



**PIANO ESECUTIVO**

**PROGETTO DI ECCELLENZA TURISMO GREEN E BLU- ESPERIENZE  
DI CAMMINI E PERCORSI CICLABILI**

Promozione e valorizzazione degli itinerari esperienziali  
legati ai turismi all'aria aperta

Regione **Lombardia (CAPOFILA)** - Regione **Friuli Venezia Giulia** - Regione **Liguria**  
Regione **Piemonte** - Regione **Emilia Romagna** - Regione **Veneto** - Regione **Valle d'Aosta**

## 1. Anagrafica

**Regione Lombardia:** Direzione Generale Sviluppo economico – Unità Organizzativa Attrattività integrata, Turismo, Moda e Design

**Responsabile dell'attuazione dell'Accordo:** Antonella PRETE

**Recapiti:** Telefono 02/67654695 - Fax 02/67652960 – e-mail: [antonella\\_prete@regione.lombardia.it](mailto:antonella_prete@regione.lombardia.it)

**Regione del Veneto – Dipartimento Turismo – Sezione turismo – Direttore dr. Paolo Rosso**

**Recapiti:** Telefono 041/2792644 – Fax 041/2792601 – e.mail: [turismo@regione.veneto.it](mailto:turismo@regione.veneto.it)

**Regione** \_\_\_\_

**Regione** \_\_\_\_

**Regione** \_\_\_\_

**Regione** \_\_\_\_

## 2. Analisi di contesto

### 2.1 Il contesto interregionale

Sulla scorta dell'intesa siglata in data 11 dicembre 2015 tra la Regione Lombardia Liguria e Piemonte, finalizzata a rafforzare la collaborazione sui temi del turismo e dell'attrattività del territorio in chiave macro-regionale, si è sviluppata l'opportunità di attivare una partnership interregionale più estesa che comprenda anche azioni che coinvolgano i territori del Friuli Venezia Giulia, Liguria, Piemonte, Emilia Romagna, Veneto.

Lo sviluppo di specifici prodotti turistici e la promozione di esperienze turistiche del Nord Italia costituiscono un'ottima chance per la promozione non solo sui mercati interni ma soprattutto su quelli internazionali permettendo l'ottimizzazione di risorse, la valorizzazione sinergica di territori contermini e la possibilità di sviluppare percorsi che incrementino l'attrattività dei rispettivi territori, senza snaturarne le singole vocazioni, ma facilitando la realizzazione di pacchetti che mirino anche alla destagionalizzazione dell'offerta ed al prolungamento delle permanenze.

Il progetto mira alla **progettazione e alla promozione di specifici prodotti turistici** che garantiscano la fruizione eco-turistica del territorio, attraverso il ricorso alla mobilità dolce (escursionismo, valorizzazione della montagna cicloturismo ecc.) e l'accesso a risorse tipiche del territorio.

Si intende porre le basi per una progressiva costituzione di un indotto produttivo **vacanziero verde, a basso impatto ambientale**, centrato su tutti gli operatori della filiera turistica e produttiva.

### 2.2 Il contesto attuale dell'offerta delle Regioni del Nord Italia, in relazione alle finalità del progetto

Le regioni coinvolte nel progetto, per la loro conformazione geomorfologica e per il portato della loro storia, godono di un **elevato potenziale di attrattività verso i turisti particolarmente sensibili al turismo di scoperta, sostenibile, all'aria aperta, attivo:**

- Ampie zone di pregio paesaggistico e sottoposte a tutela ambientale, spesso "naturalmente" isolate dal traffico automobilistico e poco frequentate da quello pedonale
- Un'estrema varietà del paesaggio: scorci montani, percorsi escursionistici con possibilità di messa in rete di tragitti di più giorni che valorizzino anche le eccellenze della ricettività dei rifugi, passeggiate lungo laghi, fiumi e sulle coste, pianure agricole, senza dimenticare la presenza dei centri storici e antichi borghi, che ben si coniugano con i ritmi di fruizione lenta piuttosto che ampie aree dove effettuare turismo attivo e sostenibile.
- Una straordinaria offerta culturale, paesaggistica, naturalistica ed enogastronomica
- Itinerari storico-religiosi e borghi culturali unici nel loro genere

La messa a sistema del patrimonio e dell'offerta delle regioni partner costituisce un ambito territoriale di forte appeal sui mercati internazionali per il carattere di estensione, tipicità ed eccellenza.

