

# WELCOME SACCISICA

«SACCISICA LA GRANDE BELLEZZA»  
IL TURISMO DI UN GIORNO

## INTESA PROGRAMMATICA D'AREA

L'INTESA PROGRAMMATICA D'AREA È PREVISTA DALLA LEGGE REGIONALE 35 DEL 2001 E IN SACCISICA SI COSTITUISCE ATTRAVERSO LA SOTTOSCRIZIONE DI UN PROTOCOLLO D'INTESA FIRMATO IL 6 GIUGNO 2011. VI PARTECIPANO I COMUNI DEL TERRITORIO, LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, LE SIGLE SINDACALI, LE COOPERATIVE SOCIALI DELLA ZONA, LA PROVINCIA DI PADOVA, LA CAMERA DI COMMERCIO E LA BANCA DEL TERRITORIO (BCC PATAVINA). IL COMUNE DI PIOVE DI SACCO, CHA IL RUOLO DI CAPOFILA.

LA PROGETTUALITÀ SI ARTICOLA SEGUENDO GLI ASSI TEMATICI DELLA PROGRAMMAZIONE EUROPEA: COMUNICAZIONE, GREEN ECONOMY, INFRASTRUTTURE SOSTENIBILI, EDUCATION, WELFARE E TURISMO

L'ANIMA E LO SCOPO DELL'IPA STA NEL PENSARE, PROGETTARE E SVILUPPARE INIZIATIVE **PER FARE TERRITORIO**, PER METTERE IN RETE SAPERI, ESPERIENZE, ENERGIE E AREE.

L'IPA È RIMASTO L'UNICO STRUMENTO PER FARE PROGRAMMAZIONE TERRITORIALE, ALL'INSEGNA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE E DELLA VALORIZZAZIONE DI UN'AREA VASTA COME LA SACCISICA.

## INTRODUZIONE – LA SACCISICA

LA SACCISICA SI TROVA A SUD-EST DELLA PROVINCIA DI PADOVA E A SUD –OVEST DELLA PROVINCIA DI VENEZIA SU UNA SUPERFICIE DI CIRCA 250 KMQ. I COMUNI CHE COMPONGONO LA SACCISICA SONO 9, **PIOVE DI SACCO, ARZERGRANDE, BRUGINE, CORREZZOLA, CODEVIGO, LEGNARO, POLVERARA, PONTELONGO, SANT'ANGELO.**

IL TERRITORIO OVUNQUE PIANEGGIANTE, È **SOLCATO DA VARI FIUMI** CHE SPESSO SONO STATI «PROTAGONISTI» DELLA STORIA PASSATA E RECENTE DELLA SACCISICA. SICURAMENTE **IL BRENTA, IL BACCHIGLIONE, LA PALTANA, IL FIUMICELLO, LA BARBEGARA, IL NUOVISSIMO,** HANNO AIUTATO L'AGRICOLTURA, ATTIVITÀ TRADIZIONALE DA SECOLI, CONTRIBUENDO A MANTENERE FLORIDE LE CAMPAGNE. I CAMPI DOMINANO IL PAESAGGIO NELLE ZONE APPENA FUORI LE CITTÀ. IN INVERNO, LA FOSCHIA LI RENDE ANCORA PIÙ MAGICI E MISTERIOSI COPRENDOLI DI COLORI TENUI



## SACCISICA IN NUMERI

CITTA'	SUPERFICIE	ABITANTI
PIOVE DI SACCO	35,6	19.887
ARZERGRANDE	13,6	4.700
BRUGINE	9,6	6.847
CODEVIGO	69,9	6.515
CORREZZOLA	42,5	5.492
LEGNARO	14,9	8.685
POLVERARA	9,9	3.162
PONTELONGO	10,8	3.879
SANT'ANGELO	14,0	7.222
	<b>230,8</b>	<b>66.389</b>

## IMPRESE E ECONOMIA

CITTA'	ADDETTI	IMPRESE
PIOVE DI SACCO	7887	2617
ARZERGRANDE	1230	448
BRUGINE	2318	771
CODEVIGO	1732	886
CORREZZOLA	829	657
LEGNARO	2454	948
POLVERARA	565	318
PONTELONGO	741	339
SANT'ANGELO	2082	832
	<b>19.838</b>	<b>7816</b>

