequisito per la diversificazione
- ◆ Maggior attenzione ad un concetto di **turismo sostenibile**
- ◆ Sviluppo di **nuove dinamiche e condizioni competitive** basate sulla qualità dei beni e dei servizi, più che sui prezzi
- ◆ **Mutamento dei valori**: la vacanza è sempre più intesa come ricerca di maggiore autenticità
- ◆ **Mutamenti demografici**: crescita dei segmenti: "3^a età" e "single"
- ◆ **Mutamento negli stili di vita**: aumento del reddito, del tempo libero e degli short breaks

Comportamenti

I turisti attuali tendono quindi ad essere:

- ◆ **più esperti**: presentano una maggiore esperienza di viaggio
- ◆ **più flessibili**: pianificano all'ultimo momento e cambiano spesso luoghi
- ◆ **più indipendenti**: individualisti, richiedono prodotti su misura
- ◆ **più avventurosi**: sono alla ricerca di luoghi ancora inesplorati
- ◆ **ricercatori di nuove motivazioni culturali**: cercano un contesto culturale più ampio, in cui l'attrazione è inserita
- ◆ **scopritori delle tradizioni e di un'esperienza autentica dei luoghi**: sono alla ricerca di antichi mestieri, di produzioni tipiche ecc.
- ◆ **desiderosi di un contatto diretto** e "responsabile" con l'ambiente e la natura
- ◆ **attenti al proprio benessere fisico e morale**
- ◆ **meno fidelizzati alla località**

5.3. Indicatori urbanistici

Le aree e gli itinerari individuati nella cartografia dello Schema di Piano necessitano di precisazione riguardo:

- ◆ i singoli oggetti ed ambienti di interesse (testimonianze monumentali e/o elementi rappresentativi della cultura veneta)
- ◆ gli interventi di valorizzazione,
- ◆ i percorsi, punti visuali pregevoli i punti di sosta ed accoglienza
- ◆ le attrezzature complementari e di servizio,

Nella fase di approfondimento analitico dovranno essere utilizzati i seguenti criteri:

- ◆ Gli oggetti ed ambienti saranno indagati utilizzando prioritariamente gli studi e le conoscenze disponibili e a mezzo di approfondimenti mirati alla finalità dell'offerta turistica integrata.
- ◆ Per gli oggetti e gli ambienti selezionati come potenziale offerta turistica sarà necessario verificare i possibili interventi di valorizzazione per mezzo di valutazioni sugli elementi detrattori e qualificanti e per mezzo di azioni volte alla mitigazione e compensazione delle componenti di disturbo ed alla esaltazione e migliore rappresentazione delle eccellenze.
- ◆ I percorsi ed i punti di accoglienza dovranno essere valutati tenendo conto delle opportunità e delle possibili alternative con metodo comparativo in base a parametri qualitativi di tipo funzionale, come ad esempio il traffico intenso o la difficoltà di raggiungimento, di tipo estetico e di tipo ricreativo - ricettivo. In particolare si rende necessario tenere conto di soluzioni legate all'integrità e alla coerenza degli elementi paesaggistici in una logica di "continuità percettiva".
- ◆ Le eventuali attrezzature complementari all'offerta turistica, siano esse di arredo o di edilizia, dovranno essere compatibili con il contesto, valutando la effettiva necessità e le possibili alternative di localizzazione.

Il PTT, per essere compreso nella sua natura di strumento di programmazione e concertazione, va inquadrato all'interno della più ampia proposta della Provincia di Treviso circa la definizione di un *Piano Strategico*. L'idea nasce dall'esigenza di superare i limiti palesati dall'approccio della pianificazione tradizionale, che ha dimostrato di non essere in grado di garantire un compiuto governo dei fattori di carattere urbano, sociale, culturale, economico ed ambientale, capaci di rendere concreta la salvaguardia delle radici storiche, architettoniche e paesaggistiche e di assicurare ai residenti uno sviluppo economico compatibile con la qualità della vita.

Al riguardo la mera denuncia del fatto che il paesaggio trevigiano è minacciato da nuovi processi di degrado - dato che desta giuste e gravi preoccupazioni - è insufficiente. Così come risulta semplicistico asserire che sarebbe sufficiente stoppare il fenomeno dei "capannoni". Occorre ricordare che nella Marca trevigiana pre-industriale - poco più di trent'anni fa - una parte della popolazione era indotta dal disagio economico ad scegliere la via dell'emigrazione in cerca di lavoro.

Se è vero, come è vero, che l'attuale benessere della Comunità trevigiana, caratterizzato da standard di vita elevati, è il risultato dell'affermazione di oltre novantamila medio e piccole imprese, e se di converso l'attuale processo di sviluppo delle imprese, compromettendo il territorio, minaccia la qualità del vivere, allora si rende necessario, per uscire da una contraddizione esiziale costruire un nuovo modello di sviluppo sostenibile in grado di superare steccati amministrativi e resistenze corporative.

Il limite della pianificazione classica nasce dal fatto che essa è basata sulla redazione dei prg, come strumenti di previsione di sviluppo, da parte dei singoli Comuni, senza un autorevole coordinamento - fatta salva l'approvazione regionale - rispondente ad un disegno organico per la gestione del territorio. Il risultato attuale per la Marca trevigiana consiste in una abnorme sommatoria di aspettative di sviluppo sotto forma di aree residenziali ed industriali.