Altro obiettivo è l'allungamento delle stagioni turistiche ai periodi di spalla, quando maggiore è la possibilità di vivere esperienze autentiche con un vero spirito di scoperta dei luoghi che si visitano.

### **2.3. Il contesto della Regione Veneto**

Il Veneto, perseguendo finalità legate ad un turismo sostenibile, ha negli anni sviluppato un'offerta turistica legata al mondo della bicicletta, del cavallo, dei cammini. La capitalizzazione dei risultati conseguiti nel passato nei segmenti del cicloturismo, del turismo equestre, del turismo religioso hanno in questo progetto le loro finalità.

#### **Il Cicloturismo**

La rete dei percorsi regionali si è sviluppata prima di tutto con riferimento ad un turismo slow (leisure) per poi abbracciare il turista più sportivo che preferisce la mountain bike (MTB) o la bicicletta da corsa. Di seguito una breve descrizione.

##### **Leisure:** il piacere del viaggio

Il Veneto in bicicletta è una proposta di viaggio per chi è la ricerca della dimensione lenta, ludica e leggera della vacanza. La Regione Veneto ha selezionato 4 itinerari, ognuno diviso per tappe, di percorrenza settimanale, e 7 escursioni giornaliere per scoprire le ricchezze storico-artistiche e paesaggistiche del territorio. I percorsi sono sicuri, pianeggianti, asfaltati e segnalati con apposita segnaletica turistica.

##### **Mountain:** il contatto con la natura

Le vette alpine e le numerose colline del territorio veneto permettono al turista appassionato di MTB di trascorrere la vacanza in armonia con la natura e all'aria aperta. Nelle valli delle Dolomiti bellunesi è possibile pedalare attraverso i boschi secolari per arrivare ai piedi delle pareti di roccia. Le strade delle prealpi conducono su cime dove lo sguardo spazia dalle Dolomiti al mare Adriatico, mentre le salite delle colline trevigiane e veronesi consentono di accedere nei paesaggi vitati dove nascono vini famosi nel mondo. Nei ripidi versanti vulcanici dei Colli euganei lo sport si sposa al benessere delle acque e delle argille termali.

##### **Road:** il mito del Giro di Italia

In primavera, quando i prati e boschi si rivestono di verde brillante, le strade del Veneto si tingono di rosa per ospitare una delle corse a tappe più famose del mondo: il Giro d'Italia. Dalle strade di fondovalle fino ai passi dolomitici gli appassionati del pedale e gli abitanti accendono la festa per sostenere le imprese dei campioni del ciclismo. Passata la corsa, che scrive anno dopo anno una nuova pagina al mito, il fascino dell'evento viene custodito da un ambiente naturale unico ed inimitabile. Le grida di incitamento che riempiono le strade lasciano spazio ai suoni agresti della collina e della campagna, mentre in montagna tornano i profondi silenzi dei boschi e dei prati. Per tutti gli appassionati la fatica è gratificata da discese divertenti e da paesaggi inimitabili, come quelli delle Dolomiti, dell'Altopiano di Asiago dei colli del prosecco, della Valpolicella e dei Colli euganei e berici.

#### **Il Turismo equestre**

L'evoluzione della rete dei percorsi a cavallo nasce dai successi riscontrati negli anni a Fieracavalli in quanto sempre più turisti apprezzano la natura in sella al loro cavallo. Il Veneto è un felice connubio di turismo e agricoltura che risulta in un'offerta che coniuga ottimamente ambiente ed enogastronomia, in tal senso sono state realizzate in passato brochure promozionali in collaborazione con le Associazioni agrituristiche. La capitalizzazione dei risultati conseguiti vuole portare a sviluppare dodici percorsi.

### I cammini di fede

Sono presenti in Veneto numerosi attrattori turistico-religiosi che sono già stati in parte valorizzati con itinerari: i percorsi religiosi legati ai luoghi sacri più importanti e ai Santi più noti (Venezia e San Marco, Padova e Sant'Antonio, Vicenza e la Madonna di Monte Berico, ecc.), la Via dei Papi in Provincia di Belluno e Treviso, la Via di Karol che è l'itinerario europeo dei piccoli santuari, l'itinerario della fede Via Francigena dell'est, l'itinerario di fede Mariano. Con il presente progetto si intendono consolidare le attività di conoscenza dei luoghi della fede e sviluppare nuovi itinerari.