LE GRANDI BELLEZZE – I SITI DI INTERESSE

## PIOVE DI SACCO – LUOGHI D'INTERESSE

IL CENTRO PRINCIPALE DELL'AMPIO TERRITORIO CHE SI ESTENDE A SUD-EST DI PADOVA È PIOVE DI SACCO, CITTÀ DI ORIGINE ALTOMEDIEVALE POSTA A METÀ STRADA TRA PADOVA E CHIOGGIA. NOBILITATA DA UN CENTRO STORICO RICCO DI MONUMENTI E PALAZZI DEL SEI E SETTECENTO, VERO LUOGO DELLO SHOPPING ANCHE GRAZIE AGLI OLTRE **DUE CHILOMETRI DI PORTICI** CHE NE CARATTERIZZANO LE VIE PRINCIPALI. **LA TORRE MEDIEVALE** CHE FU MASTIO DEL SISTEMA FORTIFICATO DEI CARRARESI. DA NON DIMENTICARE CHE LA CITTÀ DIEDI I NATALI A ILLUSTRI ARTISTI COME ENRICO CATERINO DAVILA, ORESTE DA MOLIN, DIEGO E UGO VALERI E, SI IPOTIZZA, A GUARIENTO. SANTUARIO DELLA **MADONNA DELLE GRAZIE**, LA CHIESA FU ERETTA A PARTIRE DAL 1484, IN COTTO; LA FACCIATA CON IL PRONAO, DEL TESSARI, È IN PIETRA (1861). SULLA SOMMITÀ CAMPEGGIANO TRE STATUE IN PIETRA (MADONNA COL BAMBINO E I SS. PIETRO E PAOLO) DI STEFANO BASCHIERATO (1985). ALL'INTERNO, NELLA NAVATELLA MINORE SI TROVA LA SPLENDIDA MADONNA COL BAMBINO (1478 CIRCA) ATTRIBUITA A GIOVANNI BELLINI. **IL SANTUARIO DEL CRISTO DI ARZERELLO**, COSTRUITO NEL SITO DOVE SECONDO UNA LEGGENDA NEL 1550 L'ARATRO DI UN CONTADINO SI SAREBBE INCAGLIATO IN UNA CASSA, SEPOLTA NEL TERRENO, CONTENENTE LA MIRACOLOSA STATUA DEL CRISTO (SECOLO XV) ESPOSTA NELLA CHIESA

## PIOVE DI SACCO – LUOGHI D'INTERESSE

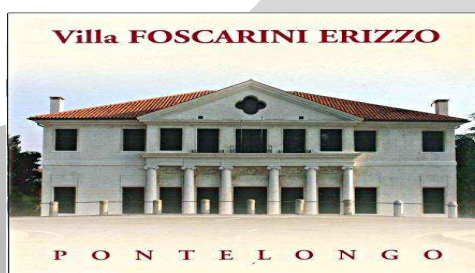
**IL CASONE DI VIA RAMEI**, FU COSTRUITO A INIZIO NOVECENTO DALLA FAMIGLIA ZECCHIN E DISTRUTTO DA UN'ALLUVIONE NEL 1966; ACQUISITO DAL COMUNE, FU RICOSTRUITO E RIAPERTO NEL 1997. HA MURATURA IN ARGILLA, TETTO IN PAGLIA E CANNE, PAVIMENTI IN TERRA BATTUTA; L'INTERNO È ARREDATO CON MOBILI E OGGETTI ORIGINALI, LA CUCINA E LE CAMERE DA LETTO COSTITUISCONO UN PICCOLO MUSEO DELLA CIVILTÀ CONTADINA DELLA SACCISICA. PIÙ OLTRE, LUNGO IL FIUME, SI TROVA **IL CASONE ROSSO**: OGGI È SEDE DI ATTIVITÀ CULTURALI E RICREATIVE.





## PONTELONGO – LUOGHI D'INTERESSE

DA VEDERE E' **VILLA FOSCARINI ERIZZO**, OGGI SEDE MUNICIPALE. LA VILLA FU ERETTA TRA IL 1568 E IL 1570 DA NICOLÒ FOSCARINI COME SEDE PADRONALE, CON BARCHESSE, SPAZI PER ESSICCARE IL FRUMENTO E GIARDINO. SUBÌ POI VARIE TRASFORMAZIONI: A SEBASTIANO FOSCARINI SI DEVONO LE ELEGANTI DECORAZIONI INTERNE. NELL'EX SCUOLA ELEMENTARE ROSA MALTONI TROVA INVECE POSTO DAL 2014 IL **MUSEO GESTA (GUERRA E SACCISICA TESTIMONIANZE AVVENIMENTI)**, DEDICATO ALLE GUERRE DEL NOVECENTO E IN PARTICOLARE ALLA PRIMA GUERRA MONDIALE, CON ATTENZIONE AL TERRITORIO DELLA SACCISICA.