Per tale ragione diventa essenziale puntare ad una nuova concezione della pianificazione, anche urbanistica, quale risultato di una programmazione strategica che individui e definisca il modello di sviluppo sociale ed economico più adeguato alle esigenze e alle caratteristiche della Comunità locale. La dove per programmazione strategica si intende un processo decisionale consapevole e responsabile sui grandi temi, condiviso dai diversi portatori di interesse a vario titolo (comuni, associazioni dei cittadini, categorie professionali, ecc.), che parta da una rigorosa conoscenza delle risorse e degli elementi di criticità, anche ambientale, del territorio nel suo insieme e proceda attraverso la valutazione delle migliori soluzioni per il suo sviluppo complessivo, nel rispetto del fondamentale principio della sostenibilità ambientale. In altre parole, occorre una forma di *pianificazione dinamica in grado di interconnettere in modo ed in tempo reale la definizione delle proiezioni di sviluppo urbanistico con i fattori socio-economici che dovrebbero giustificarle*.

Il presupposto concettuale fondamentale per l'adozione di una tale forma innovativa di pianificazione è di *leggere la Marca trevigiana* non più come un insieme discreto di novantacinque comuni, quale poteva essere ancora negli anni sessanta del secolo scorso, *bensi come un'unica realtà urbana di natura reticolare*. Una grande città, ricca di quartieri, aree verdi, zone industriali, ma sofferente per le carenze gravi del sistema viario e per i troppi episodi di degrado ambientale ed urbanistico. Una grande città da riqualificare attraverso un governo, a livello provinciale, non tanto univoco ed omologante, quanto piuttosto coordinato e partecipato. Per costruire un nuovo "paesaggio" trevigiano di qualità, quale connubio sostenibile fra natura e cultura.

Le istanze che provengono dalla Comunità trevigiana, che oggi pretende, a ragione, una migliore e più responsabile gestione del territorio, trovano la loro ragione d'essere nella formazione di una nuova coscienza, legata ad una emancipazione economica e sociale che è divenuta anche, e soprattutto, culturale e si traduce nel desiderio di emendare agli errori commessi nel recente

passato e di mettere un freno a quelli che, per forza d'inerzia, continuano a verificarsi. Rispondere a tali istanze è La finalità del Piano Strategico è quella di definire un programma condiviso per gestire lo sviluppo della Marca trevigiana, intesa come *sistema territoriale complesso*. A questo scopo il Piano Strategico dovrà essere:

- a) *interdisciplinare*, per tener conto della pluralità delle esigenze e delle risorse (viabilità, trasporti, imprese, agricoltura, turismo, cultura, sociale, urbanistica, ambiente, ecc.), ponderate nel loro gioco di interrelazione;
- b) *organico*, cioè in grado di mediare fra le diverse istanze individuando le direttrici di sviluppo in grado di ottimizzare l'uso delle risorse in un quadro di compatibilità nella gestione del territorio (bene non riproducibile, da valorizzare e tutelare contestualmente).

Per garantire una reale efficacia al Piano Strategico risulterà fondamentale il *coinvolgimento e la partecipazione ampia di tutti i portatori di interesse nelle varie fasi di costruzione del Piano Strategico* - dal momento preliminare di definizione alla fase attuativa.

Il ruolo che la Provincia punta ad assumere nella pianificazione attraverso l'elaborazione del Piano strategico potrà avere reale efficacia solo attraverso la concertazione e la integrazione da un lato delle funzioni e dei servizi di propria competenza, dall'altro lato attraverso il coinvolgimento di Enti e di soggetti, pubblici e privati, preposti allo sviluppo socio economico territoriale, compresi quelli che nella pianificazione tradizionale hanno avuto un ruolo marginale.

In altre parole, la Provincia si propone di potenziare le reti locali di carattere interdisciplinare per lo scambio e la cooperazione tra parti economiche e sociali, al fine di rendere finalmente compatibile la tutela paesaggistica con le istanze di sviluppo economico. L'approccio reticolare si segnala sul piano metodologico per il fatto che, pur non rinunciando alle possibilità di elaborare grandi visioni di sviluppo, offre la possibilità di mettere in atto anche interventi di minima utili a sanare il territorio e porre le premesse per operazioni di più ampio respiro.

Il 2002 è stato un anno di profonde trasformazioni nell'assetto dell'organizzazione turistica in Veneto, segnato dal passaggio dell'Apt dalla Regione alle Province e dall'approvazione del Testo Unico sul turismo (L.R. 33/02).

In modo particolare il Testo Unico riconosce alle Province la funzione di Enti incaricati di gestire l'accoglienza al turista nell'ambito dei Sistemi Turistici Locali, mentre la promozione esterna è demandata alle strutture associate. I STL sono stati individuati in via provvisoria; nel caso della Provincia di Treviso esso coincide col territorio amministrato dall'ente provinciale. Si tratta di una circostanza, motivata da una serie di ragioni storiche, che risulta particolarmente felice perché i comuni interessati dal STL trovano quale loro interlocutore la Provincia di riferimento e ciò semplifica il quadro dei rapporti istituzionali. La qual cosa è importante soprattutto per un aspetto meno definito dal Testo Unico, eppure fondamentale per le possibilità di sviluppo di una economia turistica per la Marca trevigiana: la definizione del prodotto turistico, che è per sua natura composito e intersettoriale, estendendosi dalla efficienza del sistema viario e dei trasporti, alla qualità del paesaggio, dalla fruibilità dei musei e dei beni di valore storico ed artistico alla certificazione dei servizi di accoglienza, ecc.

A confermare l'importanza strategica della cura del prodotto turistico è l'esito dell'indagine sulla composizione del mercato trevigiano che nel 2002 la Provincia ha commissionato al Centro Internazionale di Studi sul Turismo dell'Università di Venezia (del quale si allega, in calce al presente documento, il rapporto di sintesi). Lo studio aveva la finalità di evidenziare le criticità e le potenzialità del sistema di offerta turistica trevigiano. Ne emerge che la Marca è esclusa dai flussi di massa del turismo litoraneo estivo e sportivo invernale, mentre è interessata da nicchie di mercato che richiedono specifiche strategie per target ben definiti. In buona sostanza, la Marca ha un turismo orientato ai diversi valori culturali ed ambientali che il territorio esprime.

