



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

## Sintesi 1° Panel

# PRODOTTI TURISTICI e/o PRODOTTO TERRITORIO?



Progetto Finanziato dal Programma di sviluppo rurale per il periodo 2007-2013  
Dipartimento per lo sviluppo rurale e l'agricoltura - Comune Provinciale Città di Belluno  
Autismo di governo: Progetto del Comune - Gennaio 2013 - Progetto Punto a Punto



con il patrocinio di

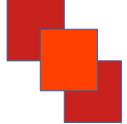
CAMERÀ DI COMMERCIO  
TREVISO - BELLUNO - DOLOMITI  
Innovazione e impresa





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

## “Progetto di Sviluppo e Marketing Territoriale – P.S.M.T. Alta Marca”



# Principali considerazioni emerse

- TURISMO COME ESPERIENZA → la destinazione è diventata ESPERIENZA, i viaggiatori prediligono un'esperienza unica, irripetibile, sempre diversa e personalizzata
- MULTI TURISMO → organizzare il turismo per “temi” individuando tutte le potenzialità che il territorio offre

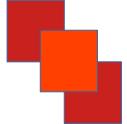


## INDIVIDUAZIONE DEI PLUS TERRITORIALI



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

## “Progetto di Sviluppo e Marketing Territoriale – P.S.M.T. Alta Marca”



# PLUS TERRITORIALI

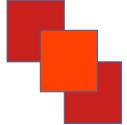
- Il Turismo del vino, enogastronomico
- Le manifestazioni del territorio: accolgono molti turisti, non solo del territorio locale ma anche da fuori
- Reti d'impresa
- Borghi e piccoli centri (turismo culturale), molti fanno parte dei Borghi più belli d'Italia.
- Turismo naturalistico (molinetto della Groda, fontane bianca a Sernaglia, Grotte del Caglieron, ecc...)
- Turismo sportivo – Cicloturismo
- Turismo delle famiglie

Con il patrocinio di:



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

## “Progetto di Sviluppo e Marketing Territoriale – P.S.M.T. Alta Marca”



# MINUS TERRITORIALI

- MANCANZA DELLA CULTURA DELL'ACCOGLIENZA → mancanza della vocazione dell'accoglienza tra gli operatori e necessità di un “turismo business” che non può reggersi solo sul volontariato
- MANCANZA DI UNA STRATEGIA CONDIVISA E NECESSITA' DI CREARE UN NETWORK → necessità di creare una partnership tra Istituzioni ed imprese e condividere una strategia comune di sviluppo senza ripensamenti
- MANCANZA DI UNA PROMOZIONE COORDINATA → superare le numerose iniziative di promozione singole e slegate ed integrarle in un'azione sinergica e pianificata.
- SCARSA ATTENZIONE E CONOSCENZA DEI GIOVANI DEL TERRITORIO

Con il patrocinio di:



**Veneto**  
The Land of Venice  
[www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)

Iniziativa finanziata dal Programma di sviluppo rurale per il Veneto 2014-2020

Organismo responsabile dell'informazione Comitato Provinciale UNPLI Treviso

Autorità di gestione: Regione del Veneto - Direzione AdG FEASR Parchi e Foreste



CAMERA DI COMMERCIO  
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI  
bellezza e impresa

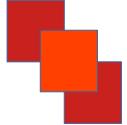




Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

## “Progetto di Sviluppo e Marketing Territoriale – P.S.M.T. Alta Marca”

# POSSIBILI SOLUZIONI

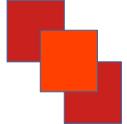


- RUOLO DEI GIOVANI nel RILANCIO DEL TERRITORIO → giovani fondamentali in una duplice prospettiva sia come target turistico da raggiungere ed attrarre sia come AMBASCIATORI dell'IDENTITA' e dei VALORI del territorio dell'Alta Marca.
- NECESSITA' DI FORMARE ED INFORMARE → Formare chi il territorio lo vive e lo abita (in particolare i giovani) ed investire in informazione (strumenti-promozione) per i turisti
- PROMOZIONE DEL TERRITORIO ATTRAVERSO I PRODOTTI → "Prosecco" come traino per gli altri prodotti/eccellenze che il territorio offre e promuoverlo fuori dai circuiti classici → quindi integrare gli altri prodotti del territorio nel paniere di offerta complessiva.
- Attenzione alla SOSTENIBILITA' e BIODIVERSITA' → un territorio vocato al turismo deve essere bello, sano quindi mal si coniuga con impatti negativi di altre attività come una forte industrializzazione.





Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali  
**"Progetto di Sviluppo e Marketing Territoriale – P.S.M.T. Alta Marca"**



# CONCLUSIONI

**Il vero PRODOTTO è il TERRITORIO**

**E' questo a dover essere promosso e valorizzato**