## LEGNARO – LUOGHI D'INTERESSE

NEL 1076 IL VESCOVO ULDERICO DONAVA ALCUNE PROPRIETÀ AI BENEDETTINI DI S. GIUSTINA, PER AMMINISTRARE I LORO POSSEDIMENTI I MONACI VI ERESSERO LA GRANDE **CORTE BENEDETTINA** CHE OGGI È IL PRINCIPALE MONUMENTO DEL PAESE, RISALENTE ALLA PRIMA METÀ DEL QUATTROCENTO. GIUNSE A GOVERNARE 24 FATTORIE DA CUI I PRODOTTI AGRICOLI VENIVANO TRASFERITI ALLA SEDE CENTRALE. L'AIA È LASTRICATA IN COTTO E CONSERVA IL RIQUADRO IN PIETRA USATO PER CALCOLARE LE DECIME. DA NOTARE LE COLONNINE IN PIETRA CON I CAPITELLI, PROVENIENTI DA PIÙ ANTICO MATERIALE DI RECUPERO. A LATO DELLA CORTE SORGE LA CHIESA DI S. BIAGIO, DI ORIGINE MEDIEVALE.



## CORREZZOLA – LUOGHI D'INTERESSE

- NEL 1129 IL MONASTERO DI S. GIUSTINA IN PADOVA ACQUISTÒ UN ENORME FONDO AGRICOLO E POSE IL SUO CENTRO DI RIFERIMENTO PRIMA A CONCADALBERO E IN SEGUITO A CORREZZOLA, ODIERNO CAPOLUOGO, DOVE SI TROVA LA **GRANDE CORTE BENEDETTINA** CHE FU, PER SECOLI, IL RIFERIMENTO ECONOMICO E SOCIALE DEGLI ABITANTI DI QUESTE ZONE. RISALE ALL'INIZIO DEL SECOLO XV QUANDO, TERMINATE LE SANGUINOSE GUERRE TRA PADOVANI E VENEZIANI, I MONACI POTERONO INVESTIRE NELLA RIORGANIZZAZIONE DEI PROPRI POSSESSI E IN GRANDI BONIFICHE, ATTIRANDO NUOVI COLONI. LA CORTE NON ERA UN MONASTERO MA UN CENTRO DIREZIONALE DOVE CONFLUIVANO I RACCOLTI DA CARICARE SUI "BURCI" (BARCONI) CHE LI AVREBBERO PORTATI NELL'ENTROTERRA GRAZIE AL BACCHIGLIONE, CHE CORREVA LUNGO IL MURO NORD DELL'EDIFICIO FACENDO UN'ANSA, RADDRIZZATA NELL'OTTOCENTO. L'ALA OVEST ERA L'ALLOGGIO DEI MONACI, QUELLA A EST OSPITAVA I DEPOSITI (GRANAI E FIENILI);



## BRUGINE – LUOGHI D'INTERESSE

**VILLA ROBERTI**, SORSE SULLE ROVINE DEL CASTELLO MEDIEVALE DEI MACCARUFFO E FU TRASFORMATA VERSO IL 1543-44 AD OPERA DELLA FAMIGLIA DE' ROBERTI. LA VILLA FU POI AFFRESCATA: ALL'OPERA FU CHIAMATO IL VENEZIANO GIOVAN BATTISTA ZELOTTI, ALLIEVO DEL VERONESE, CHE DIPINSE SCENE ISPIRATE ALLE OVIDIANE «METAMORFOSI» NARRATE CON AMPIO RESPIRO E TENUI COLORI. LA VILLA CONSERVA, AL PIANO SUPERIORE, L'ORATORIO REALIZZATO DALL'ARCHITETTO GIROLAMO FRIGIMELICA ROBERTI CON UN PREZIOSO ALTARE BAROCCO IN MARMO BIANCO. LA SCENOGRAFICA BARCHESSA PRESENTA UN PORTICO CADENZATO DA OTTO ARCHI E CAMINI RINASCIMENTALI.