Semplificando, gli elementi del prodotto turistico trevigiano sono i seguenti:

- *Risorse territoriali: Città Murate, Ville Venete, Ambiti naturalistici, Parchi e Paesaggio, Luoghi della Grande Guerra, Itinerari dello Sport, Musei, Percorsi Montani, ecc.*
- *Eventi culturali: Grandi Mostre, Teatro, Manifestazioni musicali, Folklore, Kermesse sportive, ecc.*
- *Enogastronomia: itinerari rurali, prodotti tipici, rassegne, manifestazioni, ecc.*
- *Ricettività ed operatori: strutture alberghiere ed extra-alberghiere, agriturismo, Agenzie di Viaggio, Professioni Turistiche*
- *Infrastrutture: viabilità e segnaletica*

Tali elementi, però, non sono ancora integrati in una proposta unitaria e caratterizzata. Quanto a dire che la *Marca necessita di un approccio olistico per realizzare in maniera compiuta un sistema turistico che valorizzi le proprie risorse e sia in grado di definire i propri obiettivi di sviluppo e di controllare l'efficacia e l'efficienza delle proprie azioni.*

Ed è proprio tale approccio che fino al 2001 ha fatto difetto. Non sono mancati gli sforzi di integrazione fra i vari attori, che hanno prodotto comunque degli effetti sensibili di segno positivo. Il limite di tali sforzi è che si sono concentrati soprattutto sulla *promozione esterna* di cui si sono occupati l'Apt, il Consorzio di Promozione Turistica (CCIAA, Provincia, Unascom, Privati), la Provincia, le Associazioni di categoria, i singoli operatori, gli Enti Locali, la Comunità Montane, i Gal, ecc., in un quadro caratterizzato solo da una parziale integrazione fra i diversi soggetti portatori di interesse e da frequenti sovrapposizioni. Meno attenzione è stata prestata al prodotto turistico in se stesso, anche se non sono mancati casi degni di interesse.

La Provincia, dal canto suo, fino al 2001 ha contribuito allo sviluppo di una economia turistica con tre diverse tipologie di intervento:

- I. *Indirette*: salvaguardia urbanistica, protezione ambientale e tutela del paesaggio, interventi nell'ambito della viabilità, sostegno e promozione dei prodotti tipici, valorizzazione dell'agriturismo, miglioramento dei trasporti extraurbani, ecc.
- II. *Dirette per competenza tecnica*: classificazione e controllo delle strutture ricettive, autorizzazione alle professioni turistiche (Agenzie di Viaggio, Guide, ecc.), riconoscimento città d'arte, incentivi economici (ristrutturazioni alberghiere, azioni di incoming, attività CAI)
- III. *Dirette per scelta amministrativa*: sviluppo rete IAT (Uffici informativi turistici) in collaborazione con UNPLI e APT, partecipazione al Consorzio di Promozione Turistica con CCIAA Unascom e Operatori privati, coordinamento di eventi turistici (ad es. Marcastorica); assunzione di un ruolo fondamentale, nel territorio provinciale, attraverso la produzione e distribuzione in proprio e in collaborazione con gli enti locali, di eventi culturali con valenza anche turistica (concerti, spettacoli, mostre, gare sportive di livello, ecc.)

Il passaggio nel 2002 dell'Apt alla Provincia e l'approvazione del nuovo Testo Unico sul turismo hanno offerto all'Assessorato provinciale alla Cultura e al Turismo la possibilità di scegliere fra il proseguire in modo inerziale nel solco delle esperienze passate (comunque di segno positivo) o il lanciare la sfida di una pianificazione integrata per rispondere all'evoluzione del mercato.

La Giunta Provinciale ha deciso per la seconda ipotesi, sulla scorta delle seguenti valutazioni:

- (a) *il binomio Cultura-Turismo è inscindibile per la Marca Trevigiana;*
- (b) *il prodotto turistico trevigiano deve essere considerato come necessaria sintesi dei beni e dei valori culturali del territorio associati ai numerosi eventi o attività che a vario titolo costituiscono motivo di interesse e frequentazione da parte del pubblico;*
- (c) *sussiste l'esigenza di una correlazione forte fra prodotto, accoglienza e promozione.*

La Giunta Provinciale ha così assunto la decisione (Delibera del 5.04.2002) di riorganizzare il Settore VII prevedendo al suo interno una *Agenzia per la Cultura e il Turismo* con gli obiettivi dichiarati di:

- I. *gestire in modo coordinato le politiche per la Cultura ed il Turismo nella Marca;*
- II. *elaborare, di conseguenza, un piano di sviluppo del prodotto turistico in condivisione e gestione con i vari attori presenti sul Territorio istituzionali (e non), in correlazione con le strategie di accoglienza e di promozione.*

Allo scopo l'Agenzia è stata dotata di una struttura organica forte e ben definita (40 dipendenti circa) e di una sede unica presso Villa Gasparini. Oltre a risorse finanziarie e strumentali, l'Agenzia dispone di know-how ed è in grado di far interpretare alla Provincia il ruolo di soggetto deputato (anche per legge) al coordinamento territoriale nei seguenti tre piani di lavoro:

1. *Potenziamento della produzione e circuitazione di eventi culturali in collaborazione con gli Enti Locali;*
2. *Coordinamento interno con i settori a valenza territoriale: Urbanistica (per la tutela e la difesa del patrimonio architettonico e paesaggistico del territorio), Lavori Pubblici (per gli interventi strutturali della viabilità e della segnaletica attinenti i percorsi turistici), Agricoltura (per la tutela delle aree di produzione dei prodotti tipici e la loro promozione), Ecologia (per la tutela dell'ambiente e delle risorse ambientali) e i Trasporti (per l'integrazione del servizio).*
3. *Coordinamento esterno degli Enti Locali e degli altri portatori di interesse per i progetti di valorizzazione del Territorio sia in ordine alla definizione del prodotto turistico sia per garantire una corrispondenza fra accoglienza locale al turista e promozione, all'interno di un nuovo quadro semplificato per ruoli e competenze, senza interferenze e sovrapposizioni.*

Va sottolineato il fatto che l'arrivo degli uffici dell'ex-Apt è stata condizione necessaria ma non sufficiente per dar vita all'Agenzia. In realtà, per assolvere al ruolo richiesto alla Provincia nell'ambito della Cultura e del Turismo, l'Assessorato preposto aveva già da tempo realizzato progetti coordinati con enti locali, istituzioni ed associazioni che avevano comportato la riconfigurazione funzionale dei propri uffici, ai quali progressivamente è stato riconosciuto un nuovo ruolo progettuale.

Il Consiglio Provinciale in data 30.09.2002 ha approvato all'unanimità il documento contenente il programma operativo e la matrice di piano, ovverosia l'insieme di indirizzi e di criteri di redazione fondamentali per la progettazione del PTT. Tale documento viene qui riportato nella sua integrità, perché fornisce il contesto di comprensione dello schema di piano.

1 - Programma operativo

Premessa

Il Piano Territoriale Turistico (d'ora in poi denominato PTT) deve costituirsi come programma operativo dell'Agenzia Cultura e Turismo:

- (i) tale Piano va inteso nell'accezione ampia quale strumento di programmazione dello sviluppo e tutela del territorio;
- (ii) esso costituirà avvio e parte integrante del Piano Strategico Provinciale, inteso quale strumento di programmazione della crescita socio-economica della Marca Trevigiana nella integralità delle sue dimensioni costitutive.

Il PTT non è previsto da alcuna normativa specifica; nasce da una progettualità politica, amministrativa e tecnica; perciò la realizzazione delle sue previsioni avverrà in modo flessibile attraverso protocolli d'intesa, convenzioni, accordi di programma e scelte condivise risultato dell'attuazione di un processo di governo partecipato del Territorio.

Caratteri del PTT

Il PTT deve essere inteso come Piano processo, là dove stabilita l'intelaiatura generale (matrice), le singole sezioni tematiche - corrispondenti a progetti operativi - potranno essere definite, elaborate e realizzate con tempi e soluzioni diverse purché:

- (a) siano dotate di autonomia funzionale,
- (b) siano coerenti con la struttura di lavoro complessiva.

La scelta di ricorrere al modello del Piano Processo deriva dalla volontà di evitare soluzioni progettuali onnicomprensive, poiché queste nella usuale prassi:

- ◆ richiedono prolungate fasi di analisi, studio ed elaborazione, che spesso portano alla produzione di elaborati documentali e cartografici già datati e parzialmente superati dall'evoluzione del territorio;
- ◆ risentono del prevalere di una impostazione altamente teorica che, pur se di qualità, non risulta compatibile per tempi e risorse con una traduzione operativa dei progetti.

Il PTT, invece, deve essere uno strumento concreto costituito da un mix equilibrato di impostazione teorica e disposizione operativa.

Criteri di elaborazione del PTT

Il PTT, in quanto programma (supportato da proiezioni cartografiche) per gestire lo sviluppo della Marca trevigiana intesa come *sistema territoriale complesso* deve essere:

- a) *interdisciplinare*, per tener conto della pluralità delle esigenze e delle risorse (viabilità, trasporti, imprese, agricoltura, sociale, urbanistica, ambiente, ecc.), ponderate nel loro gioco di interrelazione, che convergono a definire il prodotto turistico da sviluppare o migliorare;

- b) *organico*, cioè in grado di mediare fra le diverse istanze individuando le direttrici di sviluppo in grado di ottimizzare l'uso delle risorse in un quadro di compatibilità nella gestione del territorio (bene non riproducibile, da valorizzare e tutelare contestualmente);
- c) *condiviso*, ovvero risultato della partecipazione ampia e governata di tutti i portatori di interesse a vario titolo (Comuni, Comunità Montane, CCIAA, Strutture Associate, Associazioni di Categoria, Operatori privati, ecc.);
- d) *realistico e selettivo*, in quanto pianifica per *assi fondamentali* di richiamo, aggregandovi solo quello che ha una effettiva rilevanza per l'economia turistica e culturale (deve essere scartato sia ciò che pur di per sé interessante sfugge a questo criterio di significanza, sia quanto non offre sufficienti garanzie di realizzazione in tempi certi);
- e) *economico*, poiché sarà curato da risorse professionali interne a conoscenza delle reali problematiche del territorio, fatta salva l'opportunità del ricorso a qualificati apporti specialistici esterni, ed utilizzerà come base documentale i progetti e gli studi già in dotazione (PTP, Programma opere pubbliche, Piano dei Trasporti, Piano Ambientale, ecc.);
- f) *progressivo*, in quanto, adottata la matrice, potrà essere strutturato in tempi rapidi come strumento flessibile non perfetto ma perfettibile, da implementare e modificare a seconda delle indicazioni e delle opportunità che potranno emergere da successivi approfondimenti, anche in relazione all'andamento della domanda e dell'offerta del mercato turistico-culturale.

Fasi di redazione

La prima fase,

riassunta dal presente documento, attiene la definizione ed approvazione da parte della Giunta e del Consiglio Provinciale della matrice del PTT, inteso come Piano processo, che definisce finalità, caratteri, criteri di costruzione del PTT stesso.

