



**Provincia di Venezia
Assessorato al Turismo**



CISSET Per PROVINCIA DI VENEZIA

Programma di sviluppo turistico del Veneto Orientale: analisi e strategie

Indice

Premessa	p. 3
Introduzione: obiettivi e problematiche	p. 3
1. Il marketing territoriale e la possibilità di applicazione nel Veneto Orientale	p. 4
2. Le caratteristiche strutturali dell'area	p. 5
3. Turismo e Veneto Orientale: considerazioni sulla turisticità della destinazione	p. 7
4. Veneto orientale come area rurale: le implicazioni per il turismo	p. 8
5. Le risorse naturali e antropiche	p. 12
6. Attività turistiche e scenari di mercato	p. 20
7. Schede di offerta delle principali località	p. 31
8 .La domanda attuale e potenziale: per una messa a punto di un modello di previsione	p. 39
Sintesi conclusiva	p. 56

Schede-slide

PREMESSA

Il seguente documento si pone come raccolta di dati e informazioni ed elaborazione di scenari che poi danno origine alle schede progettuali presentate di seguito (come strumento operativo) e redatte in power point.

Esse mirano a sottolineare:

- la situazione dell'area dal punto di vista turistico e le problematiche emerse
- il posizionamento nell'ambito del ciclo di vita dei vari prodotti turistici
- gli "spazi d'azione per il turismo" nell'ottica del marketing territoriale
- gli interventi già in atto
- i segmenti di riferimento per lo sviluppo turistico
- i prodotti individuati, per i quali vengono segnalati criticità e opportunità, segnalando anche lo stato di avanzamento e le priorità.

A tali slide si rimanda quindi per la sintesi delle strategie.

INTRODUZIONE: OBIETTIVI E PROBLEMATICHE

Dal PPT alle linee per l'area

L'analisi che segue deriva dalla necessità di valutare le opportunità di investire sul turismo quale fattore di sviluppo del Veneto Orientale, area "periferica" per molti aspetti, nella quale però in questi ultimi anni sono stati effettuati diversi interventi di valorizzazione e che può a tutti gli effetti entrare nell' "agone" della programmazione turistica regionale e provinciale.

In Veneto Orientale si possono infatti riscontrare, seppur in fase potenziale, una serie di prodotti turistici che sono stati individuati come in crescita generale; inoltre, le opportunità e le attrattive del territorio, secondo le linee dei Piani di Programmazione e Sviluppo Turistici, possono utilmente concorrere al ringiovanimento e arricchimento di prodotti tradizionali e maturi come quelli delle spiagge.

E' quindi opportuno definire quali possono essere gli ambiti più interessanti da proporre al mercato, i vincoli e le potenzialità di questi, e quali possono essere i bacini di utenza e i segmenti più appropriati.

Lo scopo è non solo di individuare linee di azione, ma anche di conoscere le iniziative in corso e valutare le opportunità di supportarle e soprattutto di coordinarle. Ciò è tanto più cruciale in quanto per il Veneto Orientale ancora sfocata è l'indicazione degli obiettivi e delle modalità per raggiungerli.

1 Il marketing territoriale come strumento per individuare le linee d'azione per l'area: una introduzione

Uno degli strumenti che può essere utilmente usato per discutere su quest'area (più che per altre della provincia, già molto strutturate) e per proporre linee di intervento è quello del marketing territoriale, strumento che si utilizza nell'ambito della competizione dei territori, prendendo a prestito alcuni concetti del marketing dei prodotti.

Non si potrà per ora approfondirne la applicazione, ma almeno individuarne alcune linee.

Il termine, oggi in gran voga, può essere però precisato ed il concetto e la metodologia che esso richiama possono essere adattati con opportune articolazioni al caso del Veneto orientale.

Per **marketing territoriale** la letteratura più recente (Valdani, Ancarani 2000 e Vicari e Caroli) intende "una funzione che contribuisce allo sviluppo equilibrato dell'area attraverso l'ideazione e l'attuazione di una interpretazione delle caratteristiche territoriali in chiave di offerta che soddisfa segmenti identificati di domanda attuale e potenziale".

Esso consiste tradizionalmente da un lato nella attrazione di investimenti in un territorio, dall'altra nel rafforzamento delle aziende locali. In realtà, esso dovrebbe essere uno strumento che – partendo dall'analisi degli attori, delle risorse e degli obiettivi del territorio - cerca di individuare le modalità per affermare la competitività di questo territorio nel mercato globale, cercando di raggiungere obiettivi condivisi.

Perché usare questo strumento come punto di partenza per la proposta di intervento nel Veneto Orientale?

Essenzialmente perché esso ben si adatta ad un'area che non è prettamente votata al turismo e che non può essere definita una vera destinazione turistica, anche se il turismo è una delle strade individuate per lo sviluppo. Un approccio più generale può servire per considerare l'equilibrio tra diversi settori produttivi. Il riferimento tradizionale alla attrazione di investimenti è poi cruciale dato l'insieme degli interventi (privati e pubblici) che si prospettano per il Veneto Orientale, e per

Inoltre, la capacità di attrarre interessi e investimenti, e di rafforzare le imprese (obiettivo del MT) risulta cruciale per l'area, così come l'equilibrio con le aree più sviluppate limitrofe.

Rilevantissimo poi il riferimento ai segmenti di domanda attuale e potenziale per il territorio: noi parleremo qui del segmento della domanda turistica, ma lasceremo la possibilità di individuare altri segmenti, o comunque definiremo degli utilizzatori degli aspetti ricreativi del territorio che possono anche non essere veri e propri turisti.

Sarà ovviamente su questo tema che focalizzeremo la nostra attenzione, distinguendo poi tra i vari prodotti del territorio, in senso turistico: ma ricorderemo che in questo caso le strategie sono particolarmente sinergiche e complesse e che si intrecciano con le politiche generali e locali, e con le linee di sviluppo dei territori limitrofi.

2. Le caratteristiche strutturali dell'area

Quest'area posta a nord-est del capoluogo presenta caratteristiche che la accomunano a quella meridionale della provincia, ma anche che la differenziano. Anche qui la presenza dei fiumi e la commistione terra/acqua è forte, e la provincia in alcuni punti riduce i suoi confini, ma il territorio si presenta più "compatto". Diversa è la presenza di centri e i legami culturali, che sono con la provincia di Treviso e con il Friuli.

Il territorio è attualmente "condizionato" dalla presenza di due strade parallele di grande importanza, l'Autostrada A4 in direzione Venezia Trieste e la Strada statale 14, che dividono la terraferma dalla parte "terra-acqua", collegando tra loro i principali centri: S. Donà, Portogruaro e Latisana (già in Friuli). Come già la romana via Annia, questi assi collegano l'Italia all'Est (alla Dalmazia), e come la Postumia verso ovest. La statale peraltro attraversa i centri principali, così integrati al resto della Regione: S. Donà e Portogruaro in particolare. Da Portogruaro in particolare si irradiano anche le comunicazioni verso Nord (A 27 verso Pordenone).

L'altro aspetto che differenzia questa area da quelle meridionale è l'intensità dello sviluppo turistico delle coste, con i principali centri di Jesolo, Caorle, Eraclea e Bibione, tra i principali distretti turistici d'Italia e d'Europa (con 15 milioni di presenze registrate).

Analizziamo punto per punto i temi principali per l'interpretazione sociale ed economica del territorio.

Provincia di Venezia: Popolazione e densità di comuni significativi

	<i>Residenti 1998</i>	<i>Kmq</i>	<i>Densità (ab/Kmq)</i>
Annone Veneto	3385	25	132
Caorle	11372	151	75
Cavarzere	16056	140	113
Ceggia	4978	21	227
Chioggia	52471	185	283
Cinto Caomaggiore	3130	21	146
Concordia Sagittaria	10552	68	154
Eraclea	12437	95	131
Fossalta di Piave	3850	9	397
Fossalta di Portogruaro	5751	31	183
Gruaro	2668	17	153
Jesolo	22729	95	238
Meolo	5770	26	216
Musile di Piave	9867	45	221
Noventa di Piave	5812	18	322
Portogruaro	24461	102	238
Pramaggiore	3750	24	156
Quarto d'Altino	6989	28	250
S. Donà	35345	78	451
S. Michele al Tagliamento	11897	112	105
S. Stino di Livenza	11506	68	169
Teglio Veneto	2012	11	176
Torre di Mosto	4106	38	108
<i>Media provincia</i>			<i>330</i>

Il lavoro: Nella provincia di Venezia si contano (dal censimento delle imprese del 1996) 232.000 addetti, di cui circa il 9% nel turismo (il 22% nel commercio, il 25% nel terziario e il 43% nell'industria): di questi 23.000 addetti (relativi al settore di alberghi e ristoranti), 14.000 sono dipendenti e 8.500 indipendenti. L'occupazione relativa al turismo nell'area di S. Donà e di Portogruaro è più rilevante che nelle altre aree, arrivando rispettivamente al 15% e al 16%; esso presenta delle forti oscillazioni temporali. Gli addetti ad alberghi e pubblici esercizi nella

zona di S. Donà, secondo i dati INPS elaborati, passano dai 1473 del gennaio 2000 ai 10951 di luglio (di 6 volte superiore). Le imprese si collocano su dimensione medio-piccole, con una moda di imprese tra gli 11 e i 20 addetti.

trasporti e viabilità: servizi, ma "attraversamento": per quanto riguarda la viabilità stradale nell'area la rete viaria è piuttosto prevedibile: dagli assi della Autostrada A4 e della statale 14, che corrono paralleli in direzione ovest-est, si dipartono perpendicolarmente delle strade provinciali che conducono alle principali stazioni balneari, seguendo approssimativamente il corso delle aste fluviali /recuperandone in parte la funzionalità di collegamento e trasporto. Le diramazioni avvengono usualmente presso i principali centri urbani: S. Donà, S. Stino, Portogruaro e Latisana. Altri assi viari trasversali raggiungono la costa. “nella bassa pianura precostiera, i recenti interventi di redenzione fondiaria hanno favorito una razionalizzazione degli assi viari, che assumono fisionomie rettilinee, che peraltro **fuori della stagione estiva supportano un carico di traffico piuttosto scarso**” La penetrazione verso nord, invece, sempre a partire dai nodi suddetti, risulta più intricata¹: una complessa rete viaria che, a monte di Portogruaro, si adegua alla fitta maglia insediativa assumendo andamenti tortuosi e poco agevoli per servire consistenti flussi di traffico.“

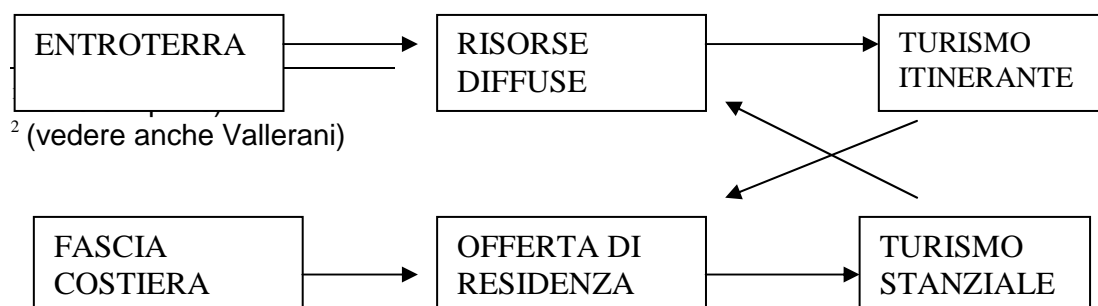
Da tale situazione tuttavia “*emergono i presupposti per una potenziale fruizione turistica delle attrattive diffuse tra Livenza e Tagliamento*”

Viabilità ferroviaria: la linea Mestre-Trieste effettua fermate a Quarto d'Altino, Meolo, Fossalta, S. Donà-Jesolo, Ceggia, S. Stino, Lison, **Portogruaro Caorle**, (anche per gli Intercity) Fossalta di Portogruaro, Latisana. Le fermate più frequenti sono comunque nei territori già serviti da casello autostradale

- *Ricettività*: La situazione della ricettività in quest'area presenta delle caratteristiche molto evidenti: prima di tutto, l'altissima concentrazione sulle coste e la quasi totale assenza – se si escludono i poli urbani – di offerta nell'entroterra (dove anche le attività agrituristiche sembrano maggiormente orientate alla ristorazione); in secondo luogo, la presenza di offerta alberghiera si accompagna ad una solida offerta ricettiva in campeggi e villaggi turistici, e in particolare ad una rilevantissima presenza di alloggi in affitto e di seconde case, che hanno una disponibilità di letti doppia rispetto a quella degli alberghi, soprattutto in alcune località; in terzo luogo, si nota anche che la qualità dell'offerta, in termini di stelle, non è molto elevata, anche se l'ospitalità delle spiagge venete è rinomata. Da sottolineare peraltro l'attenzione di queste aree (Cavallino, Jesolo, Bibione) che in diversi modi cercano di attuare delle politiche per l'ambiente sia nella gestione alberghiera che della destinazione. Osservazione finale è relativa alla apertura o all'utilizzo stagionale di molte di queste strutture (ma lo sforzo degli operatori pubblici e privati va nella direzione di un allungamento della stagione)

“in base alla distinzione funzionale individuata da Gunn tra le attrattive destinate a soddisfare le esigenze di turismo itinerante (touring attraction) e quelle necessarie ad attrarre turisti stanziali (destination attraction), nel territorio in questione non si potranno rilevare che risorse del primo tipo, anche perché la pressoché totale assenza in esso di strutture ricettive impedisce la permanenza stabile dell'utenza turistica... la eventuale valorizzazione dei beni storico-ambientali presenti nel retroterra di Caorle e Bibione dovrà utilizzare l'offerta di residenza dislocata lungo il litorale, favorendo così anche una valida diversificazione del turismo stanziale, altrimenti limitato alla sola fruizione balneare”²

Ne deriva la necessità di ragionare in termini di “scambio” tra le fasce costiere, dove esiste una forte offerta ricettiva e dove si concentra (in pochi Km²) la domanda turistica e dell'entroterra, dove esistono risorse diffuse e poco note. Seguiamo quindi lo schema proposto da Vallerani.



3. Turismo e Veneto Orientale. Considerazioni sulla turisticità delle destinazioni

La prima questione da porre è relativa alla effettiva turisticità dell'area dell'entroterra del Veneto Orientale.

Come premessa, va sottolineato che il turismo può essere considerato come una possibilità di rafforzamento economico dell'area, ma che fino ad ora non si è posto nell'entroterra come funzione di rilievo, anche a causa di diverse scelte imprenditoriali già svolte.

Non si tratta in realtà qui di una "destinazione" vera e propria, bensì di un'area che può potenzialmente essere ricondotta alla funzione turistica. Il problema sta nell'essere un'area che ha alimentato in un certo senso lo sviluppo turistico della costa e proprio per questo però ha rinunciato a svolgere funzioni di ricettività ed accoglienza. Si tratta quindi di un'area che si contrappone ai sistemi turistici locali ben definiti come quelli precedenti, e che si configura, come vedremo in dettaglio, come un "proto sistema turistico"

Due le caratterizzazioni delle attrattive: quella agricola-ambientale, a cui ricondurre i temi turistici dell'acqua del verde, e quella culturale, a cui ricondurre musica, archeologia e centri minori. Tuttavia allo stato attuale queste non si configurano ancora come attrazioni turistiche, semmai come escursionistiche o di rimbalzo. Va segnalato peraltro che molti interventi sono guidati da Assess. Ambiente, attività produttive ecc. e in particolare

Il ciclo di vita del prodotto turistico e il Veneto Orientale

Se volessimo riportare l'area del Veneto Orientale al modello del ciclo di vita del prodotto turistico, dovremmo dire che l'area in questione si colloca al primo stadio di tale ciclo di vita, cioè nella fase di esplorazione-coinvolgimento: in questa fase, che precede quella dello sviluppo, i flussi turistici sono ancora poco significativi (e spesso limitati all'escursionismo) e i servizi turistici sono poco sviluppati. Insomma, il prodotto è ancora poco riconoscibile ed è in "fase di costruzione".

Peraltro, va notato che in questa fase esistono – come si può notare – anche relativamente pochi strumenti per la conoscenza e la misura del fenomeno.

Tale fase non sempre o non necessariamente porta poi a una fase di sviluppo: in molti casi si privilegiano altre funzioni e quella turistica rimane marginale o non sviluppata o con una notorietà prettamente limitrofa (è il caso di molte località rurali)

La fase è detta di esplorazione perché sono ancora piccoli i numeri dei turisti; di coinvolgimento perché i soggetti interessati si possono poco alla volta coinvolgere nell'attività turistica.

Nell'ambito della provincia di Venezia, il V.O. si confronta peraltro con prodotti turistici che invece sono nella fase di sviluppo o anche di maturità, con numeri estremamente rilevanti.

Inoltre, la sua situazione particolare sta anche nel fatto che:

- ⇒ si trova, come si è detto, a ridosso di aree di grande sviluppo turistico (ciò comporta anche che non tutto il territorio può "votarsi" al turismo)!
- ⇒ presenta vari tipi di attrattive (ambientali, culturali) ma poche con caratteri di unicità
- ⇒ costituisce – come molte delle aree – anche una meta di turismo non di vacanza ma di lavoro, e quindi meta "obbligata"

3.1 Offerta e domanda attuale

La questione centrale relativa al Veneto Orientale concerne il rapporto dell'area con la costa, rapporto quindi con un forte polo turistico che attrae turisti e che ha finora concentrato i posti letto.

Tali poli possono rappresentare un bacino di utenza fondamentale per l'entroterra, ma l'equilibrio è tutto da "costruire": infatti, se da un lato la *mission* della costa è esplicitamente turistica, quella dell'entroterra è varia e considera il turismo solo un obiettivo secondario.

Per quanto riguarda i posti letto, si segnala che essi rappresentano ben il 34% di quelli dell'intera provincia di Venezia.

COMUNI	POSTI LETTO
ANNONE VENETO	13
CAORLE	49764
CINTO CAOMAGGIORE	0
CONCORDIA SAGITTARIA	42
FOSSALTA DI Portogruaro	23
GRUARO	15
PORTOGRUARO	211
PRAMAGGIORE	0
SAN MICHELE AL T.TO	70434
SAN STINO DI LIVENZA	64
TEGLIO VENETO	6
TORRE DI MOSTO	25
TOTALE	120611
Quota posti letto sulla costa (Caorle-S. Michele/Bibione)	99,6%
Posti letto altri comuni	413
Quota altri comuni	0,35%

La Domanda: presentiamo qui aggregati i dati dei flussi turistici, in quanto per molti comuni non sono disponibili per segreto statistico. Si nota come l'assoluta maggioranza sia sulla costa.

Distribuzione flussi turistici

	Arrivi	Presenze
Totale V.O.	1.050.000	8.800.000
% su totale prov	17%	30%
Caorle/Bibione	1.025.000	8.750.000
% su totale V.O.	97,5%	99,4%
Altri comuni	25.000	50.000
% sul totale V.O.	2,5%	0,6%

Proponiamo ora una descrizione dei trend della località che concentra la maggior parte degli arrivi e dei posti letto dell'area, cioè di Portogruaro. Vediamo che i trend nello scorso periodo (peraltro critico in generale) sono stati negativi.

La percentuale di flussi dall'estero è limitata al 20%, ben lontana dalla maggioranza estera delle coste. La permanenza media, di circa 2 giorni, è in linea con quella dei centri urbani d'arte e di affari.

E' qui opportuno sottolineare come la componente del turismo di lavoro (peraltro non quantificabile) sia piuttosto alta nell'area. Analogo interesse per il turismo di passaggio, supportato sempre più da strutture ricettive (anche di medio-grandi dimensioni) presso i nodi di accessibilità.

Portogruaro: trend 1999-2003

	1999	2002	Differenza %
Arrivi	21.933	19.449	-11%
Presenze	43.654	42.360	- 3%

4. Veneto Orientale come area rurale: le implicazioni per il turismo

Nel progettare gli interventi turistici bisogna considerare che l'area considerata è prevalentemente rurale e che quindi il turismo in essa avrà vincoli e specificità.

Rispetto alle classificazione dell'Unione Europea, possiamo individuare la tipologia di area rurale in cui si lavora, e ragionare di conseguenza: quelle che qui possiamo ritenere più specificamente interessanti sono quelle tipiche della "campagna industrializzata", a densità non alta ma con popolazione diffusa (nell'Atlante Socio-economico del Veneto, i comuni della Venezia Orientale sono ritenuti "turistico-bracciantili"):

- aree sviluppate dal punto di vista della produzione agricola: priorità allo sviluppo dell'offerta enogastronomica di prodotti locali e all'accoglienza nelle fattorie.
- aree vicino al mare, che vogliono sviluppare il turismo in zone più interne: la priorità è data alla promozione di offerta rurale specifica, inclusi temi legati all'heritage e sentieri "interni"
- aree rurali nei pressi di centri di particolare rilievo storico artistico, utilizzate come base per escursioni nei dintorni (es. la campagna toscana)

Dobbiamo fare i conti con una serie di vincoli e difficoltà tipiche del turismo negli spazi rurali:

- ⇒ scarsità di servizi (informazioni, ristoro) orientati al visitatore;
- ⇒ scarsità di strutture ricettive;
- ⇒ mancato sviluppo della funzione turistica;
- ⇒ elementi di attrattività non monumentali, ecc: legati all'esperienza in generale (attività fisica, aria aperta, agricoltura, ecc.) e non di notorietà e riconoscibilità immediata;
- ⇒ necessità di "accompagnamento e introduzione" e di tempi adeguati per la comprensione/avvicinamento ed educazione;
- ⇒ necessità di intrattenimento - Delicatezza dell'ambiente/compatibilità: bassa capacità di carico.

Ve ne sono molte, che possono esistere più o meno spontaneamente, e cioè che:

- esista un garanzia della qualità, una classificazione o segnalazione: (DOC, DOCG;)
- ci sia un numero sufficiente di cantine di qualità;
- la qualità e i servizi siano di buon livello compresi quelli di base: telefoni pubblici, ecc.);
- siano prodotti e venduti prodotti tipici alimentari e artigianali;
- il territorio non sia fortemente compromesso ed esistano attrattive di vario tipo;
- esista segnaletica e informazione;
- ci sia un'accoglienza nelle sua varie forme: ricettività e ristorazione (meglio se tipica), apertura festiva dei negozi, eventi;
- ci sia possibilità di formazione e professionalizzazione;
- si sviluppi un prodotto integrato e di qualità: il turista non vuole solo vino, ma vuole un'esperienza complessiva interessante.

“Non si va più a promuovere il singolo prodotto ma tutta la realtà locale con le sue risorse tipiche. Oggi il turista consumatore cerca un “pacchetto”, vino, ristorazione, ricette, formaggi, cantine aperte e storia locale”.

Gli strumenti per il territorio: inclusione nell'area Obiettivo 2 e fondi Leader Plus.