## ARZERGRANDE – LUOGHI D'INTERESSE

È CON OGNI PROBABILITÀ L'UNICO CASONE PADOVANO DEFINIBILE "ORIGINALE" TRA QUELLI ESISTENTI, NON ESSENDO STATO RICOSTRUITO DI RECENTE: FU INFATTI ABITATO FINO AL 2006. È IL **CASONE AZZURRO**, OGGI È DI PROPRIETÀ COMUNALE E NON SOLO È VISITABILE MA VIENE UTILIZZATO PER INIZIATIVE PUBBLICHE, ANCHE GRAZIE AL RETROSTANTE E NUOVISSIMO EDIFICIO DI ACCOGLIENZA PER I VISITATORI. I CASONI ERANO COSTRUZIONI PRIVE DI FONDAMENTA, CON MURI DI PIETRE COTTE AL SOLE E TETTO SPIOVENTE FORMATO DA CANNE PALUSTRI: LA DIMORA TIPICA DEL CONTADO VENETO PIÙ POVERO.



## CODEVIGO – LUOGHI D'INTERESSE

UN'OASI DELLA NATURA, UN PAESAGGIO DI GRANDE FASCINO, UN LUOGO DI TRANQUILLITÀ DOVE ASCOLTARE IL VENTO E OSSERVARE IL VOLO DI NUMEROSE SPECIE DI UCCELLI. QUESTO E MOLTO ALTRO È **VALLE MILLECAMPI**, UN LEMBO DI LAGUNA IN TERRITORIO VENEZIANO, RICONOSCIUTA TRA I PATRIMONI DELL'UNESCO NEL 1987 ASSIEME A VENEZIA E A TUTTA LA SUA GRONDA LAGUNARE, NONCHÉ PARTE DELLA RETE EUROPEA NATURA 2000 (ASSIEME ALLE VICINE VALLI MOROSINA E GHEBO STORTO, DI PROPRIETÀ PRIVATA. VALLE MILLECAMPI SI ESTENDE PER 1608 ETTARI: NON LONTANO DA QUI SAREBBE AVVENUTO LO SBARCO DELLO SPARTANO CLEONIMO, IN UN LUOGO DOVE SOTTILI LINGUE DI SABBIA DIVIDEVANO LE ACQUE INTERNE DAL MARE, COME VIENE NARRATO DALLO STORICO LATINO TITO LIVIO. LA SUA È LA PIÙ ANTICA TESTIMONIANZA DI QUESTO SPETTACOLARE PAESAGGIO DI CANALI, GHEBI E BARENE, DI TERRA E DI CIELO. AL CENTRO DI VALLE MILLECAMPI SI TROVA UNA SORTA DI GRANDE LAGO ATTORNIATO DA BARENE (SORTA DI ISOLOTTI SPESSO SOMMERSI DURANTE LE MAREE) E VELME (SPECCHI D'ACQUA CHE EMERGONO DURANTE LA BASSA MAREA). NUMEROSI CANALI INTERNI DETTI GHEBI PERMETTONO IL TRAVASO DI ACQUE DOLCI E SALATE, LE PRIME PORTATE DAI CANALI SCIROCCHETTO, CAVAIZZA E NOVISSIMO (ANCHE GRAZIE ALL'IDROVORA DELLA FOGOLANA), LE SECONDE DAI CANALI SETTE MORTI E ACQUE NEGRE.

## VALLE MILLECAMPI

QUESTO SCAMBIO DI ACQUE DIVERSE HA PRODOTTO UNA PARTICOLARE PRESENZA DI FLORA E FAUNA, FORMATA DA SPECIE IN GRADO DI ADATTARSI ALL'ELEVATA SALINITÀ DELL'AMBIENTE: ANATRE DI SUPERFICIE O TUFFATRICI, TRAMPOLIERI, RONDINI DI MARE, GABBIANI, STERNE, L'AIRONE BIANCO, LA BECCACCIA DI MARE. VIAGGIARE IN VALLE NON È UNO SCHERZO, È NECESSARIO ESSERE ESPERTI PER DISTRICARSI, ESCLUSIVAMENTE VIA ACQUA, TRA SECCHIE E CANALI CHE POSSONO MUTARE E LA CUI NAVIGABILITÀ DIPENDE DALLE MAREE, DALLE CORRENTI E DAL PERIODO DELL'ANNO. **I CASONI DI LAGUNA** (DIVERSI DA QUELLI CONTADINI DI TERRAFERMA), DOVE RIFUGIARSI E SISTEMARE LE IMBARCAZIONI NELLE CAVANE (TETTOIE COSTRUITE SU UN CANALE) O RIPORRE GLI ATTREZZI E IL PESCE. I CASONI DELLE VALLI ERANO SPESSO IN MURATURA PER RESISTERE AGLI AGENTI ATMOSFERICI E ALLE ACQUE, COME QUELLO, RAGGIUNGIBILE SOLO VIA ACQUA, DETTO **CASONE MILLECAMPI**. PIÙ FACILE È RAGGIUNGERE IL CASONE DELLE SACCHE, VERA PORTA D'INGRESSO ALLA VALLE, CHE OSPITA UNA MOSTRA PERMANENTE SULLE PARTICOLARITÀ NATURALISTICHE E CULTURALI DELLA ZONA LAGUNARE. NELL'ADIACENTE CAVANA DEL MORO LA POLISPORTIVA MILLECAMPI METTE A DISPOSIZIONE CANOE E ALTRE ATTREZZATURE PER ESCURSIONI, E VISITE GUIDATE DA OPERATORI NATURALISTI.