La seconda fase

attiene l'attivazione dei tavoli di concertazione con i diversi portatori di interesse (Comunità Montane, Comuni, Associazioni, Operatori privati, ecc.) per la costruzione e realizzazione delle singole sezioni - progetti obiettivo - del PTT.

2 - Definizione della Matrice

Fanno parte della matrice di piano i criteri generali su indicati e che pertanto diventano criteri regolatori sia per la definizione della matrice, sia per la futura evoluzione delle Sezioni di Piano.

Articolazione della Matrice

- A. Strumenti di pianificazione già elaborati e Studi Territoriali
- B. Metodologia di elaborazione
- C. Indirizzi progettuali

A - Strumenti di pianificazione già elaborati e Studi Territoriali

In merito al primo punto si avranno come elementi compositivi del PTT i seguenti strumenti di pianificazione e gli studi già prodotti dalla Provincia di Treviso, o a sua disposizione, nel più recente periodo:

- ◆ Piano Territoriale Provinciale
- ◆ Piano di Area del Montello
- ◆ Piano di Area della Pedemontana Vittoriese
- ◆ Piano di Area del Piave
- ◆ Piano di Settore Ambientale e Paesaggistico dei Colli Asolani
- ◆ Piano della Viabilità
- ◆ Piano dei Trasporti
- ◆ Piano dei Rifiuti
- ◆ Piano delle Attività Estrattive
- ◆ Piano della Protezione Civile
- ◆ Atlante del Paesaggio Trevigiano
- ◆ Carta ittica
- ◆ Censimento delle Ville Venete
- ◆ Stato dell'Ambiente
- ◆ Serie di cartografie tematiche sul turismo trevigiano
- ◆ Piano Faunistico
- ◆ Piano di Sviluppo delle Comunità Montane
- ◆ Piano Generale di Bonifica e Tutela del Territorio Rurale

È da intendersi che il soprascritto elenco non è esaustivo e, pertanto, nella attività di pianificazione sarà di volta in volta integrato, sulla scorta delle effettive esigenze progettuali, anche da strumenti e studi, prodotti da altri soggetti pubblici o privati, a disposizione. Tutti questi elaborati costituiscono risorsa di informazione e conoscenza tecnico-scientifica, nonché elementi fondamentali per la pianificazione del territorio nella pluralità dei suoi aspetti.

Si tratta di un patrimonio documentale la cui elaborazione, negli ultimi 10 anni, ha comportato un cospicuo investimento finanziario, economico e di risorse umane da parte dell'Ente e che oggi, 2002, diventa risorsa imprescindibile sia per l'elaborazione del PTT, sia per la futura costruzione del "Piano Strategico" della Provincia di Treviso.

Pertanto si assumono i succitati documenti:

1. *come contesto conoscitivo di riferimento per la progettazione delle varie componenti del Piano;*
2. *come risorse strumentali per l'elaborazione dei contenuti e delle previsioni cartografiche delle varie Sezioni di Piano.*

Tale operazione progettuale comporterà di conseguenza una rilettura ponderata e selettiva dei contenuti dei nuovi Piani e Studi disponibili secondo la chiave interpretativa turistica e culturale, con la possibilità di implementazioni mirate dei dati e degli obiettivi legate all'evoluzione del territorio ed a nuove specifiche esigenze.

A questo proposito si evidenzia la profonda differenza sussistente tra gli strumenti di pianificazione "classici" compresi quelli già prodotti dall'Ente e già adottati come risorsa ed il PTT inteso come Piano Processo.

Gli strumenti "classici":

1. *sono strumenti che esprimono efficacia temporale di medio-lungo periodo;*
2. *individuano, sulla scorta di analisi e valutazioni mirate, lo sviluppo di un territorio prevedendo indirizzi, salvaguardie e prescrizioni;*
3. *la realizzazione delle previsioni di piano è poi il risultato della pluralità di azioni che soggetti diversi, in tempi e con motivazioni differenti, vanno ad attuare nel rispetto dello strumento pianificatorio.*

Il PTT invece parte dal bisogno di interconnettere e governare *hic et nunc* la famiglia di soggetti che sono portatori di interesse a vario titolo, in ordine allo sviluppo di una economia turistica; pertanto ha il compito concreto di coagulare le azioni di tali diversi soggetti in progetti esecutivi da attuare in tempi medio-brevi, previo il raggiungimento di un accordo in grado di prevedere:

- (a) il campo di interesse,
- (b) le risorse necessarie per l'attuazione del progetto e
- (c) i tempi di realizzazione.

Da questa impostazione derivano alcune conseguenze circa il piano processo PTT che:

- (i) è da intendere come strumento complementare alla pianificazione classica in quanto in essa trova il quadro conoscitivo d'insieme e da essa attinge in modo selettivo in funzione della propria finalità (vedi criteri di costruzione del PTT);
- (ii) è uno strumento strategico nel senso metaforico e reale del termine in quanto serve quale strumento di governo partecipato per realizzare azioni in grado di potenziare la capacità competitiva del territorio;
- (iii) ha un carattere inevitabilmente intersettoriale e richiede per la sua elaborazione ed attuazione la compartecipazione ad assetto variabile di una varietà di materie e competenze sia interne che esterne dell'Ente.