Per quanto riguarda l'inclusione nei programmi comunitari, il Veneto Orientale è particolarmente interessato dall'Ob. 2. (riconversione economica e sociale delle zone con problemi strutturali)

Per il Veneto Orientale, nel periodo di programmazione 2000-2006 i principali fondi a disposizione sono:

- Docup obiettivo 2;
- Programma Operativo Obiettivo 3;
- Piano di Sviluppo Rurale;
- Docup "Pesca";
- Leader +;
- Interreg III;
- Equal;
- V° Programma Quadro Ricerca e Sviluppo tecnologico.

Le zone ammesse nel Veneto Orientale: Annone Veneto, Caorle (quartieri ammessi: Caorle Centro, Porto Santa Margherita, Duna Verde, S.Giorgio di Livenza, Ottava Presa, Ca' Corniani, Ca' Cottoni, Castello di Brussa, Brussa), Cinto Caomaggiore, Concordia Sagittaria (quartieri ammessi: Cavanella, Sindacale, S.Giusto, Teson, Loncon), Fossalta di Portogruaro, Gruaro, Portogruaro (quartieri ammessi: Giussago, Lison, Lugugnana, Mazzolada, Portovecchio, Pradipozzo, Summaga, Capoluogo Area Centro), Pramaggiore e Teglio Veneto.

Zone ammesse al sostegno transitorio del Veneto Orientale: Caorle (quartieri di Sansonessa e Villaggio dell'Orologio), Ceggia, Concordia Sagittaria (quartiere Centro Storico), Eraclea, Fossalta di Piave, Meolo, Musile di Piave, Noventa di Piave, Portogruaro (quartieri di Portogruaro Capoluogo est, Portogruaro Capoluogo ovest), San Donà di Piave, Santo Stino di Livenza, Torre di Mosto.

Il GAL VENEZIA ORIENTALE gestisce tali iniziative sul territorio

LEADER +

Leader Plus è un'**Iniziativa Comunitaria** adottata dalla **Commissione Europea** con la Comunicazione 2000/C 139/05 del 14.4.2000 e inserita nel quadro degli interventi comunitari del periodo 2000-2006, che si propone di **incoraggiare ed aiutare gli operatori rurali a riflettere sulle potenzialità del territorio in una prospettiva di lungo termine**. L'Iniziativa si propone l'attuazione di **strategie originali di sviluppo sostenibile, integrate, di elevata qualità**, concernenti la sperimentazione di nuove forme di:

- valorizzazione del patrimonio naturale e culturale;
- potenziamento dell'ambiente economico;
- miglioramento della capacità organizzativa delle comunità locali.

L'Iniziativa si articola in **3 assi**:

- Asse 1: strategie pilota di sviluppo rurale a carattere territoriale e integrato;
- Asse 2: cooperazione interterritoriale e transnazionale;
- Asse 3: assistenza tecnica, monitoraggio e valutazione.

Il PSL "Dal Sile al Tagliamento"

Obiettivo generale del Piano di Sviluppo Locale elaborato dal GAL Venezia Orientale ed approvato con Decreto regionale n. 6 dell'11 febbraio 2003, è quello di **sviluppare un "corridoio verde" attraverso una serie di "percorsi" che permettano la fruizione e la conoscenza del territorio dell'entroterra veneziano e trevigiano, puntando su una mobilità lenta e compatibile.**

Si tratta quindi di sostenere un'impostazione globale, concertata, fondata su **interazioni tra operatori, settori e progetti raccolti attorno ad un tema centrale** - caratteristico dell'identità, delle risorse e del patrimonio conoscitivo specifico del territorio. Il Piano di sviluppo locale è quindi volto a **sostenere "nuovi metodi atti ad interconnettere le risorse umane, naturali e finanziarie del territorio ai fini di un migliore sfruttamento del suo potenziale endogeno"**: un tema catalizzatore (che rientra tra i quattro temi individuati sia dalla Comunicazione comunitaria su Leader +, che dal Programma regionale Leader +, ossia, nella fattispecie, il tema n. 2) che funge da "tema centrale" per il Piano di Sviluppo Locale. Intorno a questo "tema centrale" il Piano di Sviluppo Locale fa convergere una serie di misure in linea anche con gli altri criteri enunciati nella comunicazione agli Stati membri, quali la **nascita di nuovi prodotti e servizi** (tema n.1), **l'interconnessione tra settori economici tradizionalmente distinti** (tema n.3) e **il sostegno a formule originali di organizzazione e partecipazione delle comunità locali** (tema n.4).

Alla base dell'idea progettuale c'è la volontà di puntare alla **salvaguardia dei diversi ecosistemi che compongono il territorio d'azione**, convogliando un **mix di azioni di tutela paesaggistica, di recupero di peculiarità locali** e di **sviluppo della sensibilità ambientale**, al fine di cercare di **risolvere l'opposizione tra turismo e conservazione ambientale.**

5. Le risorse naturali e antropiche

Il territorio presenta una serie di risorse con caratteri di unicità che però risultano ancora poco note, tanto da essere definibili solo potenzialmente come fattori di attrattiva. Queste possono essere classificate in vario modo (vedere approfondimenti successivi):

- culturali, con elementi hard (cioè con presenza di elementi artistici e storici concreti, come reperti archeologici, ecc.) o soft (cioè eventi, atmosfere, percorsi, come i luoghi di Nievo, di Hemingway, ecc.): vedremo nel capitolo a parte l'analisi sui musei; presenza di elementi di architettura sacra minore.
 - naturalistici, con assetti ambientali seminaturali, non ancora intaccati dalla progressiva urbanizzazione delle campagne: strette fasce rivierasche lungo i corsi d'acqua, definibili come "corridoi fluviali pregiati"; laguna di Caorle, valli di Bibione, litorali di Valle Vecchia, Foci di Tagliamento e Porto Baseleghe (con pinete), Bosco relitto di Lison, parco di Villa Mocenigo ad Alvisopoli, boscaglie seminaturali
 - territoriali/azione dell'uomo sul territorio: archeologia industriale, soprattutto legata all'acqua: dai cantieri per le imbarcazioni mulini, idrovore, creazione degli arenili e delle pinete costiere, casoni e tecniche di pesca, ecc.
 - di produzione tipica, con particolare riferimento al **vino**. L'area compresa tra i fiumi Livenza,
 - Lemene, Loncon, ecc e il mare, si identifica come zona di vini DOC Lison-Pramaggiore, con al centro i comuni di Annone Veneto e Pramaggiore (zona DOC Lison Classico). Secondo il Consorzio dei vini DOC, nelle cartine diffuse sono classificate come *località del vino* i paesi di S. Stino, Annone, Pramaggiore e Portogruaro. Nelle pubblicazioni sono segnalati percorsi di penetrazione dal litorale all'interno o tali da comprendere solo la zona classica. Da citare la Mostra dei Vini di Pramaggiore
 - di attività: in particolare legate alla musica (Portogruaro), alla fruizione ecologica in bicicletta o tramite imbarcazioni lente lungo i corsi d'acqua.
- Si tratta in alcuni casi di risorse con forte specificità, in altri di risorse che hanno bisogno di una adeguata interpretazione per diventare attrattive turistiche, che abbiano la possibilità di entrare nel set di attività che i turisti possono svolgere.

Gli aspetti naturalistici

Le aree possono essere distinte secondo una serie di percorsi, alcuni dei quali prendono spunto dagli itinerari già attivati (per esempio in zona Terzo Bacino) o testati (con iniziative FIAB e Provincia di Venezia) per essere percorsi in bicicletta o in altro modo (si ricordi anche la presenza di maneggi e centri di equitazione nell'area)

Da Bibione al Cavrato. L'area è prevalentemente caratterizzata da un'agricoltura intensiva, successiva ad una pesante opera di bonifica che ha profondamente cambiato il territorio, ed ove recentemente si è diffuso anche il sistema di drenaggio tubolare sotterraneo con ulteriore semplificazione del paesaggio rurale. Le colture prevalenti sono il mais e la soia, con scarsa presenza di barbabietola e frutteti specializzati. Gli elementi naturali del paesaggio verticale sono quasi assenti e solo verso il cordone lagunare il territorio assume caratteristiche vegetazionali differenti per la presenza della tipica vegetazione palustre di acqua salmastra. Gli ambiti naturali connessi alla dorsale proposta sono di primo ordine e sono rappresentati dalla Pineta della foce del Tagliamento, dal canale Cavrato e dalla laguna di Baseleghe, Vallesina e Valgrande. Si tratta anche in questo caso di un'area in cui le testimonianze storico-culturali non si esprimono in manufatti di pregio artistico ma invece in interventi di organizzazione del

territorio e di adattamento ad esso. Anche nell'area di Bibione, quindi, si trovano esempi di architettura come quello dei Casoni. La ristorazione si colloca o nel centro, o lungo la strada provinciale che conduce al mare dall'autostrada (Bivi per Marinella, Cesarolo)

Vale però la pena di ricordare, soprattutto dal punto di vista della mobilità:

- la presenza di piste ciclabili sede propria e di percorsi consigliati e protetti sia lungo il litorale che all'interno (Terzo Bacino), peraltro molto frequentati (molto suggestivo in particolare - anche se non sempre agevole - il percorso fino al faro)

- la possibilità di effettuare escursioni all'interno con barconi (La Fenice, con partenza dal porto di Baseleghe); anche alcuni agriturismi offrono possibilità di viste guidate (Valgrande, via Baseleghe)

- la presenza di un'offerta significativa di attività di equiturismo, con aziende sia a Vado, sia a poche migliaia di metri dal centro turistico (i Cavalli e la Scuola di Equitazione di Renzo Barbuio.)

Piuttosto rilevante anche in questo caso la presenza di aziende faunistico-venatorie (Pradis e Valle Grande)

Dal Castello di Brussa a Vallev ecchia Vallev ecchia, oggetto negli ultimi anni di un'intensa opera di riqualificazione ambientale, conserva un tratto di costa adriatica ancora immune da interventi antropici ed ha quindi preservato integro il sistema delle dune e la pineta litoranea. E' l'aspetto naturalistico quello più rilevante. Tuttavia, l'area del Castello di Brussa presenta alcuni elementi interessanti per la presenza di manufatti e di aspetti (siepi) di gestione del territorio piuttosto originali. Nella zona di Marina di Lugugnana sono stati ritrovati dei reperti presso una villa romana (oggi al museo di Portogruaro). Nella zona di Vallev ecchia esistono 9 esemplari di casoni, di cui alcuni in cattivo stato.

L'offerta attuale è essenzialmente di tipo ristorativo, con la presenza tra Castello di Brussa e Brussa di locali anche noti (Masarach, al Doppio Litro, ai Gabbiani) e di agriturismi (all'agriturismo Brussa solo prodotti tipici in vendita, non altri servizi). Segue poi una proposta di attività venatoria (La Brussa) e di equiturismo, con scuderie (Criniera al Vento) che accompagna comunque una attività agricola, e che si rivolge prevalentemente a turisti.

Gli aspetti più interessanti oggi - anche per la progettualità - sono comunque quelli di Vallev ecchia. Area gestita da Veneto Agricoltura, che procede a "rinaturalizzazione" e a sperimentazione di agri e acquacoltura, è notevole per la macchia mediterranea e per la splendida spiaggia non antropizzata.

Per ora, quindi, l'area di Vallev ecchia si configura come un'area di elaborazione, in cui sono previsti molti interventi, alcuni dei quali già realizzati, ma da sviluppare nel corso dei prossimi 5 anni. Dal punto di vista strettamente turistico ci sono segnalate queste iniziative:

- il centro visite prevalentemente didattico, aperto dal giugno 2001, ma pienamente operativo dall'autunno; sono previste visite guidate Associazione naturalistica il Pendolino che ha già fondato un osservatorio naturalistico. Previste: Strutture fisse tipo casone da destinare ad attività varie (noleggio bici); museo etnografico
- Spiaggia di Brussa: messaggio sull'uso consapevole dell'arenile (SIC); gestione del parcheggio e di alcuni servizi igienici e pronto soccorso, ristoro e basso impatto; evitare l'eccessiva dispersione dei visitatori;
- percorsi ciclabili a "circuito chiuso" nella Valle; tali percorsi per ora seguono due direttrici: quella nord-sud, da Lugugnana alla spiaggia, uno lungo il canale "sbregavalle" da est a ovest, creando così una sorta di grande croce percorribile e collegata da percorsi forestali. Previste dal PRUSST anche la installazione di segnaletica e la creazione di punti di sosta e di osservazione naturalistica. L'itinerario ciclabile dovrebbe completarsi con la possibilità di collegamento acqueo con le spiagge di Bibione e Caorle

Tuttavia, l'effettiva utilizzazione turistica sarà possibile quando saranno conclusi i vari interventi. Manca per ora il collegamento con le speigge, anche se alcuni interventi sono stati progettati.

Da Portogruaro a Caorle. Nell'area compresa tra Portogruaro e il mare possiamo notare che *l'offerta alberghiera* si polarizza tra i due centri della pianura e Caorle, mentre nel resto del territorio si tratta di ricettività diffusa, informale che si concretizza essenzialmente in alloggi in agriturismi (S. Gaetano: soggiorno nei fine settimane; Marango; Az. Agrit. Lemene, affitta appartamenti e offre possibilità di viste, anche a cavallo), che possono offrire anche ristorazione, spuntini e prodotti tipici (Agr. Xausa, Le Casere con produzione vini). Analoga la situazione della *ristorazione*, con offerta a Marango, S. Gaetano, Ca' Corniani e infine nelle immediate vicinanze di Caorle. Molto più presenti i bar/trattoria e spacci lungo le strade asfaltate di congiungimento con il mare (orientati spesso alla clientela tedesca). Dal punto di vista delle *aziende agricole*, troviamo una significativa presenza nell'area Lugugnana, di Sindacale e di Marango (Franzona, ecc.), fino a scendere verso la laguna, con esempi come Ca' Corniani, che offre anche attività di vendita vini a privati. Ampia in quest'area (nel comune di Caorle principalmente) la presenza di azienda agri-faunistico-venatorie e faunistico venatorie (Palangon del primo tipo, Zignago Pellegrini, Casonette, Valnova, Ciani Bassetti, Tezzon, S. Gaetano). Dal punto di vista della mobilità, da segnalare la presenza di pista ciclabile da Portogruaro a Concordia, e la presenza degli approdi sia a Portogruaro (Cantiere Boschini) sia a Concordia, sia infine verso le foci del Nicessolo. Piste ciclabili presenti anche a Caorle (descritte in dettaglio altrove). Tra i *servizi* significativi, ricordiamo la penetrazione nelle valli con alcune motonavi o barconi (es. Arcobaleno) gestite da pescatori od operatori turistici.

La possibilità – rivolta in particolare ai pernottanti di Caorle - di svolgere passeggiate a cavallo nell'area è fornita dall'Hippus Ranch di Caorle, specializzato in equiturismo; la località balneare offre anche campi da golf (Golf Club centro vacanze Pra' delle Torri). Oltre a Portogruaro, il centro maggiormente significativo in questo tratto è Concordia Sagittaria, importante centro di origine romane, in cui è possibile visitare gli scavi archeologici, la Cattedrale, il Battistero (con arredi sacri) e i musei, oltre all'architettura civile.

Concordia risulta centro attivo anche per le manifestazioni (particolarmente interessanti quelle legate al corso d'acqua come le gare o la festa delle "batèe) e per le fiere (S. Stefano) e per l'esistenza di associazioni culturali.

L'area a Sud si distingue per la presenza di territori di bonifica (idrovoce; es. Bonifica Loncon) e per una ridotta presenza di manufatti storico-culturali, sostituiti da esempi comunque interessanti di sfruttamento del territorio (valli da pesca, ecc.) e di organizzazione della produzione (pesca con bilancione, ecc.)

Di rilievo però l'area di S. Gaetano, sia il borgo ("significativo esempio di azienda agricola multifunzionale") e del Casone S. Gaetano, in cui è possibile rintracciare i resti delle esperienze di Ernest Hemingway. Analogamente interessanti gli insediamenti di case Ciani Bassetti (con azienda agricola) e quelli di Ca' Corniani.

Infine, la presenza anche culturalmente più interessante è quella dei casoni, collocati tra terra ed acqua da Porto Falconera – Boca Volta, argine e foci del Nicessolo, in insediamenti ormai fortemente differenziati per qualità della struttura e per uso.

Alcune le notazioni a questo proposito.

- *le iniziative "Parco Hemingway"*: argomento fonte di discussione e "marchio" di cui in parte si è appropriato Caorle tramite forme spontanee (barconi per escursioni in laguna). Le potenzialità di un parco letterario-ambientale di questo tipo sarebbero molto rilevanti: resta però il forte vincolo della non accessibilità di molte aree, e in genere di quelle più pregevoli, come Vallegrande (legate peraltro alla reale esperienza locale dell'autore). Accanto a ciò, ricordiamo

ancora la forte valenza venatoria della zona. Va sottolineata peraltro l'importanza del sito di S. Gaetano, recentemente rivolto (tramite agriturismi, prodotti tipici, ecc.) ai servizi turistico-ricerativi.

- *Vallevecchia*, con le iniziative ad opera di Veneto Agricoltura, finalizzate sia alla fruizione turistico-ricreativa che alla rinaturalizzazione che alla coltivazione.

- *L'area oggi interessata dai progetti del PALALVO*, di cui però in questa sede non si ritiene opportuno fornire approfondimenti dato il dibattito in corso (portualità e ambiente)

A Nord: Da Portogruaro ai mulini di Stalis Il paesaggio si connota per la presenza di elementi di naturalità residua in un sistema urbano diffuso. Gli elementi di maggior interesse storico, paesaggistico e quindi turistico sono rinvenibili lungo le rive dei fiumi di risorgiva. Permangono tuttavia aspetti tipici dei sistemi agricoli di un tempo con il "campo chiuso" che riveste un ruolo fondamentale negli equilibri ecologici ed ambientali. Le zone a diverso grado di tutela individuate dal Piano del Parco prevederebbero il ripristino delle condizioni di naturalità dove questa è compromessa e l'adozione di tecniche di produzione agricola compatibile con l'ecosistema su tutta la superficie del parco. Il Lemene presenta acque estremamente limpide e fresche, caratteristiche dei fiumi di risorgiva, che si prestano ad ospitare una fauna ittica unica in tutta la provincia di Venezia. In alcuni casi la fruibilità è compromessa dai mulini e dalle strutture di derivazione dell'acqua della trocicoltura a valle dei molini di Stalis.

Fondamentali le attrattive storico-artistiche di Portogruaro, di tipo urbanistico, architettonico (civile e sacro) e museale. Il centro offre anche numerose attività culturali, come il Festival Musicale organizzato da metà agosto a metà settembre dall'Istituto Musicale di S. Cecilia. Numerose le feste e rassegne enogastronomiche, o le manifestazioni che riguardano l'utilizzo del corso d'acqua (Madonna della Pescheria). Presenti in città anche le sedi delle principali associazioni (WWF, CAI, ARDEA, Gruppo Archeologico) che riguardano la valorizzazione culturale e ambientale (non lontana è, peraltro, l'Oasi WWF di Alvisopoli).

Nelle zone adiacenti, rilevanti sono le testimonianze storiche che documentano il ruolo sociale ed economico che il corso d'acqua ha ricoperto in passato. *Mulini, manifatture, chiese rurali e oratori* sono distribuiti lungo il paesaggio: rilevanti anche per gli interventi che li hanno interessati i molini di Stallis (con esposizioni) e quello di Boldara (con percorso passeggiate). Nelle immediate vicinanze di Stallis, è accessibile il Parco Letterario di Ippolito Nievo (con la fontana di Venchieredo e il centro di Cordovado) Significativa anche la presenza di Villa Bombarda e annesso parco a Portovecchio (privato). A Bagnara, ritrovamenti archeologici (sarcofago)

Nell'area sono attualmente presenti tutti i servizi di utilità turistica nel centro di Portogruaro: informazioni turistiche (Pro Loco e IAT), ricettività alberghiera, ristorazione, vendita di prodotti tipici. A Portogruaro sono presenti 3 punti di vendita e riparazione di biciclette. Una scuderia è presente a Portogruaro e un Centro Ippico a Fossalta.

A Bagnara esiste offerta ricettiva alberghiera e possibilità di ristorazione.

Da Boldara ai laghetti di Cinto Caomaggiore

Il paesaggio, pur avendo molte caratteristiche in comune con quello rinvenibile lungo l'itinerario da Portogruaro a Stallis, si differenzia, nella parte centrale per la maggior lontananza dagli ambiti fluviali e per la sensibile incidenza dell'urbano sul rurale in particolare in corrispondenza di punti critici come il Borgo Segà. Anche il paesaggio agrario ha perso parte dell'aspetto dei campi chiusi per dare spazio ad un'agricoltura più intensiva. Notevole invece l'interesse verso i laghetti di Cinto Cao Maggiore inseriti tra i due corsi fluviali di risorgiva meandreggianti, il Cao Maggiore ed il vecchio Reghena, che hanno mantenuto molti aspetti della naturale vegetazione igrofila ripariale.

Anche in quest'area si ripete il tema del paesaggio dei mulini e dell'archeologia industriale (molino alla confluenza del Cao Maggiore con il Reghena; Borgo Sega). Architettura, pittura e scultura religiosa nelle chiese di Cinto, della frazione Settimo e di Pramaggiore. Nella frazione di Gaii, oltre alla tipica architettura dei "camini", un bell'esempio di casone padronale in Villa Ronzoli. Tipico il borgo di Lison. Sempre nell'area leggermente ad Ovest di Portogruaro, da segnalare l'abbazia benedettina di Summaga

Si tratta di un itinerario dotato di scarsi servizi turistici, ma che presenta motivi di interesse anche perché proteso verso l'area dei vini DOC di Lison-Pramaggiore e quindi collegato ai percorsi delle strade del vino, oltre che all'offerta enologica (Mostra dei Vini di Pramaggiore, aziende vitivinicole). A Pradipozzo e a Summaga sono presenti aziende agricole con agriturismo. Dal punto di vista delle fruibilità, va sottolineato l'impegno da parte della Provincia, con FIAB, per la valorizzazione delle zone del futuro Parco, con organizzazione di "biciclettate" e manifestazioni con la messa in azione di diversi servizi. Attualmente, l'area dei laghi tra Portogruaro e Cinto e del Lago Azzurro a Gaii è dedicata alla pesca sportiva. Aziende faunistico venatorie a Lison. Dal punto di vista dei servizi di ristorazione e di prodotti tipici, esiste una offerta orientata ai residenti (pizzerie-ristoranti a Cinto, Osteria a Gaii, ecc.). Offerta agrituristica ed enologica nei comuni limitrofi. Non presente offerta ricettiva alberghiera a Cinto e a Pramaggiore. La mobilità ciclistica è agevolata in alcuni tratti (Gaii)

Il Parco del Lemene-Reghena. Una Attrattiva "in forse"

L'esistenza di un'area protetta – peraltro di nuova attuazione e quindi bisognosa anche di acquisire notorietà – costituisce uno dei motivi in più per l'analisi. Il parco fluviale Regionale del Reghena e Lemene e dei laghi di Cinto doveva nascere dalla collaborazione tra Regione, Provincia e comuni di Cinto, Gruaro e Portogruaro, e completare una serie di iniziative di salvaguardia, tutela e valorizzazione già iniziate (siti di interesse comunitario – SIC- , istituzione di Oasi di protezione nell'ambito della L.R. 50/93 per la fauna selvatica e il prelievo venatorio).