### **3. Strategia**

Il progetto prevede la realizzazione di azioni comuni e interventi realizzati dalle singole Regioni partner che implementino e valorizzino specifici tipiche dei propri territori, in sinergia alle linee comuni.

La veicolazione delle attività e la promozione delle iniziative sarà curata da Explora anche in coordinamento con le attività di ENIT, il coordinamento istituzionale sarà svolto da Regione Lombardia con i rispettivi Settori specifici individuati dalle singole Regioni

Nel caso di mercati obiettivo o di prodotti turistici specifici che possano risultare prioritari solo per alcune Regioni, le stesse opereranno secondo quanto previsto nelle azioni proprie come richiamato nel quadro del contesto generale del progetto.

### **4. Tematismi e linee d'intervento comuni**

Il fulcro del progetto è quello di offrire ai turisti esperienze a 360° che si intendono sviluppare prioritariamente secondo tre asset:

- **Sport**

Si intendono sviluppare azioni per la valorizzazione dei prodotti di eccellenza che rendono unico questo nuovo ambito macroregionale quali:

- Cicloturismo e MTB
- Trekking
- Walking
- Sport acquatici
- Vacanza attiva

- **Natura**

Verranno valorizzati itinerari ed attività che permettono di scoprire panorami naturali sempre capaci di sorprendere, dominati da vette, acqua e roccia, immersi nel bianco della neve, nei silenzi del verde e dei boschi, nei paesaggi montani o nella quiete dei fiumi dei laghi e di calette marine promuovendo:

- Escursioni nei parchi naturali a piedi, in bicicletta, in barca. Particolare enfasi verrà data all'elemento educativo delle attività
- Bird watching
- Soggiorni in alpeggio
- Workshop fotografici nelle aree protette
- Sport attivo in natura

- **Tradizione e riscoperta**

Verranno proposte forme di turismo esperienziale, che rispettino l'ambiente, le persone e le tradizioni e portino il turista a riscoprire se stesso nonché opportunità di turismo attivo per intercettare più ampi flussi di turisti soddisfacendone le esigenze richieste. Si intende valorizzare:

- Cammini storico-religiosi ed attività «extra-ordinarie»
- Itinerari tra i borghi
- Soggiorni in chalet o in luoghi di accoglienza rurali, rifugi, lontani dalla massa
- Percorsi interregionali

Un ulteriore tema, legato all'enogastronomia, sarà un elemento di integrazione possibile, trasversale a tutti i cluster. I turisti verranno portati alla scoperta della cultura enogastronomica e delle tradizioni dei territori (con particolare attenzione ai differenti target: famiglie, sportivi, etc)

#### **5. Tipologia delle azioni comuni**

- a) Linea di intervento I - Mappatura e valorizzazione delle attrattive sulla base di criteri condivisi
- b) Linea di intervento II - Sviluppo di offerte turistiche congiunte che comprendano le due o più regioni, legate soprattutto ai temi che rappresentano tutte le regioni coinvolte nel progetto:
  - Cicloturismo (macropercorsi di proseguimento/variante/connesione di itinerari già esistenti)
  - Trekking: macropercorsi di più giorni
  - Parchi naturalistici: pacchetti integrati
- c) Linea di intervento III - Promozione delle azioni di cui sopra tramite:
  - 1. Sviluppo di una landing page snella in cui vengono promossi tramite storytelling i prodotti sovraregionali e, tramite link, anche i prodotti delle singole regioni legati al tema green/outdoor
  - 2. Materiali cartacei congiunti
  - 3. Organizzazione di tappe tematiche di #thenorthersideofItalia per influencer
  - 4. Organizzazione di un tour itinerante di workshop fotografici naturalistici, i cui contenuti prodotti vengono lasciati ai territori ed utilizzati per promozione online/offline
  - 5. Organizzazione di fam trip e press trip
  - 6. Sales missions nei mercati target
  - 7. Piano media coordinato
  - 8. Partecipazione congiunta a fiere di settore nei principali mercati target, tramite stand dedicato all'outdoor e al green nel Nord Italia.