B - Metodologia di elaborazione del PTT

1. Referente politico è l'Assessore di Reparto, coadiuvato dal Direttore Generale con la collaborazione dell'Assessore all'Urbanistica; il referente tecnico è il Dirigente dell'Agenzia Cultura e Turismo.
2. Per la costruzione del PTT e dei vari contenuti cartografici, normativi e relazionali, ci si avvarrà della collaborazione dei diversi Settori dell'Ente, in particolare del Settore Gestione del Territorio, col supporto tecnico dell'Unità di pianificazione territoriale, coadiuvato dal Sistema Informativo Territoriale Integrato. La stessa Unità di pianificazione territoriale va intesa, come cellula di servizio oggi per il PTT e domani per il Piano Strategico della Provincia.
3. Saranno attivati team progettuali (a geometria variabile, in relazione ai temi delle diverse sezioni di piano) formati dai responsabili dei vari Settori in cui si articola l'Amministrazione, che potranno avvalersi a seconda delle necessità di sottogruppi specialistici di progetto interni o di consulenze esterne mirate.
4. Il sistema informatico/informativo dell'Ente, nelle sue diverse articolazione, sarà struttura deputata alla rielaborazione dei dati cartografici utili per la costruzione del PTT.
5. Editing:
 - 5.1. *Relazione di progetto*
 - 5.2. *Studi settoriali e specialistici mirati*
 - 5.3. *Normativa*
 - 5.4. *Schemi di accordo*
 - 5.5. *Cartografia di piano, Banca Dati, WEB*
 - 5.6. *Intranet per i sussidi applicativi*

C - Indirizzi progettuali

Le indicazioni progettuali sono quelle indicate dalla delibera di Giunta Provinciale del 5.4.2002. In particolare si richiamano qui i seguenti nuclei tematici che possono valere come elementi compositivi delle sezioni di piano:

- Le valenze monumentali (i centri storici, le città murate, le ville venete, i luoghi della Grande Guerra, la Strada Romana Claudia Augusta Altinate, ecc ...).
- Gli ambiti del paesaggio (individuazione delle aree caratteristiche, elaborazione dei criteri e delle norme per la loro conservazione; certificazione delle "icone" di paesaggio, ad esempio il "Paesaggio del Cima", il "Paesaggio del giorgine", il "Paesaggio del Canova", ecc.)
- Gli ambiti naturalistici, le riserve naturali, i parchi
- Il sistema dell'ospitalità, le strutture ricettive, le dimore storiche offerte al turista, ecc.
- Il sistema legato alla formazione e all'aggiornamento delle professionalità
- Il sistema del benessere
- Il turismo montano e pedemontano
- Il sistema dello sport e del tempo libero
- Il sistema della cultura e della storia
- Il sistema museale
- Il sistema della religiosità
- Il circuito dei trasporti
- Il sistema scientifico (l'astronomia, l'archeologia, l'eco-museo, la geologia, ecc...)
- Il sistema dell'enogastronomia

Costituiscono obiettivi fondamentali del PTT, da realizzarsi attraverso l'attività dell'Agenzia Cultura e Turismo:

1. la definizione dei Distretti Turistici, intesi come luoghi di integrazione tra prodotto turistico, la sua promozione e l'accoglienza al turista;
2. l'attivazione di un sistema turistico locale, così come previsto dall'ultima legge nazionale sul turismo - 2001 (anche per accedere a finanziamenti, regionali ed Europei).

Si riporta di seguito la sezione dedicata alla Marca trevigiana nel documento di Programmazione triennale della Regione Veneto. Come è dato di evincere, sussiste una corrispondenza forte fra le linee di sviluppo individuate nel documento regionale e i contenuti dello schema di piano predisposto dall'Agenzia per la Cultura e il Turismo della Provincia di Treviso.

Sistema Turistico Locale 3 - TREVISO

Premessa

Si tratta di un comprensorio fondamentalmente omogeneo, relativamente poco polarizzato, con un turismo in crescita, alimentato da motivazioni leisure/culturali e business, con una molteplicità di centri di attrattiva. Piuttosto dinamica l'offerta, soprattutto di attrazioni. Pur se la percentuale di arrivi sul totale regionale è limitato, deve anche essere considerato rilevante l'escursionismo di fine settimana, soprattutto per alcuni prodotti. La stagionalità non vede picchi estivi, ma anzi leggero calo in agosto (soprattutto per gli italiani).

Prodotti/mercati

Data la mancanza di tipologie di prodotto prevalenti (secondo l'accezione in legenda), l'insieme di prodotti e di motivazioni servite è abbastanza ampio (naturalistico, enogastronomico, culturale, d'affari). E' tuttavia necessaria un'azione di rafforzamento e di consolidamento dei diversi prodotti sviluppati, ciascuno nel proprio ambito competitivo, così da accrescere le quote di mercato e consolidare il posizionamento. Da segnalare per alcune località la dipendenza dal sistema turistico veneziano.

Mercati

Differenziazione per origine

Tradizionali

Italia (Lombardia, Veneto, Lazio, Piemonte, Emilia)

Germania, Usa, GB

Emersi

Altri paesi extra-europei

Est Europa

Potenziali/rafforzamento: mercati anglosassoni, francesi

Presenza di escursionismo

Differenziazione per tipologia/motivazione

Forte incidenza della motivazione d'affari

Breve soggiorno

Significativa presenza di motivazioni diffuse e differenziate per i vari prodotti e loro combinazioni per il leisure (soprattutto per escursionismo)