L'area del Parco si dovrebbe estendere su aree private, di aziende agricole e di ex-cave, caratterizzate dalla presenza dei fiumi di risorgiva Lemene e Reghena-Caomaggiore e dalla presenza di laghetti derivati dalla rinaturalizzazione dell'area di cava di ghiaia, successiva alla costruzione dell'autostrada A28, tramite l'emersione di acque dolci nella depressione causata dalle escavazioni. L'utilizzo attuale dei laghetti è eminentemente legato alla pesca sportiva.

Ulteriore pregio del parco è quello di trovarsi ai confini tra la provincia di Venezia e il Friuli, al centro di una zona particolarmente ricca di risorse culturali e paesaggistiche "transregionali": Sesto al Reghena e Cordovado, Stalis, Boldara e il parco letterario Ippolito Nievo.

Peraltro, l'area è già stata oggetto di iniziative come quella del progetto *C'era una volta il mare. Acque sorgive e paesaggi della memoria*, per quanto riguarda i mulini, con riferimento a quelli di Boldara e di Stallis. Previste sono infine le creazioni di sentieri e percorsi e possibilità di visite guidate.

L'offerta enogastronomica del Veneto Orientale. I vini DOC Lison – Pramaggiore

Uno degli elementi di maggior interesse dell'area del Veneto Orientale è costituito dall'area DOC Lison-Pramaggiore, che si estende fino a Caorle ma che ha come cuore il "distretto del vino" di Annone Veneto e Pramaggiore. I soggetti e il Consorzio sono riuniti sotto la Strada Vini Lison-Pramaggiore.

A tale offerta vitivinicola fa riscontro una tipicità gastronomica basata su alcune specialità (l'oca, il pesce di fiume, i prodotti della terra) originale nell'ambito del Veneto ma non molto rinomata e in pericolo di mantenimento.

Storia ed arte: i musei

L'area presenta offerta museale di tipo etnografico e archeologico.

Il territorio si sviluppò rapidamente fin dall'antichità per la sua collocazione all'incrocio di due assi di comunicazione importantissimi, la via Postumia lungo tutta la Pianura Padana e la Via Annia, importante asse costiero adriatico; nello stesso tempo dovette continuamente scongiurare gli effetti della pericolosa prossimità all'acqua dalle inondazioni delle maree, agli allagamenti sulle aree coltivate, dal rischio di malattie causate dall'ambiente paludoso alle difficoltà di creare vie di collegamento veloci che attraversassero questa vasta area anfibia.

E' interessante rilevare come il patrimonio museale qui presente testimoni sempre, attraverso gli elementi raccolti ed esposti, questi aspetti della cultura locale.

Si tratta di un gruppo eterogeneo di musei che hanno come comune denominatore il fatto di testimoniare esempi di forte civilizzazione sul territorio e un grande radicamento degli abitanti allo stesso.

Una breve descrizione di questo patrimonio permetterà di giustificare l'utilizzo del concetto di "museo diffuso", frequente in tutti quei discorsi e scritti che parlano di questa realtà così interessante ma nello stesso tempo così poco conosciuta allo scopo di programmare linee sistematiche di operatività per valorizzarla

Il Museo Nazionale Concordiense di Portogruaro

Sono conservati reperti romani provenienti per la maggior parte dalla vicina Concordia Sagittaria; si tratta di iscrizioni latine, sculture a bassorilievi e altri reperti simili rinvenuti nel 1873 col ritrovamento della necropoli del "Sepolcro dei Militi" dell'antica colonia Romana di Julia Concordia. E' il Museo stesso a gestire anche gli scavi a Concordia con la Basilica Paleocristiana.

Il totale delle presenze annue nel museo e nell'area archeologica è di 10.000 visitatori, secondo le rilevazioni più della metà riguarda l'area archeologica.

I siti sono aperti tutti i giorni dalle 9.00 alle 20.00. Il biglietto costa 4.000.

Il 60% dei visitatori sono scolaresche, il restante 40% è composto da abitanti delle aree limitrofe e da turisti provenienti dal litorale adriatico sia nei periodi di alta stagione (luglio-agosto) che nei periodi di bassa.

Sono state attivate delle iniziative sia nell'area che nel museo per stimolare l'interesse alla visita e conseguentemente incrementare il numero dei visitatori: un'associazione locale è incaricata di organizzare le visite guidate, per le scolaresche c'è la possibilità di entrare gratuitamente e temporaneamente vengono organizzate delle mostre tematiche volte a valorizzare aspetti della civiltà romana direttamente riconducibili ai reperti esposti. Nel museo è in vendita un opuscolo descrittivo e nelle librerie della zona sono in vendita volumi più dettagliati sul patrimonio archeologico della zona e più in generale sugli antichi romani.

Museo paleontologico di Portogruaro

Si tratta di un piccolo spazio presso la sede comunale che espone reperti paleontologici ritrovati in zona.

Il Museo è aperto tutti i giorni dal lunedì al sabato, due ore al giorno dalle 10.00 alle 12.00 grazie alla volontà di alcuni operatori di una associazione locale. Il ruolo dell'istituzione comunale nella gestione di questo spazio è irrilevante tanto da non assicurare, oltre alle spese di pulizie condivise, neppure un piccolo contributo per la promozione o l'organizzazione di iniziative che valorizzino il materiale esposto. Basti pensare che chi lavora nell'ufficio comunale spesso non ha mai visitato il piccolo museo. E' la dedizione quotidiana di pochi appassionati

quindi, persone anziane da sempre coinvolte nelle attività istituzionali comunali, a permettere un minimo di assistenza alle scolaresche che, soprattutto nel periodo autunnale e primaverile, raggiungono la sede per la consueta visita guidata; o ad allestire delle vetrinette temporanee con l'obiettivo di valorizzare qualche pezzo.

Non è previsto un pagamento per accedere e questo, insieme alla distanza fisica della postazione dell'operatore dall'ingresso, rende impossibile una rilevazione sistematica del numero di visitatori. Il dato assodato è che nei periodi suddetti si registra il maggior afflusso e che in estate spesso si incontrano turisti stranieri provenienti dalle vicine spiagge di Caorle e Bibione. La Pro Loco locale è impegnata nella promozione delle attrattive culturali di Portogruaro nelle Apt balneari; sicuramente molte persone giunte nella cittadina per visitare il Museo decidono di visitare anche questo tipo di attrazione.

Museo archeologico a Concordia Sagittaria

Si tratta anche in questo caso di un piccolo spazio espositivo presso la biblioteca comunale. Pur essendo ritenuta "uno dei migliori musei del veneziano" per la ricca collezione di reperti archeologici e per il ruolo decisivo delle iniziative comunali e all'azione di alcune associazioni locali (es. Associazione Rufino) impegnate quotidianamente nella gestione dell'apertura, si discute oggi della possibile riqualificazione tramite la valorizzazione del percorso attorno alla Basilica.

L'ingresso è gratuito tuttavia, malgrado la mancanza di un dato quantificabile come il numero di biglietti staccati, l'associazione si è impegnata a rilevare il numero di presenze annuali. Si tratta in totale di 2430 persone nel 2000, composto per il 70% da scolaresche e il restante 30% da turisti del balneare. In questo caso la presenza di stranieri è stata rilevata soprattutto in settembre-ottobre, all'inizio della bassa stagione durante le giornate di maltempo in cui non erano praticabili le consuete attività balneari. L'azione di promozione viene garantita da un depliant tradotto in quattro lingue e distribuito nelle Apt di Caorle e Bibione.

Museo etnografico su Ippolito Nievo a Fossalta di Portogruaro

Aperto nel 1984 questo piccolo Museo ospitato nella Biblioteca Comunale di Fossalta è dedicato alla memoria del celebre scrittore. Nel Museo "Ippolito Nievo", attivo promotore di studi nievani, sono conservati un centinaio di pezzi, tra i quali un baule e dei vestiti dello scrittore, giornali d'epoca, anche con l'autografo dello scrittore, recensioni di libri, volumi di tutte le edizioni delle "Confessioni" dalle prime stampate nello scorso secolo a quelle edite fino ai nostri giorni, anche nelle diverse lingue straniere, le opere scritte dal Nievo prima dell'opera più nota. In mezzo alla stanza è stato ricostruito un fondo marino ad effetto con il relitto del piroscalo su cui viaggiava Ippolito e naufragato nel Tirreno nel 1861.

Prima questo materiale era raccolto nel castello di Montalbano, gravemente danneggiato dal sisma che colpì il Friuli nel 1976.

Attualmente il museo è chiuso perché si sta progettando la sua dislocazione in una nuova sede nel Parco di Fratte, presso un'antica casa quattrocentesca recentemente restaurata. Questo spostamento fisico insieme al recupero attualmente in opera del Parco grazie ad un progetto di riordino ambientale finanziato dalla Comunità Europea permetterà di creare un luogo di attrattiva di sicuro successo.

Nel Parco sono infatti ancora visibili i resti archeologici del castello di Montalbano in cui il Nievo ambientò il suo celebre romanzo "Le confessioni di un italiano". E' stato inoltre ricreato un giardino con piante presenti nel territorio in epoca medievale.

Attualmente il Museo di Fossalta ospita in media 200-300 scolaresche all'anno e numerosi gruppi di affezionati dello scrittore (il direttore ha menzionato una comitiva di Mantova che appoggiandosi ad un'agenzia di viaggio ha organizzato la visita). L'apertura era prevista solo alla

domenica, gratis, su prenotazione. E' sicuro fin d'ora che quando il lavoro di restauro del Parco con il nuovo Museo sarà ultimato l'orario di apertura verrà ampliato.

Il museo inoltre cogliendo gli spunti suggeriti da appassionati del Nievo sta lavorando alla progettazione di itinerari nievani (uno possibile è: *da Cordovado a Portogruaro fino a Caorle: Nievo scopre il mare*) che metteranno in collegamento luoghi diversi e poco conosciuti. Si tratta di una realtà vivace che ha capito le opportunità legate ad un nome illustre del passato.

Museo nazionale archeologico di Quarto D'Altino

Seppur "fuori area", riteniamo utile nominarlo proprio per la sua rilevanza del sito e la possibilità di messa in rete.

La nascita di questo museo risale agli anni '60. Il suo scopo originario era soprattutto la conservazione del materiale archeologico che veniva trovato sempre più frequentemente durante i lavori per opere di edilizia civile e privata. L'apertura del museo segno l'inizio di un'opera di scavi archeologici ad opera della Sovrintendenza che da allora sono continuati ininterrottamente. Dai mille pezzi esposti originariamente si è giunti oggi ad un patrimonio di circa quarantamila pezzi composti soprattutto da corredi tombali, monumenti funerari e vari altri della cultura funeraria preromana e romana.

Il Museo è strettamente collegato con la vasta area archeologica circostante dove sono visibili i resti del decumano che attraversava il quartiere a nord ovest dell'antica città romana. Questo aspetto rende la visita particolarmente interessante, le stesse visite guidate partono dalle sale espositive per specificarsi nello spazio esterno. Il servizio guide è gestito da una cooperativa locale (Synthesis) su prenotazione attraverso il museo.

Il numero di presenze annue si aggira intorno alle 8.000 persone distribuite nei vari periodi dell'anno. In questo caso la tipologia di visitatore è più varia: non solo scolaresche ma anche appassionati, studiosi e turisti. Il museo è ben conosciuto e per diffondere ulteriormente l'interesse per lo stesso è stato stampato un depliant in tre lingue oltre che la guida in vendita direttamente nel museo.

E' aperto tutti i giorni dalle 9.00 alle 19.00 e il biglietto di ingresso costa £ 4.000 con possibilità di accesso gratuito per le scolaresche.

Il museo non è dotato di un servizio di caffetteria e bookshop; il personale tuttavia è in grado di fornire informazioni sul materiale bibliografico reperibile e nel sito Internet è presente una lista di testi che permettono di approfondire la visita.

Oltre all'esposizione permanente non vengono organizzate mostre a tema.

Tra il culturale e il naturalistico, *il Parco Letterario Ippolito Nievo*.

È un luogo che ha ispirato un grande scrittore e poeta, in un secolo più o meno lontano e che conserva nei suoi tratti l'aspetto d'allora, per fortunata occasione o precisa cura.

Queste aree sono i luoghi dell'ispirazione più famosa, che -tentano accanto alla conservazione di una particolare visione letteraria- di salvare armoniosamente ogni elemento di natura, di costruzione artistica, o di memoria storica del luogo. Tale cura si estende alle opere e ai ricordi delle genti locali, meno note (o del tutto sconosciute) ma che hanno lasciato traccia del loro passaggio.

E' peraltro molto rilevante anche il ruolo dei **Musei delle civiltà contadine a Torre di Mosto, Belfiore, ecc.**

6. Attività turistiche e scenari di mercato

Proponiamo qui – con diverso approfondimento – alcuni temi relativi alla possibilità di combinare le risorse con i mercati e alcune soluzioni per la strutturazione in prodotti., riportando anche il quadro generale del fenomeno.

Turismo verde-attivo: la sintesi

Caratteristiche	Possibilità di autenticità e di svolgere attività, con forti motivazioni all'origine
Modello di riferimento	Località alpine ed appenniniche, Umbria, fascia pedemontana, lago e parchi
Distanza	Breve e media
Atteggimento	Creazione di identità e di esperienze/forma fisica/vivere la natura
Stagionalità	Diffusa nell'anno (spesso di breve durata)
Ricettività	Differenziata, anche rurale
Problemi	Necessità di creazione di rete di prodotti, riduzione dello spontaneismo
Tendenze	Relazione con i parchi e i centri minori Forte sviluppo percepito
Saggio di crescita	+10%

Fonte: Elaborazione Ciset dal VIII Rapporto sul Turismo in Italia

A questo proposito, riportiamo uno schema che mostra a seconda dell'area, le tendenze e le possibilità di recuperare il **patrimonio rurale come attrazione turistica**

	<i>Spazi spopolati</i>	<i>Spazi integrati?</i>	<i>Spazi periurbani</i>
Scenario tendenziale	Abbandono e ritorno a..	Agricoltura in crisi	Appropriazione cittadina; riserva per lo svago e laresidenza
Scenario patrimoniale	Riserva ecologica Turismo pesca e caccia	Agricoltori "giardinieri del paesaggio"	Appropriazione cittadina; riserva per lo svago
Scenario gestionale	Circuiti turistici, intratt-animazione, valorizzazione	Agricoltura diversificata	Pianificazione residenza/loisir

Le zone verdi. Ambiente e sport

L'Area Sud e i casoni.

L'area a sud – direttamente a ridosso delle spiagge – del Veneto Orientale si configura essenzialmente come area umida, vallivo-lagunare, contraddistinta da particolarità insediative di grande tipicità come quelle dei casoni (per cui si rimanda alla recente pubblicazione della provincia)

Il "sistema casoni" è tale da essere collegabile a diverse tipologie di attrazioni e a diversi temi. Innanzitutto, esso è, come si è appena detto, collegato fisicamente alle località balneari; in particolare sono alle spalle di grandi sistemi balneari come quello di Caorle e Bibione, che comprendono in totale circa 1 milione di arrivi turistici registrati e 8,5 milioni di presenze, e di Jesolo ed Eraclea (anche qui circa 1 milione di arrivi e 6 milioni di presenze). Quindi le spiagge si possono considerare, come vedremo, come un potenziale forte bacino di utenza, ma anche un sistema che può trarre giovamento da un complemento alla stessa offerta balneare che risulta matura e bisognosa di arricchimento del prodotto.

Tuttavia, le ipotesi di visita ai casoni, con una relativa costruzione del prodotto, possono essere articolate anche secondo una serie di temi rivolti a target specifici, ma anche integrabili.

- il tema **ambientale – paesaggistico**, cioè quello più ovvio, che può avere al suo interno varie specificazioni, ma che essenzialmente predilige una lettura incentrata sull'aspetto naturale, sull'ecosistema, sulla flora e sulla fauna e sul rapporto tra terra ed acqua. Tuttavia, questo aspetto naturalistico può essere vissuto in vari modi e a diversi livelli di scientificità, o con diversi obiettivi, che possono andare da quelli di conoscenza a quelli di svago a quelli estetici (si pensi alla fotografia di ambienti, ecc.). L'unicità di queste aree si presta quindi alla molteplice fruizione, secondo quanto si è già detto del turismo verde.
- il tema **storico-etnografico, di archeologia industriale ed enogastronomia**. Come si è detto, il casone rappresenta una testimonianza – come tutte le abitazioni rurali – di vita nel territorio, di adattamento ad esso e di costruzione del paesaggio, ma anche di svolgimento di attività produttive. I casoni diventano così un elemento “evidente” per la lettura del territorio e la sua storia, come molti dei vari tipi di casa rurale in Italia e in Europa, tanto che potrebbero far parte di un itinerario ideale internazionale di grande interesse. Il prodotto dovrebbe essere costruito tenendo conto della possibilità di testimoniare le attività del luogo, di evidenziare gli interventi di gestione delle acque e del territorio, la vita quotidiana, in una sorta di etnomuseo o di ecomuseo diffuso (si veda anche il caso alsaziano citato), in cui sia anche possibile entrare in contatto con le specificità enogastronomiche prevalentemente ittiche o con altri prodotti tipici. Per fare ciò è necessaria però un'attività di guida, accoglienza e accompagnamento piuttosto complessa, ma che potrebbe rendere unica l'esperienza di visita.
- il tema **“venatorio” e di pesca**. Se la funzione di riparo per i pescatori è stata fondamentale per i casoni, va anche ricordato che essi si trovano in aree in cui molto rilevante è la presenza delle aziende faunistico-venatorie e agri-faunistico-venatorie (le più grandi della provincia), e che quindi dispongono di una nicchia di mercato, peraltro fedele, piuttosto originale e interessante. Il turismo venatorio è una tipologia poco diffusa nelle aree venete, ma che trova spazi nell'est Europa, e anche se il numero di cacciatori tesserati è andato progressivamente scemando negli ultimi due decenni, può essere considerato un target specifico. Esso richiede come ovvio una serie di facilitazioni e di servizi e di rispetto di normative piuttosto preciso, e comporta anche la esclusione di altre tipologie di clientela e comunque una certa contraddizione con altri principi. Anche più interessante oggi il fenomeno del **pescaturismo**, (cioè di un'esperienza di un'escursione in barca con pescatori) che sta trovando forte espansione in vari contesti, da quelli mediterranei a quelli adriatici. Nella zona di Caorle, dove l'evoluzione della attività di pesca e acquacoltura pone i pescatori di fronte ad alternative talora pesanti, il pescaturismo si configura come possibilità di integrazione del reddito e come possibilità di offrire un prodotto unico, di avvicinamento alla cultura locale, di esperienza “avventurosa” e anche di comprensione naturalistica. Si può anche parlare di **“ittiturismo”** se alle escursioni in mare finalizzate alla pesca si aggiunge anche la possibilità di pernottare in tipiche abitazioni dei pescatori, quale potrebbe avvenire (sia pur per piccoli numeri) nei casoni stessi, offrendo così un'esperienza sicuramente originale ma che va progettata e fornita di servizi con cura. Si tratterebbe anche in questo caso di un prodotto di nicchia, ad alto valore aggiunto, che deve però evitare la banalizzazione. Il **target** per il turismo venatorio va trovato tra gli appassionati e i tesserati, mentre per il pescaturismo nei turisti della zona più attenti
- il tema **letterario**. Il paesaggio dei casoni ha trovato spazio nella letteratura, anche a livello internazionale, grazie innanzitutto alle citazioni fatte da E. Hemingway nel suo romanzo “Al di là dal fiume e tra gli alberi”. In esso si evocava un mondo fortemente legato al paesaggio e al tema già citato, cioè quello degli sport “maschili” quali la caccia e la pesca. Le descrizioni letterarie, ma anche l'aspetto quasi mitico e divistico dello scrittore statunitense fanno aumentare notorietà e fascino dei casoni, tanto che anche alcune proposte di visita partendo da Caorle (in motonave) riportano la dicitura di escursione verso “le zone di Hemingway”. A

questo proposito, una delle indicazioni che potrebbe essere data – anche per attrarre nicchie di visitatori stranieri – per la valorizzazione turistica riporta espressamente alla creazione del “Parco letterario di Hemingway”. Per fare ciò però è necessaria una serie di iniziative che costruiscano il prodotto seguendo questo tema: quindi, oltre lo spazio dato ai casoni nella loro realtà, sono necessari richiami alla vita dello scrittore, al suo soggiorno e ai suoi passatempi, con testimonianze e guide appositamente preparate e con possibilità di accedere anche a collezioni private e a spazi finora preclusi all’apertura. L’iniziativa dovrebbe far riferimento essenzialmente a Valle Grande e alla borgata di S. Gaetano di Caorle, che ricordiamo come uno dei più interessanti anche dal punto di vista della sua concezione (borgo autosufficiente, con varie attività produttive e poi legato alla bonifica). Oltre al caso citato, ricordiamo che la zona dei casoni si può ben ricollegare (come già ricordato nel progetto “C’era una volta il mare”) al già esistente **Parco Letterario Ippolito Nievo**, che si esprime soprattutto nella zona più a nord (Fratta, Venchieredo, ecc.), ma che è fortemente connessa al mare: si ricordino le pagine de “Le confessioni di un Italiano” in cui Carlino arriva al mare, attraversando le zone paludose e le giunchiglie. Si tratta dunque di ri-valorizzare le aree e i percorsi descritti da Nievo, inserendoli in un progetto che effettivamente ne renda produttivo lo sfruttamento, con informazioni e accompagnamenti, riprese letterarie, ecc. **Il target** per questo tema può essere rappresentato dalle scuole, da gruppi precostituiti, dagli appassionati lettori ma anche dai turisti italiani e internazionali.

- **il tema delle vie d’acqua e della mobilità lenta** (greenways). La visita ai casoni, per la loro collocazione, si presta ad essere collegata alla fruizione lenta del territorio e in particolare alla navigazione nelle acque interne, che oggi è costante fonte di interesse sia da parte degli operatori che delle istituzioni che della domanda. Creare itinerari per la navigazione fluviale e lagunare (lungo l’Idrovia Litoranea Veneta o le diverse canalizzazioni, come il Canalon presso Caorle) che tocchino i casoni potrebbe aumentare l’appeal della zona e anche dare possibilità di utilizzare dei percorsi verdi (greenway) rurali-ricreativi veramente unici. E’ però necessario studiare delle forme di intermodalità e fornire alcune infrastrutture, anche minime (approdi, punti di scambio con biciclette, ecc.), e garantire la percorribilità delle vie d’acqua (controllando conche, ponti). Questa modalità di fruizione è per ora già attuata dai proprietari di casoni o di strutture analoghe, ma sarebbe auspicabile che potesse essere estesa anche a numeri più ampi, pur tenendo conto della sostenibilità.