#### Mercati target:

- Germania
- Paesi Scandinavi
- Svizzera
- Francia
- UK



Piano finanziario complessivo INTERVENTI COMUNI 2017

AZIONI COMUNI	Regione Lombardia		Regione Piemonte		Regione Liguria		Regione FVG		Regione Valle d'Aosta		Regione Veneto		Regione Emilia Romagna		Totale
	L.27.12.06 n. 296	Risorse proprie	L. 27.12.06 n. 296	Risorse proprie	L. 27.12.06 n. 296	Risorse proprie	L. 27.12.2006 n. 296	Risorse proprie	L. 27.12.06 n. 296	Risorse proprie	L. 27.12.06 n. 296	Risorse proprie	L. 27.12.2006 n. 296	Risorse proprie	
Linea di intervento I	€ 6.300	€ 700	€ 6.300	€ 700	€ 6.300	€ 700	€ 6.300	€ 700	€ 6.300	€ 700	€ 6.300	€ 700	€ 6.300	€ 700	
Linea di intervento II	€ 5.400	€ 600	€ 5.400	€ 600	€ 5.400	€ 600	€ 5.400	€ 600	€ 5.400	€ 600	€ 5.400	€ 600	€ 5.400	€ 600	
Linea di intervento III	€ 18.000	€ 2.000	€ 18.000	€ 2.000	€ 18.000	€ 2.000	€ 18.000	€ 2.000	€ 18.000	€ 2.000	€ 18.000	€ 2.000	€ 18.000	€ 2.000	
<b>Totale 2017</b>	€ 33.000		€ 33.000		€ 33.000		€ 33.000		€ 33.000		€ 33.000		€ 33.000		€ 231.355,56

Gantt di progetto interventi comuni

DESCRIZIONE	2016				2017			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Linea di intervento I				x	x	x	x	x
Linea di intervento II				x	x	x	x	x
Linea di intervento III					x	x	x	x



## ALLEGATO B alla Dgr n. 1440 del 15 settembre 2016

### 6. Tipologia delle interventi autonomi delle Regioni

#### 6.7 - Regione Veneto DESCRIZIONE INTERVENTI

- **Cicloturismo**
  - o Contapersone. Strumento per rilevare i flussi turistici per analisi statistiche
  - o Veicolazione materiale promozionale. Selezionare le principale riviste di settore per poter inserire schede di percorso con tracciati e informazioni turistiche e naturalistiche
  - o Manifestazioni ed eventi. Partecipazioni a fiere di settore o eventi come educational
  - o Media. Pubblicità radiofonica e/o televisiva e/o via web
  
- **Turismo equestre**
  - o Partecipazione a Fiere di settore. Iniziativa promozionale per far conoscere i percorsi e le risorse turistiche
  - o Posizionamento cartellonistica. Seguendo la segnaletica individuata dal Club Alpino Italiano.
  - o Veicolazione materiale promozionale. Selezionare le principale riviste di settore per poter inserire schede di percorso con tracciati e informazioni turistiche e naturalistiche
  
- **Cammini**
  - o Veicolazione materiale promozionale. Selezionare le principale riviste di settore per poter promuovere e valorizzare i cammini di fede.
  - o Promozione e comunicazione. Iniziative promozionali per far conoscere i cammini di fede
  
- **Mercati turistici obiettivo**
  - o Mercato di lingua tedesca: *Germania, Austria, Svizzera*

Piano finanziario interventi autonomi REGIONE VENETO

INTERVENTI AUTONOMI	2016		2017		TOTALE	
	L.27.12.2006 n.296	Risorse proprie	L.27.12.2006 n.296	Risorse proprie	L.27.12.2006 n.296	Risorse proprie
<b>Linea di intervento I: Cicloturismo</b>	-----	-----	147.000,00	16.144,44	147.000,00	16.144,44
<b>Linea di intervento II: Turismo equestre</b>						
Partecipazione a fiere di settore	43.000,00	4.850,00	-----	-----	43.000,00	4.850,00
Posizionamento cartellonistica	-----	-----	43.000,00	4.850,00	43.000,00	4.850,00
Veicolazione materiale promozionale	-----	-----	34.200,00	3.800,00	34.200,00	3.800,00
<b>Linea di intervento III: Cammini di fede</b>	8.600,00	1.000,00	45.000,00	5.000,00	53.600,00	6.000,00
<b>TOTALE GENERALE 2016-2017</b>	57.450,00		298.994,44		<b>356.444,44</b>	

Gantt di progetto interventi autonomi Regione Veneto

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITÀ	2016				2017					
	Data inizio	Data fine	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Linea di intervento I RV	01/10/2016	30/10/2017				x	x	x	x	x
Linea di intervento II RV	01/10/2016	30/10/2017				x	x	x	x	x
Linea di intervento III RV	01/01/2017	30/10/2017					x	x	x	x