	Prodotti nel STL	Note/posizionamento	Obiettivi/interventi
LACUALE TRADIZIONALE	**	Circoscritto, autonomo, minore	Consolidamento, inserimento in altri prodotti
CULTURALE		Sviluppato nel capoluogo e in diversi centri, con forte componente d'affari	Rafforzamento immagine turistica Incremento flussi e n. presenze Razionalizzazione/indirizzo offerta e controllo qualità
Tradizionale	**	Supporto ai centri d'arte principali in alcune località (inserite nella regione turistica veneziana)	Razionalizzazione
Centri minori	***	Sviluppato nei vari centri, alcuni dotati di unicità e forte posizionamento	Consolidamento immagine turistico-culturale Collegamento con altre aree
Tradizioni/ enogastronomia Prodotti tipici	***	Buon posizionamento Significativa presenza di escursionismo	Da consolidare - contributo di diversi settori
Artigianato prodotti shopping	**	Spontaneo, di vario tipo (sia per prodotti industriali che artigianali)	Controllo qualità, diffusione informazione, integrazione con gli altri aspetti turistici
Archeologia industriale	*	Poco sviluppato	
Itinerari	**	Sviluppati e richiesti, con particolare riferimento a strade del vino, itinerari della grande guerra, ecc.	da rafforzare la fruibilità, aumentare la notorietà (collegamento con altri STL) ☞ Strada del vino ☞ Percorso grande guerra ☞ Siti lungo la Claudia Augusta ☞ Castelli e Castellieri
Eventi	**	Sviluppati, anche se circoscritti	Aumento notorietà; trasf. Escurs in soggiorno

**** = Prevalente: risorsa "core"; *** = Sviluppato da consolidare e mantenere; ** = Statico - Emergente di supporto/arricchimento; * = potenziale o esistente/ poco valorizzati

	Prodotti nel STL	Note/posizionamento	Obiettivi/interventi
AMBIENTALE/ NATURALE			
Tradizionale	*	Escursionistico, paesaggistico	
Parchi naturali	*	In via di sviluppo (parco Sile)	Aumento notorietà, servizi
Fluviale	*	In via di sviluppo, meta escursionistica-scolastica	Interventi per rendere fruibile e riconoscibile il percorso dell'asta del Sile
Ciclo-escursionismo	**	Sviluppato, anche spontaneamente (associazioni, ecc.)	Creazione circuiti effettivi Valorizzazione di aree specifiche (es. Montello) e legame con altre aree
Percorsi	**	Sviluppato	Potenziamento sistema sentieristico in alcune aree: es. Alta via Grappa-Cansiglio
Itinerari	**	Sviluppati e richiesti, con particolare riferimento a strade del vino, itinerari della grande guerra, ecc.	da rafforzare la fruibilità, aumentare la notorietà (collegamento con altri STL) ☞ <i>Strada del vino</i> ☞ <i>Percorso grande guerra</i> ☞ <i>Siti lungo la Claudia Augusta</i> ☞ <i>Castelli e Castellieri</i>

**** = Prevalente: risorsa "core"; *** = Sviluppato da consolidare e mantenere; ** = Statico - Emergente di supporto/arricchimento; * = potenziale o esistente/ poco valorizzati

	Prodotti nel STL	Note/posizionamento	Obiettivi/interventi
SPORTIVO			
Agonismo	**	Legato ad eventi (non sistematici)	
Attivo/amatoriale	**	Principalmente spontaneo	Creazioni condizioni - notorietà della specificità
Sport montani estivi	**	Specifici (deltaplano, ecc.)	
Attrazioni e locali			
BUSINESS			
Lavoro/fiere	***	Sviluppato, spontaneo	Razionalizzazione, conoscenza; aumento relazione con altre attrattive
Congressi	*	In via di sviluppo, legato a strutture private (piccoli numeri)	

**** = Prevalente: risorsa "core"; *** = Sviluppato da consolidare e mantenere; ** = Statico - Emergente di supporto/arricchimento; * = potenziale o esistente/ poco valorizzati

OBIETTIVI DELLO STUDIO

- 1) CONOSCERE LA DOMANDA e le relazioni tra offerta attuale di servizi e iniziative e flussi di visitatori
 - ◆ Dettaglio **territoriale**
 - ◆ Dettaglio **temporale** (*andamento storico, stagionale, ecc.*)
 - ◆ Dettaglio sulla segmentazione della domanda (*origine, turista/escursionista, motivazione, ...*)
- 2) PROPORRE METODI E STRUMENTI per la raccolta dati e informazioni sulla domanda turistica a partire dalla situazione attuale del sistema di accoglienza-informazione
 - ◆ Ruolo degli attori
 - ◆ Ruolo degli uffici
- 3) Proporre prime linee di sviluppo di un SISTEMA INFORMATIVO turistico:
 - ◆ **coerente** con le modalità esistenti in loco e con gli sviluppi in atto
 - ◆ che dia la possibilità di **raffronto con altre destinazioni** e Province
 - ◆ **utile all'analisi** dell'evoluzione e quindi al monitoraggio

LE ATTIVITÀ

ANALISI E RIELABORAZIONE DATI e materiali esistenti (serie annuali, mensili, distinzione per comprensorio)

- ◆ evoluzione in generale
- ◆ impatto di eventi: studio pilota sulla Mostra presso la Casa dei Carraresi

ANALISI DEL MERCATO INTERNAZIONALE (motivazioni, caratteristiche, spesa) sulla base della **banca dati dell'Ufficio Italiano Cambi** (indagine alle frontiere)

ELABORAZIONE DI QUESTIONARI **schede di rilevazione** ecc., anche al fine di **sistematizzare alcuni ambiti di osservazione** (escursionismo, motivazioni/segmenti, turismo d'affari, ruolo di particolari attrattori)

RELAZIONE SULLA SITUAZIONE ESISTENTE e valutazioni di sintesi

OBIETTIVI STRATEGICI

Definizione degli obiettivi per lo sviluppo turistico della provincia generali e specifici:

- ◆ aumento del tasso di occupazione, soprattutto in alcuni periodi
- ◆ valorizzazione nei fine settimana e differenziazione
- ◆ aumento della spesa turistica
- ◆ rafforzamento del legame tra ospitalità alberghiera e territorio

Valutazione dell'impatto di eventi o interventi sui flussi turistici e sulle ricadute economiche

Programmazione/progettazione di prodotti turistici specifici (es. enogastronomia, sport, cultura ...)