E’ evidente che tutte queste tematiche sono fortemente interrelate, e che comunque nel complesso può essere fornito un prodotto di estremo interesse: però il maggior o il minor rilievo dato ad un aspetto piuttosto che ad un altro può condizionare i target interessati, la costruzione del prodotto, le competenze, i servizi e le strutture richieste. E’ importante comunque che esista una capacità di far interpretare il paesaggio e la storia dell’uomo in esso. Se ognuno dei temi che abbiamo citato richiede una particolare organizzazione, dobbiamo anche considerare la fattibilità della costruzione del prodotto, che comporta, come si è detto, la presenza di servizi e di strutture - anche se semplici - di percorsi, di casoni singoli visitabili all’interno. La valutazione della fattibilità deriva dalla potenzialità della domanda, che esamineremo brevemente.

E’ comunque cruciale definire se:

- i servizi ipotizzati (per esempio di guida) sono previsti come stabili o occasionali (per esempio solo su prenotazione), o stagionali (fine settimana, mesi estivi)
- il servizio è a pagamento o meno

- la visita si configura come escursione giornaliera a sé stante o se è inserita in pacchetti più vasti. Si consideri tra l'altro il problema della ricettività, che non può alle condizioni attuali essere garantita nell'area strettamente interessata dai casoni.

E' chiaro infatti che, rivolgendosi per ora a nicchie – sia per garantire la sostenibilità, sia per la specificità del prodotto – non è ancora pensabile che esista un servizio di accoglienza stabile che si regga autonomamente in maniera economica, come dimostrano anche altre iniziative. Possono essere anche pensate delle “giornate evento” (sul modello delle domeniche “verdi” ecc. o delle feste in particolari siti come Valle Averno ecc.), che danno l'opportunità di una grande visibilità ma creano congestione in quel determinato momento.

E' ovvio comunque che per permettere una manutenzione e fruibilità dei siti l'apertura al pubblico non può essere episodica; è altrettanto vero che per garantire una continuità di visita vanno esplorati e interessati più target: si pensi all'opportunità di coinvolgere le scuole per il periodo primaverile e per i giorni feriali, che invece non possono contare su flussi turistici veri e propri.

E' comunque indispensabili che siano garantite

- le informazioni e la segnaletica necessarie per l'accesso
- la possibilità di raggiungere i siti e di svolgere un percorso tra di essi
- la visita almeno di un casone all'interno, possibilmente con arredi tipici
- l'informazione sui contenuti, possibilmente plurilingue o addirittura l'animazione (rievocazioni, strumenti, ecc.)
- la possibilità di ristoro

Sono quindi necessari sia interventi pubblici che iniziative private per poter garantire questi servizi e l'effettiva fruibilità del prodotto nei suoi vari aspetti (igiene, sicurezza, ecc.).

Analizziamo qui brevemente punti di debolezza e vincoli, da un lato, e potenzialità e punti di forza di quest'area dal punto di vista della fruizione e valorizzazione turistica.

<i>Punti di forza/opportunità</i>	<i>Punti di debolezza/vincoli</i>
Pregio ambientale	Non accessibilità di alcune aree
Movimenti di opinione e aumento della notorietà	Non riconoscibilità “turistica” di certe attrazioni/scarsa visibilità
Crescita (recente dei servizi)	Rarietà dei servizi
Vicinanza con bacini turistici affermati	Presenza di obiettivi discordanti
	Mancato collegamento tra attrazioni e servizi (es. equitazione)
	Non continuità di determinate iniziative

Il turismo culturale: un quadro generale

Vista la molteplicità di tipologie di turismo e le peculiarità dell'area, riportiamo degli schemi sulle tipologie di turismo culturale.

Il Turista culturale tradizionale

È attratto da	- Grandi attrazioni "classiche"
Come si muove	- Anche dall'estero - Organizzato, anche in gruppo, oppure - Non organizzato, individuale

Che elementi di prodotto cerca	<ul style="list-style-type: none"> - Città d'arte ricche di servizi - Musei e monumenti - Ospitalità alberghiera anche qualificata - Servizi e infrastrutture di trasporto
Impatti sul territorio	- Concentrati e spesso intensi
Come raggiungerlo	<ul style="list-style-type: none"> - Promozione e pubblicità - Intermediazione (T.O., agenzie)

IL VISITATORE D'EVENTO

È attratto da	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi tradizionali o culturali, musicali, ecc. con caratteri di unicità
Come si muove	<ul style="list-style-type: none"> - Dalle zone limitrofe - Da più lontano se l'evento è eccezionale - Individualmente o in gruppi organizzati
Che elementi di prodotto cerca	<ul style="list-style-type: none"> - L'evento - L'aggregazione/identificazione - Strutture e spazi adeguati (sale, stadi) - Servizi di supporto
Impatti sul territorio	- Concentrati nel tempo ma intensi
Come raggiungerlo	- Associazioni, mailing, stampa specializzata

L'ETNO - TURISTA:

È attratto da	<ul style="list-style-type: none"> - Varietà e autenticità culturale - Contatto con le popolazioni locali - Fruizione degli aspetti folklorici, enogastronomici, ecc.
Come si muove	<ul style="list-style-type: none"> - In piccoli gruppi o da solo, con mezzi propri - Auto-organizzato o con operatori specializzati - Informato già prima della partenza
Che elementi di prodotto cerca e consuma	<ul style="list-style-type: none"> - Ricettività diffusa e alternativa (B&B; agriturismo) - Accessibilità e informazione - Ristorazione e produzione tipica - Tradizioni popolari e testimonianze - Itinerari tematici
Impatti sul territorio	- Diffusi ma poco intensi
Come raggiungerlo	<ul style="list-style-type: none"> - Stampa specializzata, Internet, - passa-parola, associazioni

IL CULTURALE DI RIMBALZO

È attratto da	<ul style="list-style-type: none"> - Grandi attrazioni classiche - centri minori o manifestazioni - possibilità di integrare
Come si muove	- Svolge escursioni (in gruppo o individualmente) dalla località dove

	effettua vacanze (mare, monti)
Che elementi di prodotto cerca	- Organizzazione e trasporti di collegamento tra una località e l'altra - Unione di svago e conoscenza
Impatti sul territorio	- Intensi (mordi e fuggi) e "bipolari"
Come raggiungerlo	- Informazione e promozione congiunta tra località; agenzie viaggi locali.

Il turismo d'affari

Uno dei segmenti di riferimento più rilevanti risulta quello dei turisti di lavoro, che frequentano già le aree dell'entroterra veneto. Essi sono di grande interesse ma presentano alcune caratteristiche problematiche:

- non essere quantificabile e difficilmente monitorabile
- essere impermeabili alle iniziative promozionali turistiche
- avere un periodo di permanenza basso e scarsa disponibilità ad effettuare escursioni sul territorio.

Risulta però che – da indagine Ciset-Doxa – circa la metà dei turisti d'affari sia interessata a visitare beni culturali o di altro tipo (anche nel tempo "residuo" dalle attività aziendali); inoltre apre possibile attrarre pernottamenti nei centri storici, purché si offrano situazioni favorevoli di accessibilità e parcheggio.

Si tratta di un target poco esplorato ma che può essere rafforzato in due modi:

- nella quantità assoluta
- nell'incremento di utilizzazione di servizi e attrattive dell'area.

Il Turismo del vino: generalità

A livello internazionale, si può dire che "il turista del vino sia di solito tra i 30 e i 50 anni, dal reddito medio e medio-alto, e che provenga da zone limitrofe alle aree vitivinicole; i visitatori sono di solito dei consumatori regolari di turismo del vino e hanno almeno una conoscenza "media" del prodotto. Ci possono essere però una serie di motivazioni più specifiche e abbiamo già detto che conta, oltre al paesaggio:

- Assaggiare e conoscere il vino, anche per ridurre i rischi nell'acquisto;
- Incontrare i produttori;
- Passare un giorno di relax fuori casa.

Comunque il turismo del vino è una esperienza complessa, non è solo un assaggio di un prodotto: significa socializzazione all'interno di un gruppo e con le personalità del vino e una interazione con altri elementi come il cibo, l'accommodation, il paesaggio.

Ma, dalle osservazioni che emergono dalle situazioni di aree di produzione vinicola italiana, di livello "medio" (cioè non di pregio e notorietà estremi), possiamo individuare questa suddivisione in segmenti:

- **il segmento "mordi e fuggi"**: molto ampio numericamente, comprende varie categorie di persone. Il loro interesse verso l'enogastronomia è intenso ma non costante, più legato a momenti specifici, a occasioni, (gruppi) o ad eventi. Il livello di informazione è più limitato. Il gruppo comprende anche giovani. La loro permanenza nella zona è limitata (spesso in giornata) e la provenienza è generalmente dalle aree vicine;

- **il segmento “prioritario”**: è il target desiderato: ristretto nel numero, ma di maggiori capacità di spesa e motivazioni più specifiche. Età superiore ai 40 anni, buon livello sociale, culturale ed economico; possiede informazioni, segue le tendenze ma ha anche interessi specifici e di approfondimento, cerca nel vino anche lo status symbol. Ha già viaggiato e possiede possibilità di confrontare le esperienze. Può provenire anche da aree lontane (estero). E’ quindi disposto anche a soggiornare in loco, se esiste ricettività e una serie di attività.

- **il segmento “di acquisto”**, che si reca tradizionalmente in particolari aree per l’acquisto diretto di vino (in bottiglie o in damigiana); spesso è fidelizzato, proveniente da aree collocate nella regione o in quelle limitrofe ed effettua la visita alla cantina senza servizi accessori e senza attenzione particolare al paesaggio. Essendo però un segmento già presente sul territorio, va riconosciuto e ad esso vanno rivolte particolari proposte e informazioni.

In teoria, sarebbe opportuno rivolgersi al segmento “prioritario” perché permette un impatto sul territorio più intenso: ma dobbiamo valutare se si può fare a meno dei segmenti meno qualificati, di massa, e se possiamo effettivamente sperare con le attrattive sul territorio di attirare il segmento meno numeroso e più ambito.

Nello stesso tempo, se si desiderano i grandi numeri (che possono essere di stimolo anche per il coinvolgimento degli attori), occorre avere una gestione dei flussi, evitare la congestione, l’eccessivo affollamento garantendo la qualità dell’esperienza.

Nel caso di un turismo emergente come questo, è difficile selezionare un solo target. Ma è opportuno considerare che i servizi vanno forniti a tutti i visitatori, evitando anche “scontri” tra comportamenti diversi. Per tutte queste considerazioni, è bene aver chiaro il quadro della situazione territoriale a cui si fa riferimento.

Alcune caratteristiche del turismo del vino oggi:

- generalmente escursionistico-alimentare. Visita ai luoghi del vino, pranzo, soste in enoteche: è una forma tradizionale di uscite del week-end; a volte legato ad eventi
- caratteri legati all’evento: Cantine Aperte, grande successo, è un modo per attirare turisti nel territorio e far conoscere i produttori. Tra i rischi: la congestione; il carattere effimero e meramente commerciale (degustazione, vendita e non spiegazione); difficoltà organizzative sul territorio (frammentarietà)
- rilevanza dell’editoria e della comunicazione tramite mass-media (giornali e periodici e delle guide (Guide enogastronomiche, ecc.)
- rilevanza di alcuni operatori di spicco, che rischiano però di accentrare le attività e le azioni
- possibilità di proporre pacchetti solo per stranieri; per gli italiani c’è l’autoproduzione
- scarse possibilità di visite alle cantine per mancanza di informazione e per mancanza di servizio (apertura, accessibilità)
- caratteri tipici del turismo rurale
- frammentarietà delle aree; predominanza di alcune
- “industrializzazione” dei grandi produttori
- presenza di iniziative private (creazione di musei del vino, ecc.) ma talvolta non collegate
- scarso coinvolgimento degli altri operatori (non turistici o turistici di altre aree)
- limitato interesse effettivo da parte degli imprenditori turistici
- scarsa animazione locale coordinata
- forte presenza di enti preposti e attenzione da parte delle istituzioni, anomalo rispetto alla entità del fenomeno

- difficoltà di riconoscibilità del prodotto

E' bene chiedersi come sia la situazione nella propria zona ... le cantine sono pronte, attrezzate, disponibili? Che percorso può compiere il visitatore e cosa può consumare?

Se questo quadro sembra pessimistico rispetto alle descrizioni precedenti, cerchiamo di immaginare come sia possibile risolvere alcuni di questi problemi.

Innanzitutto:

- considerando le peculiarità del turismo rurale;
- creando la rete locale di attori e di servizi, e collegandosi anche con l'esterno;
- pensando in termini di prodotto turistico e non di iniziative estemporanee o di offerta del singolo e non del sistema.

Turismo del vino come turismo rurale

Innanzitutto bisogna pensare che ci si trova in un'area rurale e che quindi il turismo in essa avrà vincoli e specificità.

Rispetto alle classificazione dell'Unione Europea, possiamo individuare la tipologia di area rurale in cui si lavora, e ragionare di conseguenza: quelle che qui possiamo ritenere più specificamente interessanti sono quelle tipiche della "campagna industrializzata", a densità non alta ma con popolazione diffusa (nell'Atlante Socio-economico del Veneto, i comuni della Venezia Orientale sono ritenuti "turistico-bracciantili"):

- aree sviluppate dal punto di vista della produzione agricola: priorità allo sviluppo dell'offerta enogastronomica di prodotti locali e all'accoglienza nelle fattorie.
- aree vicino al mare, che vogliono sviluppare il turismo in zone più interne: la priorità è data alla promozione di offerta rurale specifica, inclusi temi legati all'heritage e sentieri "interni"
- aree rurali nei pressi di centri di particolare rilievo storico artistico, utilizzate come base per escursioni nei dintorni (es. la campagna toscana)

Dobbiamo fare i conti con una serie di vincoli e difficoltà tipiche del turismo negli spazi rurali:

- ⇒ scarsità di servizi (informazioni, ristoro) orientati al visitatore;
- ⇒ scarsità di strutture ricettive;
- ⇒ mancato sviluppo della funzione turistica;
- ⇒ elementi di attrattività non monumentali, ecc: legati all'esperienza in generale (attività fisica, aria aperta, agricoltura, ecc.) e non di notorietà e riconoscibilità immediata;
- ⇒ necessità di "accompagnamento e introduzione" e di tempi adeguati per la comprensione/avvicinamento ed educazione;
- ⇒ necessità di intrattenimento - Delicatezza dell'ambiente/compatibilità: bassa capacità di carico.

Ovviamente le risposte devono essere date dalla sensibilità degli operatori: non ci sono ricette per tutti.

Anzi, se di ricetta si vuol parlare, è bene tener conto dei pareri e dei desideri dei turisti del vino:³ le cantine italiane sono percepite come molto differenziate e sono nel 95% dei casi interessanti o molto interessanti.

Ciò fa sì che quasi tutti gli intervistati affermino di voler conoscere un altro vino o cantina. In tal caso, la maggior parte dei turisti vorrebbe, oltre all'ottimo vino e ai prodotti tipici, per quanto riguarda l'organizzazione:

³ Dalla già ricordata indagine per Città del Vino, presentata in Enoturismo

- un ufficio turistico con indicazione delle cantine (oltre il 40%);
- una guida per le cantine (35%);
- possibilità di escursioni di gruppo alle cantine (dal 20 al 25%);
- un tour operator per l'intero viaggio è desiderato da circa il 10% degli intervistati.

La nautica

La nautica fluviale (e lagunare), o meglio la navigazione turistica sulle acque interne in Italia appare un settore in espansione, ma di rilievo assai minore rispetto a quanto accade nei paesi del centro Europa (Francia, Olanda), sia per le caratteristiche della domanda che delle reali condizioni della rete fluviale italiana.

Da un lato, infatti, sappiamo che tale tipo di turismo è scelto (anche sul territorio italiano, con la navigazione sul Po) in larghissima maggioranza da stranieri (di lingua tedesca e francese generalmente), e che le acque interne navigabili per diportismo sono presenti solo nelle regioni settentrionali. Esse infatti devono presentare delle condizioni dei fondali, delle rive e delle sponde particolari; devono avere una particolare profondità (2 m.), non devono presentare ostacoli (ponti bassi) e offrire attracchi e servizi adeguati.

Il Veneto offre sicuramente tra le maggiori opportunità di navigazione fluviale e lagunare, per la presenza di risorse

Escludiamo da questo discorso la nautica lacuale, estremamente diffusa.

Distinguiamo quindi tra gli utilizzatori del fiume:

- non motorizzati, di cui
 - sportivi (canoa, ecc.)
 - amatori/sodalizi remieri
 - leisure
- motorizzati, di cui
 - su motonavi di grandi dimensioni, di tipo "pubblico" (a scopo ricreativo come il Burchiello e la barche per la penetrazione lagunare, e anche di trasporto: vedi il nuovo collegamento S. Donà-Jesolo). Si tratta di mezzi che possono godere, data la loro natura, di servizi come quello dell'apertura ponti
 - su imbarcazioni private (vedi in seguito le caratteristiche)
 - su imbarcazioni a noleggio

L'altra distinzione fondamentale è quella della **durata** del percorso, che è condizionata dalle caratteristiche del mezzo e degli itinerari (punti di attracco, ecc.). Per esempio, barche di piccola dimensione che dispongono di serbatoi dalla capacità limitata possono effettuare solo spostamenti brevi, a meno che non si disponga di punti di rifornimento sulle rive

Le barche fluviali con cabine sono di numero molto limitato

Seconda tipologia di distinzione:

- Il viaggiatore
- L'escursionista
- Il diportista

prendendo come riferimento la Francia, dove il turismo nautico fluviale è particolarmente attivo (come pure negli altri paesi), si può notare che la navigazione sui corsi d'acqua sia vista come un modo per conoscer il territorio. Si descrivono in particolare gli itinerari che seguono un'asta fluviale, prevedendo poi delle escursioni (che possono essere gestite) di penetrazione

nell'entroterra, o anche circolari, attraverso sistemi di canalizzazioni. Per far ciò è necessaria ovviamente la presenza di una serie di servizi e di infrastrutture, e di commercializzazione adeguata.

In particolare, ricordiamo per la sua attinenza con il nostro tema, si segna l'esistenza di imbarcazioni tipiche, i péniche-hotel, che sono imbarcazioni fluviali ristrutturate ad uso turistico da altri usi (trasporto merci) e che risultano "votate" alla scoperta compatibile del territorio, anche autonoma. Essi, soprattutto attivi in Borgogna "*Combinano il piacere di una navigazione propriamente detta, con la scoperta di un patrimonio locale molto ricco, di una gastronomia e di una viticoltura di rinomanza internazionale*".. ed affittate ad un target spesso con alta capacità di spesa, intorno ai 60 anni, di provenienza nord-americana. *Un target interessante, peraltro, e già attratto dal Veneto in quanto meta d'arte, storia e cultura, ma non come meta naturalistico-paesaggistica.* Si tratta quindi di un turismo che mette insieme fiume e enogastronomia e paesaggio. Tali peniches.hotel vengono affittati (sono circa 40 con circa 400 letti in tutto: si tratta comunque di una nicchia!); più ampi (1500 letti per 14 unità nel 1996) e nati per le crociere fluviali e per un trasporto collettivo sono i paquebots fluviaux, che navigano su Reno, Rodano, Mosella e Senna.

Come afferma P. Chazaud⁴, "crociere può far rima con sviluppo locale", a seconda però della tipologia di prodotto e lo scenario: laddove la vita di bordo predomina, l'attenzione è posta alla qualità della barca e della navigabilità; laddove invece si predilige (considerazioni di questo tipo si possono fare anche per le crociere marittime) l'esperienza di visita al circondario, saranno importanti i servizi che permettono la penetrazione all'interno, la qualità dei siti e dei paesaggi e comunque la manutenzione delle rive, la possibilità di attracco. La relazione fisica tra l'asta fluviale e i principali poli attrattivi dell'area resta un elemento di grande importanza, sia per la greenway che per il turismo fluviale di questo tipo, e fa sviluppare eventualmente anche l'organizzazione di altre attrattive in seno alla via stessa (animazione delle chiuse, ecc.)

La **flotta privata** per diportismo nautico fluviale è piuttosto limitata. Solo una piccola parte delle imbarcazioni per il mare può essere adeguata alla navigazione interna, che prevede la necessità di chiglie...

"Il numero delle house boats presenti nella laguna di Venezia e nell'area del delta del Po è dell'ordine delle decine, e, oltre a queste, non esiste in pratica una flotta da noleggio".

Il **charteraggio** fluviale con house boat "commerciale" è svolto in Italia da due aziende, la Rendez Vous Fantasia di Chioggia e Delta80 di Porto Levante. Entrambe noleggiavano house boat (disponendo in tutto di una decina di imbarcazioni) con 4/7 posti e propongono i seguenti itinerari:

- laguna di Venezia
- delta del Po
- fiume Sile
- Naviglio Brenta
- Chioggia-Trieste, con segnalata la possibilità di risalire il corso dei fiumi, fra cui il Lemene fino a Portogruaro

La quantificazione della domanda resta difficile, anche perché ci sono forme di fruizione fluviale che non possono tuttavia essere considerati a pieno titolo come turismo fluviale, per la diversa motivazione (si pensi alle crociere sul Nilo) E' utile comunque svolgere una breve analisi, partendo dalla situazione francese, che è generalmente vista come esempio di successo.

⁴ in Cahier d'espace n. 56, 1998 "*Quand Croisière rime avec développement local*"

Risulta infatti⁵ che coloro che effettuano navigazione fluviale in Francia siano circa 8 milioni l'anno: una cifra molto alta, composta però per 4,5 milioni da coloro che utilizzano i battelli fluviali sulla senna, e quindi che fanno brevi percorsi urbani. Resta però la grande rilevanza di coloro che effettuano crociere fluviali, secondo le modalità descritte, su paquebots, péniches hotel e simili, cioè con pernottamento a bordo

In Italia, le forme di turismo fluviale spinte sono molto limitate: la navigazione sul Po può contare circa 4500 persone l'anno (con le tre navi citate), e l'house boating può arrivare a cifre simili, tenendo conto di quanto appreso dalle interviste. Più forte, ovviamente, la navigazione giornaliera, che può avvenire sia in ambito urbano che rurale, oppure in aree di pregio storico-artistico come la Riviera del Brenta.

Il Burchiello, cioè la più classica delle navigazioni fluviali, conta circa (gestione SITA) 60.000 passeggeri l'anno; le gite sul Delta del Po circa 15.000 (da una stima ricavata estrapolando alcune informazioni); sul Sile si contano circa 6000 persone che navigano con le barche pubbliche.

In ambito urbano ricordiamo esperienze come quelle di Torino o di Padova, che non includiamo nel computo perché più appartenenti alle attrattive della città e delle esperienze fattibili in essa che al turismo fluviale.

Non è infine possibile conteggiare i turisti che con barche proprie navigano i corsi d'acqua, anche se sicuramente sono numerosi in alcune aree. (vedere Boretto).

La Compagnia della natura dichiara di vendere in un anno circa 400 pacchetti di turismo fluviale (rivolti all'estero): ed è uno dei maggiori operatori specializzati. A livello internazionale ce ne sono molti, tra cui Fleuves du Monde

⁵ in Chaier d'Espace 56, *La coisière fluviale et les contraintes du reseau*, di J.R. Le Moine

7. Schede delle località principali

PORTOGRUARO

ATTRAZIONI CULTURALI E NATURALISTICHE				
1) PORTA SAN GOTTARDO				
2) GIARDINI DELL'ABBAZIA (sul Lemene del 1928-31)				
3) VILLA COMUNALE del XVI sec.				
4) MUSEO PALEONTOLOGICO, Via Seminario 26, Villa Comunale				
5) CHIESA SAN LUIGI (del XII sec)				
6) COLLEGIO MARCONI del 1700; era il Seminario della Diocesi di Concordia. Durante l'estate è sede del Festival Internazionale di Musica da Camera (gestito dalla Fondazione S. Cecilia)				
7) CHIESA DI S. AGNESE				
8) PORTA SANTA AGNESE (del '200) DAL 19000 Museo della Città; ancora visibili i resti delle antiche mura e una torretta di guardia.				
9) PALAZZO MARZOTTO del 1500 con l'intera facciata affrescata				
10) PALAZZO DAL MORO				
11) PALAZZO DEL GOETZEN				
12) PALAZZO ALTAN VENANZIO				
13) PALAZZO MUSCHETTI				
14) PALAZZO MORO				
15) PESCHERIA: mercato del pesce fino a pochi anni fa				
16) PICCOLO ORATORIO IN LEGNO (del 1627) fatto erigere da pescivendoli di Caorle				
17) MUNICIPIO: in stile gotico				
18) PORTA SAN GIOVANNI (fine XII sec) ex- ospizio dei lebbrosi				
19) CAMPANILE (sec. XII-XIII)				
20) DUOMO (del 1793)				
21) MONUMENTO AI CADUTI				
22) POZZETTO DEL PILACORTE (con le gru uno dei simboli e stemmi della città)				
23) CHIESA DI SAN GIOVANNI				
24) MUSEO NAZIONALE CORCORDIESE, Via Seminario 26, tel. 0421-72674				
25) MUSEO DELLA CITTA', Torre S. Agnese, tel. 0421-71399 (Pro Loco)				
26) I MOLINI				
27) ABBAZIA BENEDETTINA del XIII sec. Con preziosi affreschi all'interno.				
28) LISON: piccolo borgo, cuore della moderna viticoltura Veneto-Orientale. Famoso il "Bosco", reperto naturalistico dell'originaria foresta un tempo qui molto estesa (piante di interesse naturalistico: Farnia, Olmo, Acero Campestre)				
SERVIZI				
HOTELS				
Nome	Stelle	Telefono	Periodo di apertura	Posti letto
Alla Botte	3	0421-760122	Tutto l'anno	39
Antico Spessotto	3	0421-71040	Tutto l'anno	60
La Meridiana	3	0421-760250	Tutto l'anno	17
Sport	2	0421-71231	Tutto l'anno	31
Trieste	2	0421-274133	Chiuso temporaneamente	20
Querin	1	0421-71322	Tutto l'anno	10
Sport	1	0421-80187	Tutto l'anno	9
Italia (in località Lugugnana)	1	0421-705017	Tutto l'anno	19
AFFITTACAMERE				
- Casatua , appartamenti nuovi e arredati nel centro storico (in v. Sardegna e in via Manzoni): reception v.le Trieste 42, tel. 0421-273687				

RISTORANTI:

- **Ai Ciclisti**, v.Mazzini 12, tel. 042173850
- **Al Buc**, tel. 042173862
- **Al Campanile**, tel. 0421-74997
- **Alla Botte**, tel. 0421-760122
- **Antico Ristorante Spessotto**, tel. 0421-75458
- **Tavernetta da Elio**, tel. 0421-75701
- **Tavernetta del Tocai**, tel. 0421-204264 in località Pradipozzo
- **Alla Lanterna**, tel. 0421-704775

N° CAFFÈ-BAR-LOCALI SERALI: 3**N° AGRITURISMI:**

- **Cà Menego** (Agriturismo e Azienda Agricola), in località Summaga tel. 0421-205247
- **Da Meni** (Agriturismo e Azienda Agricola), in località Pradipozzo, tel. 0421-204232

COOPERATIVE E AZIENDE AGRICOLE:

- "**Latteria di Summaga**" (tel. 0421-205197) spaccio-vendita di formaggi prodotti con il latte delle aziende del portogruense.
- **Azienda Agricola La Braghina**, Vini classici D.O.C. , v. Triestina 25, Lison tel. 0421-704647
- **Az. Agricola La Fornace**, Produzione Vini D.O.C. v. Triestina 110, Lison tel. 0421-704614
- **Az. Agricola La Frassinella**, Vini D.O.C. Lison Pramaggiore, v. Statuti 37, Lison tel. 0421-704665
- **Az. Agricola Mazzolada**, v. Triestina 68 tel. 0421-704646
- **Az. Agricola Nuova Annia**, v. Annia 96, Lugugnana tel. 0421-242073
- **Az. Agricola Bernardotto & Grispan**, v. Steinbeck , località Pradipozzo, tel. 0421-204232
- **Az. Agricola Eredi Agostini Oscar**, v. Marina 33, località Lugugnana, tel. 0421-705168
- **Az. Agricola Le uova oggi**, v. Fossalon 19, Serrai di Giussago, tel. 0421-705158
- **Az. Agricola Marini**, v. Fausta 184, Lugugnana tel. 0421-769249
- **Az. Agricola Piovan Giancarlo**, v. Attigliana 36, località Lison TEL. 0421-704664
- **Az. Agricola Prà Stella**, v. Fausta 6, tel. 0421-705472
- **Az. Agricola San Lorenzo**, v. Carbonari 18, Lison tel. 0421-704682
- **Az. Agricola Zabeo**, v. Caduti per la Patria 32, tel. 0421-704630
- **Battiston**, vl. Udine 88 Portovecchio, tel. 0421-706773
- **Bellia**, v. Treviso-Pradipozzo 102, tel. 0421-204011
- **Bellin**, v. Marina 28, Lugugnana, tel. 0421-705569
- **Bigai**, v. Attigliana 61, Lison tel. 0421-287041
- **Busellato**, v. Fornace 64, Pradipozzo, tel. 0421-204066
- **Comacchio P.**, v. Treviso 129, Pradipozzo, tel. 0421-204058
- **Cracco**, v. S. Stefano 20, Giussano, tel. 0421-700020
- **Dalla Bona**, v. Marina 46, Lugugnana, tel. 0421-705300
- **De Franceschi**, v. Frassinella 131, lison, tel. 0421-704733
- **Drigo**, v. Giai 12, tel. 0421-74455
- **Fabris**, v. Marina 346, Lugugnana, tel. 0421-705226
- **Giollo**, v. Caduti per la Patria 57, Lison, tel. 0421-704660
- **Gottardi**, v. Triestina, Lison, tel. 0421-704773
- **Greguola**, v. Fusta 57, Lugugnana, tel. 0421-705395
- **Guglielmini**,

ASSOCIAZIONI- AZIENDE:

- **Azienda di Promozione Turistica** (tel. 0421-73558)

- **Pro Loco** (tel. 0421-71399 dalle 16.00 alle 18.00), ha organizzato la scorsa primavera una serie di manifestazioni culturali, sportive e di intrattenimento volte al recupero dell'identità del Lemene. "Il Lemene: storia e natura tra passato e presente"; ha curato la mostra "Immagini storiche, attrezzi ed utensili usati dai pescatori locali"

- **WWF**, (viale Cadorna 34, tel. 0421-760713) ha curato la mostra "Fotografie naturalistiche ed illustrazioni della flora e della fauna presenti lungo il fiume"; organizza la tradizionale Pandapedala, bicicletata ecologica non competitiva lungo il Lemene.

- **Gruppo ARDEA**, ha curato la mostra "Percorrendo il Lemene: itinerari turistici tra acque, arte e natura.

- **Gruppo Archeologico del Veneto Orientale** (tel. 042173010)

- **C.A.I.** viale Cadorna 38, tel. 0421-760468

- **F.A.I.**, c. Martiri della Libertà 122 tel. 042174312

- **Biciclette (Accessori, riparazione):**

Center Bike tel. 0421-71522,

Moretto tel. 0421-275228

Zanco, tel. 0421-71456

- **Motonautica BOSCHINI** tel. 0421-273905, ha circa 20 attracchi a Portogruaro, il numero di barche al giorno varia tra 5 e 10 in periodo di alta stagione. Il problema sottolineato dal gestore è la presenza di un ponticello girevole che serviva la tenuta La Franzona (cfr. di proprietà di grossi possidenti") che impedisce il passaggio di imbarcazioni grandi.

Prima del Giubileo era stato fatto un rilievo per verificare le possibilità di navigabilità del Lemene in questo punto, la profondità media di 2,5 metri era adatta ma il problema del ponte-ostacolo era stato rilevato anche dal Responsabile del Genio Civile (cfr. Massimo Gaggio).

Canoa Club

FESTE-MANIFESTAZIONI

- **Fiera di S. Andrea**, ultima decade di novembre. Da più di dieci anni grazie all'impegno di varie associazioni (Comune, pro Loco, Comitato Categorie Economiche e altri soggetti recentemente costituitisi nella Portogruaro Fiere srl) è stata ripristinata, in occasione della festa del Patrono della città, la Fiera di S. Andrea: antica sagra mercato delle oche e degli stivali. La città viene invasa da tantissime bancarelle, la banda municipale, le giostre, i paggi in costume dei cinque borghi, il Gioco dell'Oca in piazza, ecc. Da alcuni anni, a cura della Pro Loco, viene realizzato da valenti artisti cittadini, in serie limitata, il caratteristico "piatto dell'oca".

- **Festival Internazionale Estate musicale**, da metà agosto a metà settembre, rassegna di concerti jazz e di musica classica in vari luoghi (Cortile del Collegio Marconi, Piazzetta Duomo) e Corso di Perfezionamento per Musica da Camera

- **Madonna della Pescheria**, il 15 agosto viene celebrata la messa in onore della Madonna. La Pro Loco alla sera organizza una simpatica manifestazione nella Pescheria: dopo la recita del rosario, dei marinai in costume tipico arrivano a bordo delle tipiche imbarcazioni da Caorle (caorline) e da Concordia (batèe); hanno le fiaccole accese e portano frutti della terra e del mare per celebrare i rapporti così vivi nelle epoche passate tra Caorle e Portogruaro. La serata si anima con canti tradizionali, luminarie e distribuzione di pesce fritto e vino bianco.

-- **Madonna del Rosario**, la prima domenica di ottobre si svolge nel borgo di San Giovanni la festa del Rosario cui gli abitanti di Portogruaro tengono in particolar modo. Si svolge la processione in cui la statua lignea della Madonna in trono con Bambino viene portata a spalla per le vie della città e la tradizione enogastronomica con la preparazione dell'anatra arrosto nelle famiglie e nel pomeriggio in borgo la degustazione delle prime caldarroste arrostate su brace vera accompagnate da un bicchiere di ribolla, il vino fresco da poco ammostato. I bambini tentano la fortuna con la pesca nel "pozzo di S. Patrizio".

- **Carnevale di Portogruaro e di Summaga**

- **Maggio summagheso** (I-II sett. Di maggio)

- **Stagione concertistica Istituto Musicale S. Cecilia** (inverno-primavera)

- **Rassegna enogastronomica del Veneto Orientale** (stadio, I-II sett. Settembre)

- **Mostra vini e fiera mercato** a Lugugnana (ultima settimana di luglio)

- **Festa dell'uva** (metà settembre), in località Marina di Lugugnana

CONCORDIA

ATTRAZIONI CULTURALI e NATURALI

- 1) MUSEO CIVICO: nella prima sala sono esposti oggetti di uso quotidiano di epoca romana del I sec. D. C.; nella seconda vari reperti sulle tecniche di sepoltura; la terza reperti paleocristiani , v. I Maggio 119, tel. 0421-271930
- 2) BATTISTERO: edificio bizantino con un pregevole ciclo di affreschi
- 3) CATTEDRALE (del X secolo)
- 4) BASILICA APOSTOLORUM (381 d. C.)
- 5) TRICHORA MARTYRIUM edificio del 350 d.C. costruito per commemorare i Martiri delle persecuzioni di Diocleziano
- 6) SCAVI DI CONCORDIA: Sepolcreto dei Militi del IV-V sec d. C.; il Ponte Romano; le Terme; la Cattedrale e resti di abitazioni
- 7) MUSEO ETNOGRAFICO , v. Giovane Italia 1
- 8) MUSEO ARCHEOLOGICO

SERVIZI

HOTELS

Nome	Stelle	Telefono	Apertura	Posti letto
Annia, nel centro storico di Concordia, a ridosso del Fiume Lemene	3	0421-394420	Tutto l'anno	23

Affittacamere: Hostaria da Fanio tel. 0421-394420

AZIENDE AGRICOLE-AGRITURISMI:

- **Az. agricola Lieche s.p.a.** v. Villaviera 285, tel. 0421-769210
- **Agrileva** di Andretta Casimiro Romano e C. S.S. , v. Bandoquerelle 360, tel. 0421275727
- **Beggio**, v. Banda Quarelle 468, tel. 04212757737
- **Beorchia O.**, v. Crosere, località Sindacale, tel .0421 769064
- **Codolo G.**, v. Oberdan 38, tel. 0421 274594
- **Coeli**, v. Bandoquerelle 495, tel. 0421 273574
- **Falcomer**, v. Barche 10, tel. 0421-271249
- **Favro R.** via Fornasatta, tel. 0421-271346
- **Falcon R.**, v. Confine 59, tel. 0421-270298
- **Favro T.**, v. Spareda 89, tel. 0421-270285
- **Furlanis, P.** Matteotti 79, tel. 0421-271594
- **L'Agraria Possidenza di D'Andrea Giorgio Michele**, v. Possidenza 1, tel. 0421-277802
- **Maresana di A. Foscari Widmann Rezzonico**, v. Frattuzza 29, tel. 0421-703832
- **Miolo**, v. Musil 34, tel. 0421-271373
- **Padovese**, v. Frassine 284, tel. 0421-703864
- **Pizzolitto**, v. Rinascimento 91, tel. 0421-277961
- **Salvador**, v. Fratelli Bandiera 23, tel. 0421-270243
- **Segatto**, v. Spareda 617, tel. 0421-277901
- **Valerio**, v. Pontecasai 36, tel. 0421-274695
- **Valle Zignago spa**, v. Sindacale 104, tel. 0421-769212

RISTORANTI:

- **Al Cacciatore**, via Cavanella 457, tel. 0421-703809
- **Al gallo nero**, via Levada tel. 0421 275965
- **Alla Torre**, Via Claudia 1, tel. 0421-273477
- **Da Rocco**, Via Lame 75, Sindacale, tel. 0421-769217
- **Hostaria da Fanio**, Via I Maggio 54, tel. 0421-270259
- **Sacco&Vanzetti**, via Candiani 75, tel. 0421-271502
- **The Banacher**, v. S. Giacomo 70, tel. 0421-272868

ASSOCIAZIONI:**EVENTI E MANIFESTAZIONI:**

- **Festa de le batee** (ogni quarta domenica di settembre): una grande manifestazione remiera che si articola in due momenti: la regata e la sfilata di imbarcazioni.

Alla regata, divisa in tre categorie, partecipano come Master i campioni veneziani della Voga, mentre per gli amatori partecipano gli appassionati vogatori della terra ferma e nella categoria femminile le campionesse veneziane.

Nel primo pomeriggio si svolge il corteo di barche a remi provenienti da tutto il Veneto con a bordo figuranti in costumi d'epoca che fa rivivere attraverso un corteo storico di personaggi in costumi medievali la discesa in barca dei nobili di Cordovado dal loro castello per rendere omaggio alle autorità del luogo. La manifestazione è abbinata ad una ricca lotteria. Si tratta di un appuntamento annuale che chiude degnamente tutta la stagione remiera del veneziano e che attira sulle sponde del Lemene migliaia di spettatori.

- **Trofeo Vivisport Staffetta Terra-Acqua:** un'inedita competizione che si svolge nel centro storico, una staffetta che si realizza parte in acqua e parte a terra a cui partecipano alcune associazioni sportive (Voga Concordiese; Canoa Club Portogruaro; Sagitta Bike; G.S. Olindo Piccinato). Ci sono sei squadre ognuna composta da una coppia di vogatori, un canoista, una coppia di podisti e un biker. Vince chi compie il tragitto nel minor tempo possibile.

- Fine luglio/inizi agosto: "**Fiera di Santo Stefano**"

Settembre: "**Fiera settembrina**" (in località Teson)

GRUARO**ATTRAZIONI CULTURALI E AMBIENTALI**

1) CHIESA DI SAN GIUSTO del XV sec. , all'interno pregevoli affreschi del XV e XVII sec.

2) MUNICIPIO: edificio di recente costruzione, la sua forma richiama l'antico Castello di Gruaro che secondo recenti studi era collocato proprio di fronte al municipio

3) MULINO DI STALIS: due mulini sul Lemene nella verde località di Stalis (dove il Nievo ambientò alcune vicende narrate nelle "Confessioni"), uno del 1432 e uno del XIX sec.

4) FONTANA di VENCHIAREDO: in località Stalis

5) CHIESA DI SAN TOMMASO: una delle più belle chiese del '400 della zona

6) ANTICO ORATORIO DI SANTA ELISABETTA

7) ORATORIO DI SANT'ANGELO

8) Vicino a Bagnara sito del ritrovamento del SARCOFAGO (datato IV-V sec. Età tardo-antica). Il reperto si può vedere oggi fuori delle scuole medie.

9) mulino di boldara: grande fabbricato sulla sponda del Lemene

10) VILLA RONZOLI in località Giai, uno tra i più begli esempi di casone padronale

11) MEDAGLIONE DELLA MADONNA DELLA TOVAGLIA, testimonianza di un miracolo.

12) LAGO AZZURRO (nella frazione di Giai): circa 70.000 mq di cave di ghiaia riconvertite a lago per pesca sportiva e attività ricreative. Il contesto ambientale è molto suggestivo.

SERVIZI**HOTELS**

Nome	Stelle	Telefono	Apertura	Posti letto
Alla Bionda (in località Bagnara)	1	0421-706188	Tutto l'anno	24

RISTORANTI:

- **All Bionda**, Piazza A. Moro 4, in località Bagnara, tel. 0421-706188

- **Osteria "Ae do Paanche"**, v. Tiziano 2, in località Giai, tel. 0421-280498

AZIENDE AGRICOLE E AGRITURISMI

- **Az. agricola Rio Grandi Acque**, v. Cordovado 43, in località Bagnara, tel. 0421-706129

- **Gruaro**, v. Giuseppe Garibaldi 13/a, tel. 0421-72241

- **Colussi di Colussi Dario**, v. del Pozzo 3, in località Bagnara, tel. 0421-706089

- **D'Agnolo G.**, P. S. Giovanni 8, tel. 0421-75318

- **Pauletto**, v. Fonatana 3/a, tel. 0421-706179

- **Tesolin**, v. Cordovado 86, tel. 0421-706269

FOSSALTA DI PORTOGRUARO

ATTRAZIONI CULTURALI E AMBIENTALI
1) CHIESA DI SAN ZENONE del XI sec.
2) VILLA MOCENIGO: parte del BORGO DI ALVISOPOLI voluto dal nobile veneziano Alvise Mocenigo. Oltre alla Villa padronale, le grandi barchesse, la chiesa, e numerosi edifici adibiti a usi pubblici (farmacia, filanda, ecc.)
3) OASI NAZIONALE del Bosco di Alvisopoli del WWF dietro la Villa Mocenigo
4) SOBBORGO DI VILLANOVA: sito interessante per il ritrovamento di un piccolo tesoro di 260 denari d'argento di epoca repubblicana ora conservato nel Museo Nazionale Concordiense di Portogruaro
5) CHIESA DI SAN ANTONIO a Villanova
6) CHIESA DI S.MARGHERITA a Villanova Santa Margherita
7) Splendido esemplare di QUERCIA dell'età presumibile di 500 anni, relitto dell'antico bosco planiziale preesistente, in località Villanova
8) MUSEO ETNOGRAFICO a Fossalta
9) BORGO DI FRATTA, con la chiesetta di S. Bernardino del 1400
10) MUSEO IPPOLITO NIEVO, nel piano superiore della Biblioteca
11) IL CASTELLO DI FRATTA, struttura fortificata risalente al 1186
13) PICCOLO BORGO DI VADO, di origini romane, Vado=Vadum, guado cioè il punto di attraversamento del paleo-alveo del Tagliamento
12) PICCOLO BORGO RURALE DI GORGO: Centro abitato tra i più suggestivi del territorio comunale con la bella chiesetta del '500.
SERVIZI
AFFITTACAMERE: 2 Da Rosetta in località Alvisopoli (tel 0421-789072) Prà Grande, in località Vado (tel. 042124456)
RISTORANTI: - Da Veronica, v. Piave 24, in località Vado tel. 0421700007 - Prià Grande, v. M. L.King 17, tel. 0421-244156 - Rosetta, v. Bettoni 2, Alvisopoli, tel. 0421-789072
AGRITURISMO E AZIENDE AGRICOLE: - Agriturismo, San Biagio in località Fossalta di Portogruaro tel. 0421-700120 (cucina tipica e selvaggina) - Azienda Vado, v. G. Matteotti, in località Vado, tel. 0421-700548 - Azienda Agricola Stella, in località Alvisopoli, tel. 0421-789040 - Battiston, v. Leonardo Da Vinci 1, tel. 0421-700627 - Bellotto F., v. G. Pascoli (Sacilato), tel. 0421-700318 - Bigatton A. , v. S. Pellico (Gorgo), tel. 0421-789174 - De Munari D., via D. Chiesa 4, tel. 0421-789423 - Impallomeni Az. Agricola, v. Grazia Deledda 5, tel. 0421-789056 - Marzotto U., v. Ita Marzotto 8, tel. 0421-700005 - Sidran, v. Cavour 11, tel. 0421-789019 - Tenuta Agricola S. Chiara, v. Giolitti 10, tel. 0421-700854
3 a Sacilato 1 a Alvisopoli 6 a Fossalta 2 a Villanova San Margherita 1 a Stiago 2 a Fratta
MANIFESTAZIONI E FESTE: Prima domenica di settembre: " Fiera dell'agricoltura "
ASSOCIAZIONI E AZIENDE: - Centro Culturale " Ippolito Nievo " - Circolo d'equitazione in località Vado - Comitato Culturale e Ricreativo " Il Castello " - Comitato " Festeggiamenti di Alvisopoli "

CINTO CAOMAGGIORE

ATTRAZIONI CULTURALI E NATURALI	
1) CHIESA S. BIAGIO del XVII sec.	
2) CAVE DI CINTO: deliziosi laghetti ottenuti dal prelievo di ghiaia per la costruzione delle autostrade.	
3) IL GELSO SECOLARE: presso il Mulino della Sega, il gelso ha due secoli perciò è considerato uno degli alberi più antichi della pianura veneta orientale.	
4) CHIESA DI SAN GIOVANNI BATTISTA del 1468 in località Settimo	
5) CHIESETTA DELLA CONCEZIONE del XV sec.	
SERVIZI	
N° RISTORANTI: 2	
MANIFESTAZIONI E FESTE: Giugno: Festa del Patrono	
AZIENDE AGRICOLE: - Cigno di Secco	

ANNONE

ATTRAZIONI	
- Loncon: piccolo borgo nella zona dei vini	
SERVIZI	
RISTORANTI	
MANIFESTAZIONI E FESTE - Ultima domenica di agosto: "Fiera dei Osei" - Prima domenica di settembre: festa della vendemmia - A Loncon: annuale "Mostra dei vini locali" (fine luglio/inizi agosto)	
AZIENDE AGRICOLE E AGRITURISMI: - Paladin&Paladin, via Postumia 12, 30020 tel. 0422-768167, fax 0422-768590 e-mail paladin@paladin.it http://www.paladin.it	

PRAMAGGIORE

ATTRAZIONI	
- Chiesa di San Marco (XIV sec.) - Santa Maria Assunta (1500 c.a.) - Località Belfiore: luogo di nascita del Tocai, da visitare la graziosa chiesetta di Santa Susanna (XVII sec.)	
SERVIZI	
MANIFESTAZIONI: - Fine aprile: Mostra Nazionale dei Vini - Settembre in località Blessaglia: Secolare sagra "Poenta e Osei" - Maggio: "Sagra delle rane" - Mostra Tocai di Lison (IV sett. Agosto-I sett. Settembre) - Mostra Vini e Formaggio Montasio Pradipozzo (metà maggio)	

SAN STINO DI LIVENZA

ATTRAZIONI	
- Chiesetta di Corbolone 81514) - Villa Mogotto (XVII-XVIII sec.) - Villa Calzavara	
SERVIZI	
MANIFESTAZIONI	
- Ultima settimana di settembre in località Corbolone: Mostra dei vini locali	

TEGLIO VENETO

ATTRAZIONI	
- Chiesa di San Bernardino sono custodite interessanti opere artistiche 8sec. XVI e XVII) -Chiesa di San Zenone	
SERVIZI	
BED&BREAKFAST - La Roggia , Via Lugugnana, 13- 30025 Teglio Veneto, tel 0421-706672	
MANIFESTAZIONI	
- A giugno: Premio di poesia "Barbara Zep" - Fine novembre/inizi dicembre: "Mostra del libro per ragazzi"	

8 .La domanda attuale e potenziale: per una messa a punto di un modello di previsione

Preliminare alla costruzione di prodotti turistici e alla valutazione del loro impatto economico è la valutazione delle potenzialità della domanda.