Miglioramento dell'accoglienza

LA PROVINCIA DI TREVISO NEL CONTESTO REGIONALE

4,6% degli arrivi (546.522 su 11.977.334 nel 2001)

2,3% delle presenze (1.307.361 su 57.821.361 nel 2001)

Permanenza media: 2,5 gg. (Veneto: 4,8)

58% della domanda è italiana (315.553 arrivi nel 2001): Lombardia, Veneto, Lazio

42% della domanda è straniera: Germania, Paesi anglosassoni, Europa orientale (Veneto: 62%)

5% l'incremento medio degli arrivi negli anni '90 (Veneto: 4,3%)

Prodotto complesso senza grandi poli di attrazione

Flussi turistici diffusi, in buona parte legati a impegni e occasioni di lavoro

LE PERFORMANCE RECENTI : DOMANDA

(Periodo 1998-2001)

+14,7% degli arrivi stranieri (+3,5% m.a.)

+12,7% degli arrivi italiani (+3% m.a.)

(in totale +3,3% m.a. arrivi e +3,2% m.a. presenze)

LE PERFORMANCE RECENTI: OFFERTA

(Periodo 1998-2001)

Il 70% dei posti letto è nelle strutture alberghiere

TASSO DI OCCUPAZIONE: 50%

+14% dei posti letto nell'alberghiero

+55% nei 4 stelle (costituiscono oggi il 37% del totale p.l. alberghieri)

+15% nei 3 stelle (costituiscono oggi il 36%)

Quasi raddoppiati i posti letto nell'extralberghiero (da 1475 a 2767)

La scelta della struttura ricettiva:

il 96% degli arrivi e l' 85,6% delle presenze sono negli alberghi

37% delle presenze alberghiere sono nei 4-5 stelle e il 38% nei 3 stelle

ANALISI MENSILE

I bimestri giugno-luglio e settembre-ottobre concentrano quasi il 40% delle presenze totali date dalla somma del turismo business e leisure

Nel mese di agosto si avverte invece un calo significativo (circa il 14% in meno rispetto agli altri mesi estivi) provocato soprattutto dalla componente italiana.

IL CONFRONTO TRA COMPRESORI

4 comprensori su 10 rilevano **una quota di posti letto sul totale pari o superiore al 10%:**

TREVISO SUD

TREVISO CAPOLUOGO

CONEGLIANESE

OPITERGINO-MOTTENSE

Dall'analisi emerge la corrispondenza tra distribuzione dei posti letto e degli arrivi nei diversi comprensori e la dinamica recente mostra un **ANDAMENTO COMPLESSIVAMENTE POSITIVO**

Risultati **superiori alla media** per: **TV-Nord, TV-Sud, Valdobbiadene, Opitergino**

Emerge la **maggiore durata del soggiorno nel Vittoriese e nell'Asolano** dove si riscontra una tipologia di turismo a carattere PIÙ SPICCATAMENTE VACANZIERO ED ESTIVO

La distribuzione mensile è condizionata dalla tipologia di prodotto turistico consumato e dalle attrazioni e servizi presenti

Il movimento si dimezza nel mese di agosto per:

CASTELLANA, MONTEBELLUNESE, CONEGLIANESE, VALDOBBIADENESE E OPITERGINO

Limitato il calo di TV-CAPOLUOGO e ASOLO (dove aumentano però le presenze)

Quasi costante l'andamento di **TV-NORD**

Nel **VITTORIESE** (Lago di Revine) e a **TV-SUD** (ricettivo per Venezia) **si registrano picchi significativi nel periodo "vacanziero"** giugno-settembre

La distribuzione per origine della domanda registra generalmente una preponderanza di quella italiana ad eccezione di Treviso Sud che vede invece una percentuale maggiore nella domanda straniera.

Infine la distribuzione per tipologia ricettiva registra una prevalenza del segmento "alberghiero" in tutti i comprensori, anche se l'asolano segna il passo verso nuove forme di "accoglienza turistica".

FOCUS SUL TURISMO INTERNAZIONALE

Da un'analisi alle frontiere dell'Ufficio Italiano Cambi emerge quanto segue:

I turisti internazionali vengono in Provincia di Treviso essenzialmente per turismo (35,9%), per visite a parenti (11,4%), lavoro occasionale (31,1%). Gli escursionisti internazionali vengono essenzialmente per lavoro occasionale (62,4%) e per shopping (24%)

Motivazioni per comprensorio:

- ◆ Percentuale turismo business superiore alla media in Castellana (59%), Montebellunese e Opitergino-Mottense
- ◆ Ruolo più significativo del leisure nel Vittoriese (80%), Asolano (65%), Treviso Nord, Valdobbiadonese

Tipologie di alloggio utilizzate: essenzialmente alberghiero (62,0%)

LA SPESA E IL FATTURATO - Turismo Internazionale

	Spesa media giorni. procapite	Fatturato (milioni di euro)
Italia	83 euro	28.800
Veneto	77 euro	4.800
Provincia TV	70 euro	91
Provincia VE	62 euro	1.400

Giudizi: Il territorio provinciale emerge per le seguenti caratteristiche: pasti, acquisti, cortesia e arte. I valori più bassi si registrano invece sui prezzi, le informazioni e la sicurezza.

I comprensori che registrano i giudizi più positivi sono: l'asolano, il valdobbiadonese, treviso nord e l'area castellana.

L'IMPATTO DELL'EVENTO "MOSTRA CASA DEI CARRARESI"

- ◆ **effetto significativo** sul movimento degli Italiani
- ◆ movimento **straniero** pernottante ancora indifferente: crescono gli escursionisti

Le variazioni prodotte dalla mostra non sono facilmente isolabili da altre cause, si ritiene comunque che gli effetti siano in espansione.

Stamperia della Provincia di Treviso

Marzo 2004