Riportiamo in parte qui le elaborazioni svolte nell'ambito del Progetto Interreg II sulla "Costruzione dei Corridoi verdi nella provincia di Venezia": il caso del Lemene (2001).

Come abbiamo detto, nel caso del turismo verde-rurale e dell'ecoturismo la valutazione della quantità e della qualità della domanda attuale risulta difficile, non essendo possibile avere luoghi e modi di misurazione e di raccolta dati (arrivi alberghieri, ecc.). Si ricorre pertanto ad approssimazioni di vario tipo e a estrapolazioni da indagini sulle tendenze dei consumatori o su alcuni precisi atti di consumo (per esempio le visite a parchi naturali, la lettura di pubblicazioni sul tema, ecc.). Tuttavia, va sempre ricordato che il turista è sempre più guidato da una pluralità di motivazioni, e che l'attenzione per gli aspetti ambientali della vacanza si accompagna ad altri interessi e motivazioni.

Dalle analisi dell'Organizzazione Mondiale del Turismo e dagli osservatori europei e italiani, emerge comunque che il turismo verde e quello attivo, insieme avranno una forte crescita, pari a circa il 10%, superiore a quella prevista per le altre tipologie di vacanza (balneare, montana), soprattutto per certe fasce di mercato. Tuttavia, va ricordato che la fruizione ecoturistica del territorio è legata in molti casi a pratiche escursionistiche o di breve durata.

Vediamo da alcuni indicatori come è possibile quantificare oggi la domanda italiana di questo tipo di turismo

- a) coloro che scelgono le forme di turismo all'aria aperta (in particolare campeggi):
- b) i visitatori dei parchi naturali e delle aree protette. Il WWF afferma che nelle sue aree si contano almeno 300.000 visitatori, che stanno aumentando grazie alle "aperture" e alla comunicazione maggiore. Nei parchi Italiani le quote sono diverse a seconda della accessibilità e delle attrezzature (sentieri, guide, laboratori) oltre che dalla notorietà: dai milioni di visitatori dei parchi storici ad alcune centinaia di migliaia in quelli meno noti. Peraltro si ricordi che la quantificazione è spesso non precisa a causa della mancanza di punti di ingresso controllati.

I visitatori di Parchi in Italia

Parco Nazionale dello Stelvio	2.500.000
Parco Nazionale del Gran Paradiso	2.000.000
Parco Nazionale d'Abruzzo	2.000.000
Parco delle Dolomiti Bellunesi	200.000
Parco Regionale Maremma	250.000

- c) i praticanti di vari sport, specialmente eco-orientati: circa il 40% degli italiani pratica almeno uno sport. Tra gli sport è comunque possibile identificare quelli che hanno necessità di un supporto ambientale, sia pur a diversi livelli: principalmente sci di fondo e alpino (che presenta però un forte impatto ambientale), trekking, corsa e jogging alpinismo equitazione, mountain bike e ciclismo, canoa e canottaggio, oltre agli eventuali sport estremi. In realtà, nella classificazione entrano anche la pesca e la caccia, attività fortemente osteggiate (e che nei parchi naturali sono "esclusi") ma che per loro essenza più di altri hanno bisogno di spazi aperti. Oggi i cacciatori "tesserati" risultano essere in forte calo: circa 750.000, da 1,5 milioni di 10 anni fa.

Per quanto riguarda gli sport più diffusi, tra cui citiamo alcuni dati, partendo – per contiguità con il progetto – con gli amanti della bicicletta (vedi tabella successiva per l'Europa)
 Gli Italiani e la bicicletta: il 74% delle famiglia ha almeno 1 bicicletta per adulti

L'USO DELLA BICI

Usano la bici almeno 1 volta l'anno	50%
Solo nella bella stagione	65%
Tutto l'anno	35%
Solo nel tempo libero	49%
Anche nei giorni lavorativi	26%
Solo nei giorni lavorativi (dove, geograficamente?)	25%
Tutti i giorni	26%
3-4 volte per settimana	19%
1-2 per settimana	29%
2-3 volte al mese	13%
Meno di 2 volte al mese	13%

Fonte: Qui Touring, novembre 2000

Il gruppo più importante di riferimento dei cicloamatori e cicloturisti, di cui più diffusamente parleremo, è quello degli “**amici della bicicletta**”, tecnicamente, è composto da una serie di gruppi locali (provinciali di solito) – denominati appunto Adb ma anche Liberalabici, Club Ruotalpina, ecc. aggregati nella Federazione Italiana Amici della bicicletta (FIAB), principale promotrice di iniziative, convegni, oltre che organizzatrice di percorsi e itinerari.

La FIAB nazionale consta circa 10.000 iscritti (previsti per il 2001), ed è diffusa sul territorio nazionale, con disparità territoriali: scarsa la presenza al Sud, buona al Centro (Siena, per es.) e più intensa al Nord (Torino, Milano, Venezia- Mestre, Bologna).

Se più difficile risulta misurare gli amanti del Trekking (l'associazione italiana conta circa xx soci), si possono considerare i soci del CAI e gli amanti della nautica fluviale e del canotaggio

- d) coloro che dichiarano di praticare nel fine settimana attività all'aria aperta a contatto con la natura. Da una indagine condotta nel '95 risultano queste le motivazioni principali:

Motivazioni degli spostamenti degli italiani durante il week-end

Motivazione	% Italia	% Nord-Est
Visitare amici e parenti	51,7%	54,5%
<i>Stare all'aria aperta</i>	44,3%	44,1%
Visitare nuove città	15,6%	19,4%
<i>Abbandonare il caos urbano</i>	13,6%	10,1%
<i>Ambienti naturali ben conservati</i>	10,4%	10,2%
<i>Praticare sport</i>	8,6%	12,9%
Altro	7,8%	9,6%

- e) Gli acquirenti di determinati prodotti, in particolare dell'**agriturismo**, forma di offerta che ha raggiunto i 110.000 posti letto (anche se in molti casi si limita alla ristorazione e all'offerta di prodotti tipici). Si calcolano circa 2.100.000 arrivi e oltre 14 milioni di presenze negli agriturismi italiani, di cui un quarto circa dall'estero: si tratta ovviamente di persone che sono attratte dal contatto con la natura e l'autenticità e con l'ambiente rurale (che pure presenta diversi livelli di servizio)

- f) Le preferenze dello specifico target del turismo scolastico italiano: si nota dal decennio scorso un maggiore interesse (stimolato anche dalle proposte degli operatori specializzati e

dalla necessità di educazione ambientale) per gli itinerari naturalistici, che si prevedono in crescita ancora del 17%. Si fa presente che il turismo scolastico riguarda circa 4 milioni di viaggiatori, tra studenti e insegnanti, con 245.000 gite, per un giro d'affari di circa 1500 miliardi tra Italia ed estero.

Turismo scolastico: i principali itinerari e la percentuale di scelta

Itinerari culturali	32%
Capitali Europa	24%
<i>Itinerari Naturalistici</i>	<i>17%</i>
Città d'arte italiane	13%
<i>Arte e Natura</i>	<i>11%</i>
<i>Scientifico industriali</i>	<i>2%</i>
<i>Sport e neve</i>	<i>1%</i>

Fonte: TCI

Tutti questi segmenti saranno approfonditi nei capitoli successivi con particolare riferimento al progetto in corso.

g) La propensione dei diversi segmenti (per origine) a certe tipologie di turismo

I TARGET: UNA PRIMA INDIVIDUAZIONE

I segmenti del turismo durevole

- ⇒ lo scopritore-degustatore, alla ricerca di autenticità
- ⇒ lo sportivo/avventuroso
- ⇒ l'osservatore naturalista, lo specialista
- ⇒ lo storico, l'archeologo
- ⇒ l'ecologista, il formatore, il pedagogo
- ⇒ il biologo in erba

In realtà, nella nostra zona il discorso è diverso, in quanto:

- Zona comunque vicina a grandi poli di attrazione turistica (circa 30 milioni di presenze l'anno!)
- Estensione di terre emerse limitata
- Forte specificità dell'ambiente e del paesaggio (valli lagunari!)

LA DOMANDA turistica per il Veneto Orientale

I FRUTTORI DI RIMBALZO DALLE SPIAGGE

I turisti balneari invece possono essere considerati un target ideale per nuove attrazioni in quanto la loro permanenza è sufficientemente lunga e ricca di tempo libero (oltre una settimana nelle strutture ricettive registrate, sicuramente maggiore negli appartamenti) nelle località da permettere e desiderare escursioni all'esterno per arricchire il prodotto; per esempio da un'indagine svolta nel 1998 tra i turisti a Rimini, il 40% di essi dichiara di svolgere una escursione durante il suo soggiorno. La possibilità di escursioni è tanto più sentita nei casi in cui il turista sia un repeater che ha bisogno di nuovi svaghi. Infine, dal punto di vista del marketing, la concentrazione di migliaia di persone in spazi ristretti (campeggi, località, luoghi di ritrovo) rende facile la promozione e la comunicazione di particolari attrazioni con spesa esigua (cartellonistica, depliantistica).

Peraltro, anche nel Programma di Promozione turistica della Regione Veneto queste possibilità di integrazioni orizzontali del prodotto – che considerino le risorse della terra e del mare e le attività “verdi” e sportive – sono ampiamente previste e segnalate.

Le nostre stime derivano dall'elaboraazione delle informazioni riportate nel capitolo relativo alla domanda.

Vediamo però una sintesi delle caratteristiche delle località balneari limitrofe.

	<i>Bibione</i>	<i>Caorle</i>	<i>Cavallino</i>	<i>Jesolo</i>	<i>Grado</i>	<i>Lignano</i>
Arrivi Totali	565000	445000	586000	1052000	199575	521647
Presenze totali	5100000	3500000	5536000	523000	1477722	3908293
Permanen. Media	9 gg	8 gg	9,5 gg	5 gg	7,5 gg	7,5 gg
Concentre stagion	Luglio-agosto: % presenze					
Arrivi Stranieri	400000	277000	452000	675000	114932	306308
Presenze straniere	3600000	2038000	4370000	3000000	671584	2124454
Paesi di provenien	D, A, H, Ck	A, D, H, Ck	D, A	D, A,	A, D	A, D
Tipo di ricettività	Alberghi, alloggi	Alberghi	Prevalenza strutt. Aria aperta		Htl,Cmp, alloggi	
Tipologia domanda	Famiglie Relax salute	Famiglie; escursioni nel centro	Famiglie relax	Famiglie, Giovani (altro prodotto) Shopping, divertimento	Famiglie Relax Salute	Famiglie
Propensione al verde	++	+	++	=	+	+
Distanza dall'asta fluviale	0	0	25 km	35	60	20
Presenza di percorsi cicl./verdi	Si, urbano	Si, urbano	Interno ai camping e consigliati	Esterni	-	-
Prodotti naturalistici offerti (oltre spiaggia)	Visite Casoni	Visite Laguna Caorle Percorso in barca da Portogruaro			Motonave fiume Stella- Marano Oasi WWF	
Altre iniziative	Applicazione Regolamento EMAS Termalismo	Città dello sport	Manifesto qualità ambientale	Jesolo per l'ambiente- Albergo per l'ambiente:		

				affitto gratuito	bici		
--	--	--	--	---------------------	------	--	--

Di queste varie località, considereremo innanzitutto Caorle e Bibione, che sono due dei punti di snodo del greenway, e le possibilità di escursione da esse.

- **A: I TURISTI DI CAORLE E BIBIONE**

Uno dei target di riferimento, come già notato, è quello dei turisti pernottanti a Caorle e a Bibione, di cui abbiamo già visto la distribuzione e le caratteristiche. Entrambe le località, pur in maniera diversa, esprimono già da ora un legame con l'entroterra e una disponibilità all'effettuazione di percorsi "verdi" e sportivi, come risulta evidente anche dalle pubblicazioni promozionali e informative (come il CD Rom dell'APT)

Ricordiamo però che la lunghezza, il tempo e anche l'allontanamento dai punti percepiti come (la pista ciclabile urbana o semi-urbana, per esempio, come a Bibione) costituiscono delle barriere che "scremano" la fruizione. E' quindi necessario anche agire sulla messa in sicurezza, anche se comunque i limiti di lunghezza e tempo di impiego (la mezza giornata) possono rimanere forti.

Vediamo ora di provare a discutere e identificare la propensione dei diversi segmenti a effettuare il percorso dell'entroterra.

La stima viene effettuata tenendo in considerazione gli arrivi nelle due località, avendo visto che la permanenza media è abbastanza elevata ed è tale da permettere, nell'arco degli 8/9 giorni "stanziali" almeno una giornata o mezza di escursione nell'entroterra.

Le variabili che però devono essere tenute in conto sono di vario tipo, e si intersecano tra di loro.(vedi poi tabella):

- **la propensione/abitudine all'uso di mezzi alternativi** di mobilità, in particolare l'uso delle biciclette, partendo dall'abitudine tipica di ogni **nazionalità** a fruire di questi mezzi. A questo proposito, vediamo che i paesi di origine dei flussi turistici verso l'area da noi considerata possono essere distinti (sulla base della tavola presentata) in: a) *paesi ad alta propensione*, tra cui Germania, Austria, Danimarca e Olanda (tra questi assumiamo come più rilevante il valore per la Germania, dato il maggior numero di turisti), in cui un'alta percentuale dei residenti utilizza regolarmente il mezzo già a casa, e che dimostra anche – secondo le interviste effettuate – dei comportamenti orientati alla mobilità alternativa e al contatto con la natura; b) *paesi a media propensione*, in cui il 20-25% della popolazione utilizza (almeno occasionalmente) la bicicletta. In questo gruppo si inseriscono gli italiani e le altre nazionalità. Per questo viene assegnata al gruppo AP (Alta Propensione) una probabilità maggiore di uso della bici.
- **la scelta delle strutture ricettive** e la modalità di vacanza: dall'indagine e dall'osservazione risulta infatti una maggior propensione al turismo verde e alla pratica sportiva da parte dei pernottanti in *campeggi e villaggi turistici*, che utilizzano mezzi a due ruote sia per ricreazione che per spostarsi all'interno delle strutture o verso il centro. La disponibilità dei mezzi – spesso portati da casa – permette poi l'effettuazione di escursioni. Per questo la propensione all'effettuazione di itinerari in bici sarà considerata superiore per coloro che risiedono in strutture extralberghiere. Chi pernotta in *albergo* utilizza i mezzi messi a disposizione dalla struttura, che permettono però in genere percorsi brevi. Per chi utilizza invece *alloggi privati*, si ipotizza un tasso di utilizzo almeno pari a quello registrato nel paese d'origine (anche in questo caso, viene assunta la percentuale riportata per la Germania e per l'Italia)

- **la stagionalità:** dalle interviste e dalle osservazioni condotte risulta che l'uso della bici e le escursioni in bicicletta vengono fatte essenzialmente nel periodo di bassa stagione, cioè nel periodo maggio-giugno fino ai primi di luglio e dalla fine di agosto a tutto settembre: si tratta infatti spesso di tipologie di prodotti turistici diversi, che corrispondono a gruppi diversi (per età, motivazioni, ciclo di vita della famiglia). Per semplicità di raccolta dati, assumeremo come alta stagione i mesi di luglio e agosto, considerando che chi soggiorna in questi mesi ha una minor propensione alle escursioni e all'uso della bici.
- la disponibilità a effettuare spostamenti in bicicletta verso l'**entroterra** dalle indagini e dalle osservazioni svolte risulta che questi percorsi di una certa lunghezza non sono effettuati da tutti (chi ha la bicicletta o la noleggia effettua generalmente percorsi brevi, entro i 10 km) ma varia circa dal 20% dei turisti in bassa stagione al 5% in alta stagione. La differenza è giustificata appunto dal diverso prodotto consumato (spiaggia e divertimento piuttosto che esplorazioni), oltre che dalle condizioni climatiche, ecc.

Alla luce di queste considerazioni, assegneremo un **indice di propensione** più alto ai turisti stranieri, a coloro che alloggiano nelle località in bassa stagione e in strutture extralberghiere, partendo dalla percentuale stimata di turisti che utilizzano nel loro soggiorno a Caorle e Bibione la bicicletta, e considerando però la maggior lunghezza del percorso. I valori sono tratti dalle tabelle e dalle analisi prima presentate, a cui rimandiamo

Assumiamo quindi come analoghi (pur con una forzatura) i comportamenti dei turisti di Caorle e Bibione e proponiamo questa previsione di utilizzo dei percorsi (entro i 50 km, approssimativamente) che deve intendersi come **scenario di partenza**, assumendo i comportamenti già esistenti (e non potenziati da iniziative particolari). Come si nota, si tratta di una stima prudente che permette analisi realistiche e suscettibili di evoluzioni verso l'alto.

Si utilizzano quindi gli **arrivi del 2000** nelle due località per sviluppare le seguenti previsioni sugli individui che potenzialmente possono esplorare le greenways proposte.

Bassa stagione	Gruppo alta propensione (D, A, NL, DK)			Gruppo media propensione (Italia e altri)		
	Arrivi alberghi	Arrivi alloggi	Arrivi camping	Arrivi alberghi	Arrivi alloggi	Arrivi camping
	105294	73817	69649	75648	87521	33969
% uso bici	15%	45%	80%	15%	22%	40%
V.a.	15794	33218	55719	11347	19255	13588
% esc entr.	5%	5%	20%	5%	5%	15%
Valore	790	1661	11144	567	963	2038
<i>Alta Stagione</i>	76858	111317	70683	99294	152466	62928
% uso bici	15%	45%	55%	15%	22%	30%
V.a.	11529	50543	39229	14894	30493	18878
% escursioni entroterra	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Valore	576	2527	1961	745	1525	944
TOT. AP			18659	TOT. BP		6782
TO T gen						25441

Ne deriva che, sul totale di 1 milione di arrivi nelle località, circa **il 2,5% (cioè 25400)** degli individui è potenziale utente di percorsi nell'entroterra delle località balneari. Il valore assoluto dipenderà quindi anche dal valore assoluto degli arrivi nelle località balneari, oltre che dall'evoluzione dei comportamenti e dalla strutturazione dell'offerta.

Ulteriore aggiustamento può esser fatto considerando la **permanenza** dei turisti: ovvero, laddove essa sia superiore ai 9 giorni, possiamo considerare che venga effettuata più di una escursione, ovviamente con una probabilità minore (supponiamo dimezzata) a quella media

stimata. Verifichiamo quindi, tra i vari gruppi, (bassa e alta stagione, provenienza e tipologia di struttura ricettiva) dove esista questa condizione applichiamo il correttivo.

Si nota quindi che la permanenza media risulta particolarmente elevata:

- negli alloggi privati, in particolare tra gli italiani, sia in bassa che in alta stagione (fino a 15 gg.): a questi viene applicata quindi una ulteriore probabilità di
- nei campeggi e villaggi turistici nei mesi di giugno e settembre.

Tuttavia, date le caratteristiche del prodotto consumato, riteniamo che solo in bassa stagione, per coloro che alloggiano in campeggi e in alloggi privati (con una permanenza superiore ai 9 giorni) si possa avere la possibilità di effettuare 2 escursioni nell'entroterra. Per questo applicheremo ai turisti che in maggio e in settembre soggiornano in queste strutture ricettive una probabilità ulteriore di utilizzo dei prodotti dell'entroterra. Tale probabilità deriva dall'osservazione di quanti turisti per ogni gruppo sono stati stimati come "potenziali fruitori" tramite la procedura composta: la percentuale di questi viene applicata dimezzata per indicare la più rara possibilità che si effettui un secondo percorso.

In tal modo si vuol dimostrare la necessità di considerare flessibili le stime proposte, tenendo conto di diversi elementi.

	Arrivi giugno e sett.	% aggiuntiva	Escursioni aggiuntive
Turisti ital. Alloggi	25636	0,5%	128
Turisti stran. In allog	105688	1,1%	1057
Turisti itali. In Campeggi	21103	3%	633
Turisti stran. In campeggio	58242	8%	4659
Tot.	210669		6478

A.1 I TURISTI DELLE ALTRE SPIAGGE

Consideriamo qui i turisti pernottanti nelle altre spiagge limitrofe, in particolare a Jesolo, Cavallino e Lignano. Si tratta di un bacino di utenza molto ampio, come abbiamo già visto in tabella, con caratteristiche simili, per cui però la propensione ad effettuare il percorso indicato deve essere considerata minore alla luce della maggior distanza e quindi vanno tenute in considerazione:

- le alternative di percorsi ciclabili, anche non organizzati come greenways, presenti nell'area vicina alle località
- la necessità di spostamenti verso l'area Portogruaro-Caorle-Bibione, da effettuarsi in auto o con altro mezzo eventualmente da organizzare

Proponiamo per essi perciò una probabilità di effettuazione del percorso greenway minore, pur partendo (arbitrariamente) dalla propensione media totale individuata per il bacino di utenza: ciò è possibile

- applicando alla percentuale media (arrotondando a 2,6%) risultante dal calcolo effettuato su Caorle e Bibione il modello **gravitazionale**, che permette di tener conto della minor capacità di attrazione di mercati più lontani (che sono sottoposti anche a altre sollecitazioni). Infatti i modelli gravitazionali permettono di stimare la probabilità di visita di un'attrazione da parte dei residenti di una determinata area in funzione del reciproco del quadrato della distanza dall'attrazione stessa.
- Il calcolo viene applicato solo ai turisti stranieri, in quanto gli italiani possono essere già stati inclusi nella probabilità di escursione dei residenti; non sono svolte le analisi ulteriori sulle tipologie di esercizio e sulla stagionalità (avendo assunto già la probabilità "prudente" come base)
- proponendo – sulla base degli studi effettuati - una correzione e **diverse probabilità** data la diversa permanenza media (e anche il diverso prodotto turistico consumato) dei centri,

applicando quindi una probabilità di base uguale a quella di Caorle e Bibione a Lignano, che ha simile permanenza media, superiore del 50% al Cavallino (permanenza media di quasi 10 gg e prodotti turistico legato alle strutture all'aria aperta) e inferiore a Jesolo (in cui si effettua un soggiorno più breve e con caratteri diversi: shopping, divertimenti notturni e serali), cioè pari alla metà

Riportiamo quindi la stima, sempre secondo uno scenario di base, delle persone interessate

	Arrivi stranieri.	Propensione stimata	Utenti potenziali
Jesolo	726628	0,13%	797
<i>Cavallino</i>	463491	0,35%	945
<i>Lignano</i>	306350	0,26%	1622
TOT.	1496469		3363

Si arriva dunque a un totale di oltre 35.000 potenziali percorsi effettuati in un anno dai turisti balneari "di rimbalzo", così calcolati:

Caorle e Bibione prima escursione	25441
Caorle e Bibione seconda escursione	6478
Spiagge Limitrofe	3363
TOT:	35282

Per utile confronto, ricordiamo peraltro che la quota di escursionisti dalle località turistiche verso le città d'arte e soprattutto verso Venezia è da calcolarsi nell'anno intorno a 1,2 milioni.

Infine, ricordiamo che in questa stima potrebbero entrare anche **altri turisti** (Termali, culturali ecc.) dell'area veneta, ma che per ora ci limitiamo a questa stima prudenziale, considerando sia le caratteristiche del prodotto da essi consumato, sia le distanze, sia la permanenza, sia le altre attrattive a loro disposizione.

LA FRUIZIONE DEI RESIDENTI: I CICLOESCURSIONISTI DELL'AREA

Si vuol dare qui una stima dell'utilizzo delle attrattive del Veneto Orientale dal punto di vista "Verde" da parte dei residenti dell'area, sulla base delle indicazioni sulla propensione espresse nei precedenti paragrafi. Poniamo qui l'attenzione sugli utilizzatori "locali", cioè di coloro che non hanno bisogno di pernottare per raggiungere l'area del Veneto Orientale, quindi calcolati secondo 3 grandi fasce, corrispondenti a diverse distanze (o meglio, raggruppati in isocrone cioè secondo il tempo che impiegano a raggiungere i punti di inizio dei percorsi greenway individuati), sempre entro i 180 minuti da Portogruaro.

Coloro che risiedono a maggiore distanza dal Veneto Orientale vengono considerati appartenenti al gruppo dei cicloescursionisti pernottanti, di cui si parlerà nel prossimo paragrafo. Vediamo nella tabella seguente i dettagli.

Sintetizziamo nella seguente tabella per le tre fasce di distanza la numerosità della popolazione e le mete abituali (e proposte dalle guide come il Pedalaveneto ed altre) di escursionismo ciclistico

FRUITORI/ESCURSIONISTI DALLE AREE LIMITROFE.

Caratteri generali	
Periodo	Marzo- metà luglio; fine agosto- ottobre

Esigenze	Sicurezza, saliscendi (entro certi limiti), varietà paesaggio, informazione e segnaletica, accessibilità, compagnia, eventi
Area 0: Provincia di Venezia	Residenti: 815.000
Percorsi cicloturistici più frequenti	Riviera del Brenta (vari itinerari) Lido e Pellestrina Chioggia Laguna Miranese e graticolato
Area 1: entro i 100 minuti di distanza	Residenti in provincia di Padova: 845000 Residenti in provincia di Treviso: 776000 Residenti in provincia di Pordenone: 278.000 TOT.. 1.909.000
Percorsi cicloturistici più frequenti	Colli Euganei Chioggia e bassa Padovana Montagnana Colli Asolani Monti Berici Oderzo e il Livenza Il Piave e grave
Area 2: entro i 180 min. di distanza	Residenti in Provincia di Vicenza 780.500 Residenti in provincia di Verona 815.500 Residenti in provincia di Udine 518.600 Residenti in provincia di Gorizia 138.000 TOT. 2.252.600
Percorsi cicloturistici più frequenti	Colline di Soave Lago di Garda Lessinia Altopiano di Asiago Il Mincio
Uso bicicletta	Regolari 28%, occasionali 15%

La percentuale di uso della bicicletta, come si nota, è stata raddoppiata rispetto alla media nazionale, sulla base delle considerazioni svolte nei paragrafi precedenti sulla frequenza dell'uso della bicicletta in Veneto..

Tuttavia, bisogna considerare che tra questi utilizzatori della bicicletta, - tolti coloro che la usano solo nei giorni lavorativi - alcuni svolgono percorsi agonistico-sportivi o di mountainbike, e quindi non saranno primariamente interessati al percorso del Lemene.

Inoltre, dei molti interessati ai percorsi ricreativi in bicicletta, buona parte è disposta a svolgere percorsi che restino nell'ambito della mezza giornata e dei 20-30 Km.

Nella nostra stima, quindi, dovremo considerare una serie di elementi:

Ricapitolando quindi per questa stima utilizziamo:

- ⇒ i residenti nelle aree entro le 3 ore di distanza da Portogruaro o Caorle-Bibione, segmentati a seconda della distanza
- ⇒ il numero di questi che, secondo le informazioni già esposte, utilizzano la bicicletta abitualmente o occasionalmente
- ⇒ la quota di persone propense a svolgere attività sportive e stare a contatto con la natura nel week.end, secondo l'elaborazione delle indicazioni riportare nel capitolo sulla domanda
- ⇒ la disponibilità ad effettuare percorsi in bici di diversa lunghezza (entro i 30 Km o superiori), ipotizzata maggiore per i percorsi più brevi, come ovvio, e maggiore per gli abitudinari
- ⇒ la frequenza di effettuazione di escursioni nell'anno (se gli aderenti ad associazioni come FIAB svolgono quasi tutti i week end delle escursioni, coloro che hanno motivazioni meno forti possono dedicarsi a queste forme di ricreazione una volta al mese, per esempio, e solo nei mesi "ideali")

- ⇒ L'indicazione (approssimata) delle mete di escursione alternative più numerose a seconda della distanza: per tale numero si dividono le escursioni che potrebbero essere svolte in totale. Ne deriva quindi la stima del
- ⇒ Numero ipotetico di escursioni svolte all'anno.

E' ovvio che ogni coefficiente – qui derivato da indagini e da ricerche precedenti – non è da considerare fisso, ma in evoluzione, per politiche dell'offerta e per mutamenti nella domanda. Per esempio, se il percorso verde si pone come “top of mind”, come esempio migliore tra le varie alternative almeno per un gruppo, si ridurrebbero le alternative di escursione e quindi la probabilità di effettuazione crescerebbe.

Analogamente, se l'offerta e la comunicazione di itinerari sicuri crescesse, la disponibilità dei cittadini ad effettuare percorsi ciclabili potrebbe aumentare di alcuni punti percentuali, ecc.

	Ve	Area 1	Area 2	Tot.
Residenti	815000	1909000	2252600	4976600
Uso abit. Bici	0.28	0.28	0.28	0.28
Valore	228200	534520	630728	1393448
Ricreaz. Verde/sport	0.35	0.35	0.35	0.35
Valore	79870	187082	220755	487707
Probab. Escurs.bici di 30 km	0.5	0.5	0.5	0.5
Valore	39935	93541	110377	243853
Esc. Effettuabili in un anno	3	3	3	3
tot. Escurs. Possibili	119805	280623	331132	731560
Alternative	20	30	40	
Esc. Greenways Lemene	5990.25	9354.1	8278.305	23623
<i>di cui</i>				
Probabil. escursionisti di 60 km	0.25	0.25	0.25	0.25
Valore	9984	23385	27594	60963
Esc. Effettuabili in un anno	2	2	2	2
tot. esc. Possibili	19968	46771	55189	121927
Alternative	10	20	30	
Escurs. Lemene	1997	2339	1840	6175
Uso occasionale bici	0.138	0.138	0.138	0.138
Valore	112470	263442	310858.8	686771
Ricreaz. Verde/sport	0.35	0.35	0.35	0.35
Valore	39365	92205	108801	240370
Probab. Escurs.bici 35 km	0.25	0.25	0.25	0.25
Valore	9841	23051	27200	60092
Escurs. Annue	2	2	2	2
Escursioni possib	19682	46102	54400	120185
Alternative di escurs.	20	30	40	
Prob. Scelta Lemene	984	1537	1360	3881
<i>di cui</i>				
Probab. Escurs. Bici 60 km	0.1	0.1	0.1	0.1
Valore	984	2305	2720	6009
Esc. Effett.	2	2	2	2
tot.	1968	4610	5440	12018
Alternative di escurs.	10	20	30	
Esc. Lemene	197	231	181	609

Ne deriva perciò questa stima:

⇒ **Escursioni intorno ai 30 km: 27500**

⇒ **Escursioni intorno ai 60 km: 6800**

⇒ **Per un totale di 34300 escursioni circa**

Sarebbe quindi possibile precisare anche la potenziale fruizione dei singoli tragitti del greenway. Uno degli aspetti, inoltre, che può esser tenuto presente è che una offerta di intermodalità (per esempio bici+barca) può attrarre degli escursionisti che sono disposti a svolgere un percorso breve e che possono svolgere il viaggio di ritorno senza fatica.

➤ **LE SCUOLE.**

Abbiamo già detto che i viaggi di istruzione si stanno orientando sempre più verso le risorse naturalistiche e la conoscenza ambientale. Tale tipo di viaggio richiede comunque non solo le risorse naturalistiche ma centri didattici e di accoglienza e guide specificamente preparate. Assumendo la percentuale generale di percorsi di questo tipo (naturalistici, o arte e natura - vedi tabella al cap.), applicata al numero di studenti della Provincia di Venezia - scelti come target più probabile - e considerando la concorrenza delle altre attrazioni simili nell'area, potremo fare una stima per le **escursioni giornaliere** dalle scuole.

E' ovvio che il numero qui non potrà essere molto elevato in quanto non esistono ancora punti o laboratori per la didattici consolidati. Per quanto riguarda l'affluenza in questi tipi di attrazione, si calcolano circa 5000 visitatori l'anno in centri già affermati della Provincia

Studenti provincia di Venezia potenziali utenti percorsi nel veneto orientale

	n. alunni	%	Potenziali	Stima
Alunni scuole elementari	31.800	Natura 17%	5.406	256
Alunni scuole medie	20.700	Natura, Natura+arte28 %	5.796	280
Alunni sc. Superiori (Ist. tecnici, prof, scientifici)	25.000	Natura e arte 13%	3.250	118
Tot.	76.000		14.452	654

Per altri target scolastici, invece, sarà possibile svolgere una valutazione più complessa, che fa riferimento al complesso dei "turisti scolastici" in Italia (4 milioni, 245.000 gite), e alla loro varietà. Tra le considerazioni da tenere presenti, ricordiamo: l'unicità dell'ambiente lagunare, la possibilità di far pernottare in ragazzi che vanno in gita a Venezia per una notte negli alberghi dell'area e di dedicare poi mezza giornata o una intera alle escursioni greenway (si vedano gli esempi di uno dei maggiori operatori, I viaggi dello Zainetto verde, oltre alla proposte della cop. Limosa)

La coop. Limosa per esempio comunica che in un anno i gruppi scolastici che effettuano escursioni nella laguna di Venezia sono stati circa 1500, di cui 1/3 da fuori Veneto, quindi esclusi dal precedente calcolo.

Possiamo quindi immaginare che una quota di questi gruppi possa essere anche attratta dalle escursioni nell'area del Lemene. In totale, il numero di escursioni di studenti potenziale nell'area può essere di 1000.

Per quanto riguarda **l'impatto economico**, possiamo stimare che in Italia per i gruppi scolastici la spesa media (comprensiva di trasporto con mezzi pubblici – treno o bus di linea - per la località) sia di circa 35/40.000 lire per escursioni di un giorno e di circa 80.000 lire per un

pernottamento e permanenza (pasti, ecc.) a persona prevista (escludendo quindi le spese personali).

Si tratta, come evidente, di un target che richiede molti servizi a fronte di una spesa limitata, ma comunque utile sia per la futura fidelizzazione, sia per iniziare l'attivazione, sia per diffondere la conoscenza della meta tra le famiglie.

- **GLI SPORTIVI: LA CANOA E L'EQUITAZIONE** Tra le varietà di sport "verdi" praticabili, i cui appassionati possono costituire un target interessante, ci sembra qui utile citare canoa ed equitazione, sia per il loro legame "fisico" con il greenway sia perché praticabili nell'area già attualmente, sia infine per la presenza di attività affini nell'area **slovena**. Come abbiamo già sottolineato, il Lemene può costituire una "palestra" di canoa piuttosto interessante (fatto già testimoniato dall'esistenza del Canoa Club Delfino): pur non essendo dotato di dislivelli e avendo alcuni tratti di non estrema piacevolezza nella navigazione. Si svolgono comunque anche attività agonistiche, che attirano anche da altre zone i canoisti. Per ora infatti il Lemene è utilizzato principalmente dai residenti (100/200 utenti fissi). Da interviste con utenti veneti, si può stimare che i fruitori possano essere 700/1000 l'anno. La spesa effettuata dai canoisti è solitamente ridotta, come vedremo, e riguarda principalmente l'attrezzatura e il costo del trasporto. Sono infatti gli veneti eventuali che possono spingere a spese in loco, oppure la presenza di attrattive particolari accompagnate da un'offerta ricettiva adeguata. Per quanto riguarda l'equitazione, abbiamo già segnalato che nella zona è possibile effettuare turismo equestre, anche se la fruizione risulta per ora limitata a qualche centinaio di utenti. Ciò che possiamo segnalare è che eventuali trekking a cavallo nei pacchetti turistici hanno un prezzo piuttosto elevato (una media di oltre 200.000 al giorno), ma che l'area del Lemene è di secondario interesse rispetto ad altre in Italia.
- **LA NAUTICA** Per target nautico possiamo intendere sia quello di navigazione fluviale, sia quello di penetrazione all'interno da parte di turisti che dispongono di imbarcazioni dedicate alla navigazione marina, che quindi si possono considerare facenti parte dei visitatori di rimbalzo. Per ora, non esistono dati sulla navigazione fluviale, che viene spesso praticata da residenti o, come abbiamo detto, da una piccola parte (una decina di imbarcazioni l'anno) di house boat. L'attuazione del progetto della Barca Rurale del Lemene potrebbe portare, secondo le previsioni, ad una frequentazione dell'area quantificabile in persone (per un totale previsto di circa 200 milioni di ricavo). Interessante anche notare la presenza di iniziative che coniugano l'enogastronomia con la nautica, finalizzate (come quelle sostenute dall'ex ASAP) alla diversificazione del turismo e delle attività ricreative tramite la penetrazione nell'entroterra, ma anche lungo i fiumi per poter raggiungere ristoranti in cui si propongano pesci di acqua dolce. L'accesso quindi potrebbe avvenire per via acqua e la fruizione dei pasti anche a bordo o per accostamento (si veda l'esempio delle parigine *guinguettes* sulla Senna o sulla Marna. Lo scopo è quello di sviluppare indirettamente la pesca professionistica oltre a quello di diffondere gli impatti economici sul territorio.
- **I NATURALISTI:** gli appassionati della natura e della attività che possono essere svolte esclusivamente in essa, come il birdwatching o l'osservazione naturalistica
- **I CACCIATORI E I PESCATORI** Si tratta di un target di importanza rilevante, soprattutto nell'area, e di cui è opportuno far cenno anche se si tratta di un argomento delicato. In realtà, l'area ha oggi un richiamo significativo riguardo la possibilità di caccia e pesca, per la presenza di acque interne e di laguna oltre che del mare. La Federazione Italiana Pesca Sportiva (che comprende anche le attività subacquee e il nuoto pinnato) comprende in Veneto circa 25/30.000 iscritti. In provincia di Venezia, sono circa 5000, con

60 società affiliate). Ben 450 sono le gare organizzate dalla sezione locale nella provincia, a cui si sommano quelle organizzate da iscritti di altre aree. Nei comuni del Portogruarese circa 3800 le persone che dispongono di licenza per pesca sportiva, mentre la licenza per pesca professionale è diffusa quasi esclusivamente nel comune di Caorle.

- Per quanto riguarda la caccia, risulta dai dati provinciali che il totale dei cacciatori residenti in zona è di 1527, il totale dei cacciatori esterni è di 297 (generalmente conoscenti dei proprietari delle aziende faunistico-venatorie). Si tratta generalmente di persone di età superiore ai 50 anni (mentre il settore pesca ha una presenza di giovani e giovanissimi rilevante). La spesa effettuata da cacciatori e pescatori dipende dall'utilizzo o meno di strutture private.

- **ENOGASTRONOMI** e' noto che il turismo legato alla possibilità di degustare prodotti tipici e pietanze curate originali sia in forte evoluzione: si parla in Italia, per esempio, di 3 milioni di "turisti del vino". In realtà, solo un 20% di questi sono interessati specificamente al vino, mentre i tre quarti sono attratti dall'insieme di risorse locali, paesaggio, tradizioni, ecc. L'area da noi considerata presenta, come già abbiamo detto, la possibilità di collegamento con la zona DOC Lison Pramaggiore, e presenta alcune specificità (l'oca, il pesce di acqua dolce, i prodotti della terra) rilevanti, anche se va detto che non rientra tra quelle più presenti nell'immaginario collettivo dell'appassionato di enogastronomia (pur avendo manifestazioni e locali che attraggono numerose persone dal circondario). L'inserimento può avvenire con una comunicazione mirata, ma anche con un apposito processo di costruzione del prodotto: collegamento con ristoranti rinomati, creazione di eventi non solo di portata locale, ecc. Riportiamo alcuni dati: la Mostra dei Vini...
- **GLI ARCHEOLOGICI E STORICI** Uno dei target più rilevanti tra i visitatori dell'area è quello del turismo culturale, riferito essenzialmente a Concordia e Portogruaro. Il target attuale può ovviamente essere ampliato e gli può essere proposta una fruizione più ampia del territorio. Riportando i dati degli ingressi negli Istituti di antichità e arte statali della zona:
 - Basilica Paleocristiana di Concordia. Nel 1998 sono stati registrati 14.200 ingressi (gratuiti). Di questi, circa il 40% sono concentrati nei mesi di marzo, aprile e maggio, e quindi sono riportabili alle gite scolastiche. Un altro 30% è concentrato nei mesi di agosto, settembre e ottobre.

Museo Archeologico Naz. "Concordiese" di Portogruaro: nel 1999 sono stati registrati 4711 ingressi, di cui i due terzi gratuiti. L'affluenza è abbastanza costante (a parte nel mese di gennaio) nei vari periodi dell'anno. Si tratta in totale di 2430 persone nel 2000, composto per il 70% da scolaresche e il restante 30% da turisti del balneare. In questo caso la presenza di stranieri è stata rilevata soprattutto in settembre-ottobre, all'inizio della bassa stagione durante le giornate di maltempo in cui non erano praticabili le consuete attività balneari. L'azione di promozione viene garantita da un depliant tradotto in quattro lingue e distribuito nelle Apt di Caorle e Bibione.

- Museo archeologico e zona arch. di Altino: inserita anche se non strettamente connessa all'area, anche perché sono in corso dei progetti di valorizzazione. Nel 1999 si sono registrati 8694 ingressi, di cui 6400 gratuiti (e quindi imputabili essenzialmente a studenti). I periodi di maggior affluenza sono i mesi di aprile e maggio, in cui si "staccano" il 40% dei biglietti.

Risulta perciò interessante, collegandoci a quanto detto sopra, ipotizzare anche per gli studenti dei percorsi arte+natura (come del resto proposti da operatori locali)

Ricordiamo ancora che nel comune di Concordia si registrano 77 arrivi e 1751 presenze, (in un hotel e in un residence): cifra molto modesta, che indica anche una permanenza lunga (e quindi non riportabile probabilmente a categorie turistiche)

E) GLI EVENTI

Un altro elemento che può essere rilevante – anche economicamente - nel caso di situazioni come quelle da noi descritte è quello relativo agli eventi legati al greenway. Intendiamo qui con il termine eventi delle manifestazioni ad hoc, dei raduni, gare, manifestazioni che abbiano come luogo di svolgimento le aree interessate. Citiamo per esempio, tra le manifestazioni già esistenti e solo parzialmente legate al concetto di greenway, gli itinerari ciclistici (per esempio in area parco), le gare di canoa, ecc. (escludendo quindi le manifestazioni tradizionali) Tali eventi hanno innanzitutto un valore dal punto di vista dell'incremento della notorietà e della comunicazione, ma anche dal punto di vista economico. Se l'evento infatti è organizzato in maniera integrata, è possibile che i partecipanti (anche se appartengono a gruppi particolari, sportivi, ecc.) possano acquistare prodotti tipici, consumare pasti, ecc.

L'evento inoltre può modificare anche sensibilmente il numero di visitatori di particolari aree, anche se ovviamente presenta rischi di congestione e di danneggiamento delle risorse. Dunque segnaleremo questo fenomeno, che permette un incremento – limitato nel tempo, occasionale – dei fruitori del prodotto. Tale incremento di visitatori, che dipende appunto dall'organizzazione di eventi, può essere stimato nell'ordine del 5-10%.

TURISMO DEL VINO: LE ATTRAZIONI E LA LORO STRUTTURAZIONE IN ITINERARI.

Sia dall'esempio francese che dalle indicazioni del MTV risulta che è necessaria la presenza di **almeno una cantina visitabile ogni 10 km** e, durante un viaggio di un paio di giorni, un **numero di visite da 2 a 5 visite** (possibilmente diversificate). Il territorio non deve essere ristretto. Comunicazione e informazione sono cruciali, soprattutto in assenza – come avviene nei territori rurali – di grandi “punti di orientamento”.

Come raccomanda anche la Commissione Europea, i percorsi devono essere di qualità, con varie attrazioni: oltre al vino, il cibo, i prodotti tipici, **almeno un evento**, e **una visita culturale** (che richieda un tempo non estremamente lungo per la visita): una chiesa, una villa, un museo (magari della civiltà contadina).

Fondamentale è poi la **non ripetitività dell'itinerario**. Come per i percorsi cicloturistici, si auspica la possibilità di **itinerari ad anello**, in modo da tornare al punto di partenza senza mai fare la stessa strada; nel caso si pernotti in una località, deve esser possibile affrontare ogni giorno dei percorsi diversi, in modo da creare i cosiddetti **itinerari a stella**. La localizzazione del pernottamento deve essere tale che i “raggi” siano di lunghezza abbastanza omogenea, cioè che le attrazioni siano tutte a una distanza affrontabile (considerando l'andata e il ritorno).

Durante i tour di più giorni, soprattutto per i gruppi (viaggio su pullman), è prevedibile un circuito. In questo caso, le distanze possono essere anche più ampie (per esempio, tour dei vini veneti in 3 giorni).

Per quanto riguarda la scelta dei clienti tra individuali e gruppi, si può ricordare – soprattutto alle cantine - che:

- **i gruppi** (che possono essere di diverso tipo) possono essere più facili da raggiungere con promozione mirata e da gestire perché occupano l'accompagnatore per un periodo delimitato di tempo, ma sono più impegnativi per il numero da affrontare (necessità di spazi comuni, di controllo, ecc.). Necessaria in questo caso la prenotazione (anche per altri servizi), un mezzo di trasporto comune e la presenza di una guida-accompagnatore. Si rileva spesso che il gruppo fa raggiungere un fatturato tramite l'acquisito di bottiglie, inferiore a quello dello

stesso numero di individuali. Il pernottamento può creare qualche problema, se le disponibilità sono scarse: più difficile, per es., coinvolgere gli agriturismi, quanto la loro capacità raramente supera i 15 posti letto (anche per le norme esistenti). Meno importante la segnaletica e l'informazione sul territorio se già le indicazioni sono date dagli accompagnatori. E' spesso importante la presenza di organizzatori professionisti, anche se talvolta i gruppi (specie se pre-costituiti) organizzano da sé il viaggio. Le risposte dell'Hérault vanno verso gruppi precostituiti e motivati: associazioni, intenditori, professionisti (con un numerosità fino a 25 persone).

- **Quello degli individuali** è un turismo sicuramente più consapevole e più motivato (anche a spendere), per il quale è necessario un maggior sforzo nel senso della promozione, delle indicazioni e della segnaletica e della fornitura di servizio di guida nella cantina. Da verificare se necessaria la prenotazione oppure no. Per gli individuali le opzioni di visita sono due: la più frequente, soprattutto per chi conosce la zona, è quella dell'auto-organizzazione; l'altra è quella dell'organizzazione tramite intermediazione (scelta da un catalogo). Si tenga presente che in questo tipo di prodotto l'individuo vuole avere libertà di seguire i propri ritmi, più che in altre tipologie di viaggi.

Per quanto riguarda la scelta del periodo e dei giorni in cui organizzare l'accoglienza si terrà conto delle differenze già segnalate tra visitatori autunnali e primaverili-estivi, ma soprattutto si cercherà di rendere compatibili le esigenze produttive e le potenzialità dell'offerta con quelle della domanda (come per i viaggi di nozze le crociere non possono partire di sabato mattina!)

La periodizzazione deve essere attenta sia nel senso delle stagioni che nel senso dei giorni della settimana.

Sappiamo che le gite fuori porta per i pranzi e per svaghi sono classicamente riservate alla domenica, e che i pacchetti di viaggio, gli short-breaks (viaggi brevi) hanno maggior probabilità di venir effettuati nel week-end e magari nei ponti lunghi primaverili, ecc. Si tratta però di periodi di grande affollamento, in cui si registra spesso il tutto esaurito. Questo significa che la programmazione deve essere attenta e l'operatore che voglia garantire la creazione di un pacchetto deve rischiare prenotando con largo anticipo.

In altri periodi, ci sarà più disponibilità ricettiva e di ristorazione, ma è probabile che anche la domanda sia meno disposta a muoversi, a meno che non esista un evento particolare o delle condizioni di prezzo o di qualità d'eccezione.

Se si vogliono evitare gli affollamenti, e se ci si rivolge a gruppi (es. ex dirigenti di un'azienda) di persone non legate ad ambienti lavorativi, si può proporre un soggiorno anche nei **giorni feriali**. Ma un altro aspetto da tenere in conto è la disponibilità alberghiera durante la settimana: in molte aree limitrofe a quelle di produzione esiste una capacità ricettiva limitata e dedicata ai viaggi di lavoro (è il caso del trevigiano, per esempio); alcuni agriturismi non svolgono servizi al pubblico dal lunedì al venerdì.

Si esclude infine l'**altissima stagione estiva (agosto)**, perché in questo periodo – in cui comunque la propensione ai viaggi è maggiore, anche per la disponibilità di tempo – perché altre forme di turismo restano comunque predominanti, sia perché le stesse attrattive rurali possono essere meno appetibili.

Sempre con riferimento al **tempo**, ricordiamo che la durata del pacchetto condiziona fortemente i target: se si tratta di **week-end**, non si potrà pensare a turisti che provengono da molto lontano, per cui il viaggio sia più lungo del soggiorno (a meno che non si tratti di una estensione, oppure di una eccezionalità dell'attrattiva) e così via.

Il prezzo

Il prezzo è una leva di marketing fondamentale: esso definisce esplicitamente la qualità del prodotto, lo posiziona sul mercato e nei confronti della domanda, selezionando quindi i target.

Nel caso del turismo del vino, la definizione del prezzo è molto complessa per vari motivi, cioè la quantità di soggetti coinvolti e la rarità della strutturazione a pacchetto: quindi il consumatore pagherà di volta in volta il prezzo delle bottiglie, del ristorante, ecc. Essi possono avere distribuzione diversa, essere omogenei oppure no (prezzo alto sia nella ristorazione che delle bottiglie): ma in aree di pregio come nel Senese, il livello dei prezzi della ricettività è sopra la media, come quello dei vini. In altri casi, ciò può non avvenire: è il caso in cui il vino non sia sentito ancora come attrazione centrale, come motivazione di pernottamento.

Inoltre, il turismo del vino non è ancora così “definito” come prodotto da avere dei prezzi medi di riferimento come il turismo balneare (es. 100.000 lire al giorno) o degli esempi da copiare che siano di livello simile.

Qualora esista un tour operator, esso non potrà offrire prezzi estremamente bassi a causa dei piccoli numeri e dell’ampiezza dei contratti e quindi dei costi di transazione da affrontare.

Ultima, ma non trascurabile considerazione, è quella relativa al costo del viaggio, sintetizzabile come tempo e denaro impiegati per raggiungere la meta dal turista individuale. Esso va a comporre il prezzo complessivo del prodotto consumato. Esso è direttamente proporzionale al valore percepito dell’area e del suo vino e quindi è un forte indicatore di “performance” dell’area e della sua unicità.

<p>Per</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stranieri (lingua diversa, o scarsa conoscenza del territorio) ➤ Gruppi con richieste specifiche ➤ In caso di attrattive difficilmente accessibili (non apertura al pubblico in condizioni normali, ecc.) o risorse scarse (guida particolarmente preparata) ➤ Turisti pernottanti ➤ Gruppi in tour “generale” 	<p>⇒ <i>Organizzazione di pacchetti</i></p> <p>Condizioni: piccoli numeri su determinate aree, con scarsa possibilità di sconti; perciò :</p> <ul style="list-style-type: none"> - forte specializzazione sul tema e raggio ampio - forte conoscenza del territorio <p>rare le opportunità per operatori “generalisti” per il prodotto specifico, ottime se la visita alla cantina è una tappa “di vendita e curiosità” in un tour più ampio</p> <p>Utile nel prodotto: guide cartacee enogastronomiche Accompagnatore Apertura predefinita delle cantine Altri servizi, eventi Numerosità delle cantine, loro qualità pur nelle caratteristiche diverse Necessaria spesso sala</p>
<p>Per residenti in zone limitrofe o turisti già nell’area (che non necessitano di pernottamento)</p>	<p>⇒ Uffici informazioni ⇒ Comunicazione su mass media ⇒ Depliantistica e segnaletica</p> <p>Nel prodotto: Apertura flessibile delle cantine, accompagnamento da parte di proprietario o enologo (accomp. personalizzato)* Possibilità di prenotazione (diffusione del numero di telefono) La cantina può essere una sola, ma devono esserci informazioni e accessibilità su servizi ed eventi e negozi aperti</p>
<p>Le questioni</p>	<p>La guida parlante anche altre lingue può essere della cantina singola o del Consorzio, (o simili)</p>
	<p>La degustazione può essere a pagamento? Formalmente non dovrebbe esserlo, e non può</p>

	essere ben percepita dal cliente
	La richiesta di informazioni e di prenotazione può essere fatta tramite un numero unico, gestito da un ufficio apposito (del Consorzio od altro) o da un addetto delle cantine.

Sintesi conclusive

Le problematiche dell'area:

- paesaggio ed economia tra l'industriale e il rurale
- ha sviluppato le funzioni non turistiche, che invece sono state concentrate sulla costa, che ha attratto i flussi residenziali
- l'attenzione sistematica all'area dal punto di vista turistico è recente
- molte però sono state le iniziative negli ultimi anni, con un forte impegno per l'ambiente e la ruralità
- le attrattive sono spesso "puntiformi" e non aggregate in prodotto turistico
- vi è scarsa disponibilità ed "elaborazione" delle attrattive stesse
- la notorietà è scarsa e "limitrofa"
- esiste concorrenza forte con altre attrattive della provincia stessa e del Friuli (Sesto, Cordovado, ecc.) facenti parte degli stessi percorsi tematici ma più orientati turisticamente e scarsa integrazione nell'offerta veneziana principale
- chiarimento degli obiettivi di sviluppo (tutela / sviluppo turistico) e dei piani

Veneto orientale come area allo stadio iniziale del ciclo di vita del prodotto turistico:

- Non si può oggi definire il v.o. come un sistema di offerta turistica, perché non esistente e non strutturato e non riconoscibile ma come un prodotto che inizia a comporsi ora, con un peso + rilevante di alcuni temi (enogastronomia e ambiente, cicloturismo)
- che per ora si deve appoggiare principalmente al turismo delle spiagge e ai residenti
- oscilla in una duplice visione: "destinazione autonoma", da un lato, e arricchimento per le destinazioni mature balneari dall'altro

Considerazioni sull'offerta e l'organizzazione

- a) non sviluppo per ora autonomo della funzione turistica, ma "multifunzione" delle aziende e delle attività produttive attuali
- b) rilievo degli imprenditori locali insieme agli enti pubblici, purché in cooperazione
- c) coinvolgimento delle associazioni locali e degli operatori (Canoa Club, WWF, Ass. Rufino Turanio, Amici dei Musei ecc.)
- d) necessario lavoro sull'accessibilità (segnaletica, ecc.)
- e) lavoro sull'arredo urbano e stradale
- f) definizione responsabilità e ruoli e coordinamento

Stima della domanda

- cura dei piccoli numeri e dei target specifici: comunque conoscenza della domanda attuale e potenziale
- verifica della potenzialità di crescita dei segmenti che possono essere interessati (verde, cultura, tradizioni)
- verifica della potenzialità di affermazione del prodotto e di aumento dei flussi e loro tipologia

E' infine opportuno valutare quale sia l'**impatto economico** delle attività turistiche in un'area come quella del Veneto Orientale.

Valutare a priori l'impatto economico dell'attivazione di attività turistiche presenta la necessità di tener conto di una serie di condizioni, che qui riassumiamo, e dalla considerazione delle esperienze simili, anche all'estero:

- A) i diversi target
- B) il prodotto complessivo consumato
- C) dalle attività già presenti sul territorio che contribuiscono a offrire il prodotto (ristoranti, alberghi, servizi affitto o riparazioni bici, guide, ecc.)
- D) dalla possibilità di attivazione e quindi dalle attività di servizio che possono nascere
- E) dallo sviluppo di attività collaterali a quelle tradizionali delle imprese già operanti sul territorio (es. aziende agricole)

SCHEDE DI SINTESI: I SEGMENTI

I RESIDENTI NELL'AREA

Numeri	Residenti nelle province di Venezia, Treviso, Pordenone: 1.880.000
Caratteristiche del prodotto consumato	Escursionismo: in giornata o mezza giornata Pasti, Escursioni, Visite in cantina, Passeggiate, Visite, Manifestazioni e concerti Trasporti
Interessati a:	Eventi; attività all'aria aperta; enogastronomia; visite a centri minori
Indicatori	Propensione tratta da indagini: aria aperta 40% Pratica di sport eco-orientati: 35% (anche sporadica) Partecipazione a concerti, mostre ecc. Il 32,6% interessato a eventi folk – enogastron; il 13,9% a centri minori il 31% degli italiani visita musei e mostre in un anno il 14% concerti o altro
Potenzialità	Elevata, data anche la maggior comunicazione
Concorrenza	Laguna di Venezia, Riviera del Brenta, Colli asolani e Pedemontana, ecc.
Chiave:	superare l'ottica strettamente locale per ampliare il raggio di attrazione

I TURISTI DALLA SPIAGGE

Numeri	Da Caorle e Bibione: 1 milione circa. Predominanza centro-europa Orientamento
Caratteristiche del prodotto consumato	Escursioni, pasti e prodotti tipici Servizi di guida Trasporti e informazione (anche in lingua)
Interessati a:	città d'arte enogastronomia turismo attivo musica, tradizioni, feste
Indicatori	Il 40% è disponibili ad escursioni (400.000) Maggiori possibilità in bassa stagione Propensione alla mobilità alternativa
Potenzialità	Media
Concorrenza	

Chiave:	a) arricchimento del prodotto balneare e “congruità” nel relax-attivo b) attrazione maggiore rispetto alle alternative
---------	--

GLI INTERESSI SPECIFICI

Numeri	Scuole locali: 760.000 alunni in Veneto Associazioni varie
Caratteristiche del prodotto consumato	Attività specifiche (viste); guide solo in alcuni casi (già predisposte) Servizi; Pasti Trasporti Anche pernottamento
Interessati a:	risorse specifiche e servizi/strutture per attività specifiche
Indicatori	Numeri delle principali associazioni
Potenzialità	Elevata
Concorrenza	Laguna di Venezia; altre aree archeologiche (vedi rete)
Chiave:	Prodotti organizzati e comunicazione mirata

SCHEDE DI SINTESI: I PRODOTTI

L'AMBIENTE E L'ACQUA

Lagune, valli da pesca, fiumi: natura e opera dell'uomo

Premessa:

Poniamo insieme queste voci che sono molto importanti nel territorio e che lo caratterizzano fortemente (anche nel suo legame con il mare). Nello stesso tempo, vogliamo inserire in quest'ambito anche le attività dell'uomo in relazione alle acque, dalla bonifica in poi.

Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> a) Tutela ambientale b) Rivalorizzazione delle aree c) Aumento attrattività d) Funzione per la comunità e didattica e) Incremento reddito agricolo
Le aree (geografiche e tematiche)	<p>Zona nord (fiumi, laghi, mulini, paesaggio, campi chiusi)</p> <p>Zona sud (laguna, valli da pesca)</p> <p>Nautica fluviale</p> <p>Musei</p>
Le iniziative (sviluppate e in itinere)	<p>Oasi Alvisopoli (WWF)</p> <p>Rimboschimento (Boschi di Bandizol e Prasadon zona S. Stino)</p> <p>Recupero dei Mulini di Stalis (provincia)</p> <p>Mulino di Bagnara e percorso verde (privato)</p> <p>Museo civiltà contadina a Belfiore (Comune)</p> <p>Percorsi cicloturistici e pedonali (Comuni, Fiab, Provincia)</p> <p>Interventi (turistici e naturalistico-agricoli) a Valvecchia (Veneto Agricoltura, Regione)</p> <p>Casoni: conoscenza, apertura al pubblico (associazioni, privati, provincia)</p> <p>Percorsi cicloturistici Terzo Bacino (S. Michele)</p> <p>Le ville sull'acqua: villa Bombarda a Portovecchio ecc (privato + enti locali)</p> <p>Navigazione rurale fluviale: barca del Lemene (privati, Cia, Provincia)</p> <p>Agriturismi (privati, ass. agricolt, provincia) e servizi attivi (turismo equestre ecc.)</p> <p>Attività per canoa e sport fluviali (Canoa Club)</p> <p>Segnaletica Terre di Venezia (idrovoce, ponti, bosco)</p> <p>Nascita cooperative guide ecc.</p> <p><i>Parco Laguna (movimenti; rapporti con Palalvo)</i></p> <p><i>Parco del Lemene Reghena (laghi di Cinto) (provincia)</i></p> <p><i>Realizzazione Corridoi verdi –greenways (GAL, Provincia e regione)</i></p>
Considerazioni su soggetti e ruoli	<p>Incremento delle attività nell'ultimo quinquennio</p> <p>Ruolo significativo della provincia, del GAL, e delle associazioni agricoltori, consorzi bonifica</p> <p>Rapporto "elastico" tra strumenti pianificatori (Palalvo, Prastavo)</p>
Vincoli, debolezze	<p>Territorio in parte banalizzato</p> <p>Inaccessibile nelle aree di maggior pregio (Vallegrande)</p>

	<p>Lontananza da servizi in molti casi Limitata capacità di carico (aree protette) Difficoltà sviluppo turistico in ambito rurale</p>
Opportunità, punti di forza	<p>Unicità della risorsa Parchi come elemento caratterizzante e di riconoscibilità Sviluppo del turismo attivo e verde</p>
Interventi necessari	<p>Accessibilità delle risorse: informazione, guida e percorsi, fornitura di servizi sviluppo ricettività di “sostegno” (agriturismi ecc.) con piccoli numeri formazione</p>
Potenzialità della domanda	<p>++ Elevata rispetto ai bassi numeri attuali. Comunque da limitare a causa delicatezza ambiente Target: - specifici (naturalisti, birdwatchers, cicloturisti, canoisti, nautici) - scuole - escursionisti da spiagge - escursionisti da aree limitrofe - turisti attivi (ciclisti, canoisti)</p>

Centri storici, archeologia e cultura

Obiettivi	Valorizzazione risorse
Le aree (geografiche e tematiche)	<p>Area prevalente: Portogruaro e Concordia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Archeologia - Musica e cultura - Città medievale - Ville venete (urbane e no) - Parchi letterari (I. Nievo) - Tradizioni eventi e folklore
Le iniziative (sviluppate e <i>in itinere</i>)	<p>Interventi area archeologica Concordia S. e piazza Ampliamento servizi museali e accoglienza Interventi di manutenzione a Portogruaro Valorizzazione e manutenzione ville Portogruaro, (Comune) Stagione concertistica (Fondazione Musicale ecc.) anche diffusa (concerti in cantina) Stagione spettacolo (Porta d’Oriente (Provincia) Eventi (Pro Loco, Associazioni, Provincia, ecc) Nascita cooperative guide Segnaletica Sviluppo commerciale di Portogruaro <i>Integrazione in itinerari archeologici provinciali di Concordia con le altre località (Provincia)</i></p>
Commento	<p>Polarizzazione area nord Indirizzo ai residenti nell’area e al turismo di lavoro Politiche per “Portogruaro città turistica” (come centro di servizi e commercio) Scarsa spinta all’aumento di ricettività alberghiera</p>
Considerazioni su soggetti e ruoli	<p>Ruolo Soprintendenze, direzione musei, enti locali, associazioni culturali, Fondazione S. Cecilia, Provincia di Venezia, ecc.</p>
Vincoli, debolezze	<p>Ancora scarso sviluppo della funzione turistica, ad eccezione della parte museale Perifericità di Portogruaro rispetto ad altri centri storici minori e rispetto a Venezia Parco letterario non costituito come prodotto, non sviluppati i servizi e la comunicazione Concorrenza di aree limitrofe come Sesto al Reghena e Cordovado e con le aree della provincia più rilevanti</p>
Opportunità, punti di forza	<p>Polo culturale di Portogruaro e particolarità di Concordia</p>
Interventi necessari	<p>Legame con altre attrazioni storico-archeologiche (Via Annia, o anche Museo del mare) del territorio (reti di centri minori) Rinnovamento dell’offerta di servizi museali, maggiore visibilità Ampliamento comunicazione rivolta ai turisti delle spiagge Interventi sul Parco Letterario esistente (eventi legati a Nievo, ecc.)</p>
Potenzialità della domanda	<p>+ Attualmente attrazione su escursionisti, residenti e gruppi scolastici Potenzialità per itinerari strutturati per temi storici e archeologici Crescita prevista: meno evidente rispetto alla base</p>

ENOGASTRONOMIA

Obiettivi	Valorizzazione tipicità e aumento domanda per produzione Integrazione reddito agricolo e agro.alimentare diffusione spesa turistica nell'entroterra Affermazione marchio Lison-Pramaggiore Arricchimento prodotto balneare
Le aree (geografiche e tematiche)	Diffusione (dalla zona lagunare a quella nord) offerta enogastronomica Concentrazione sulla strada vini – area nord
Le iniziative (sviluppate e <i>in itinere</i>)	Creazione strada vini (Regione, Provincia, Consorzio Vini, operatori) Controllo qualità ristorazione e prodotti (?) Eventi quali cene tipiche e circuiti Sviluppo agriturismo (Privati, associazioni) Informazione e comunicazione
Commento	Polarizzazione area nord per Strada Vini
Considerazioni su soggetti e ruoli	Rafforzamento interventi nell'ultimo quinquennio Ruolo Consorzio Vini, GAL, Provincia di Venezia, Assoristora, Pro Loco; Venezia opportunità ecc.
Vincoli, debolezze	Scarsa notorietà Concorrenza di aree del Veneto Difficoltà orientamento turistico degli operatori agroalimentari
Opportunità, punti di forza	Coinvolgimento economico ampio Ricchezza di offerta Contiguità con il prodotto balneare, anche come motivazione
Interventi necessari	Sviluppo pacchetti integrati con centri storici Controllo qualità materie prime Formazione
Potenzialità della domanda	++ oggi puramente escursionistica potenzialità verso target sensibili (lingua tedesca) già presente nell'area Attualmente attrazione su escursionisti e residenti Ancora lontana la spinta al turismo residenziale