## VALLE MILLECAMPI

IN BICICLETTA SI PUÒ SEGUIRE UN ITINERARIO CHE PERMETTE DI PERCORRERE PER INTERO LA PENISOLA DI CONCHE (KM 16 CIRCA) INCROCIANDO ALCUNI IMPORTANTI IMPIANTI IDRAULICI, FOCI DEI CANALI E PAESAGGI STERMINATI, E ANCHE **LA SPIAGGIA DELLA BOSCHETTONA**, CIRCA 500 M DI SABBIA, AMATA DAI PATITI DELLO SKATE-SURF. NEI PRESSI DEL CASONE DELLE SACCHE IL COMUNE HA REALIZZATO QUATTRO MODERNI CASONI A SCOPO RICREATIVO E CULTURALE. L'UNICA SPIAGGIA DELLA PROVINCIA DI PADOVA





## I FIUMI E GLI ARGINI

DA PIOVE DI SACCO A PADOVA DUE SONO LE VIE CHE SUGGERIAMO PER RECARSI DA PIOVE DI SACCO A PADOVA, O VICEVERSA, TOCCANDO ANCHE ALTRI COMUNI, PER CHI VOLESSE UTILIZZARE LA BICICLETTA EVITANDO STRADE PIÙ BREVI MA TRAFFICATE. SI SEGUONO GLI ARGINI DEI FIUMI E SI PUÒ ANCHE PERCORRERLE CON UN ITINERARIO AD ANELLO. SI PARTE SEMPRE DAL CENTRO DI PIOVE DI SACCO.

**1)BACCHIGLIONE-FIUMICELLO KM. 21.** TOCCA ANCHE: SANTUARIO DELLE GRAZIE, POLVERARA, ISOLA DELL'ABBÀ, LEGNARO (VOLPARO) È L'ITINERARIO PIÙ BREVE E SEGUE L'ARGINE DEL FIUMICELLO E POI DEL BACCHIGLIONE/RONCAJETTE.

**2)BRENTA-FIUMICELLO KM. 25.** TOCCA ANCHE: SANT'ANGELO DI PIOVE E CELESEO, CORTE È L'ITINERARIO PIÙ LUNGO: SI TROVA IL CASONE RAMEI L'ARGINE È QUI UN LUNGO RETTILINEO, TRA L'ALTRO SI COSTEGGIA IL SOLLEVAMENTO TERMINALE DELL'IDROVIA PADOVA-VENEZIA E SI SUPERANO LE BRIGLIE DEL FIUME: SIAMO AL PUNTO IN CUI IL CANALE PIOVEGO CONFLUISCE NEL BRENTA.

## I FIUMI E GLI ARGINI

**3) DA PIOVE DI SACCO A CHIOGGIA KM. 32.** SI PASSA PER: CORTE, CODEVIGO, SANTA MARGHERITA PER ARRIVARE A CHIOGGIA DA PIOVE DI SACCO EVITANDO LE TRAFFICATE STRADE STATALI, IN PARTICOLARE LA ROMEA, L'IDEALE È SEGUIRE L'ARGINE DEL FIUME BRENTA. NEL PUNTO IN CUI BRENTA E BACCHIGLIONE SI UNISCONO, L'ULTIMO TRATTO È UN LUNGO STERRATO. BEN VISIBILE È L'IMPIANTO IDROVORO.

**4) PIOVE DI SACCO - PONTELONGO - CORREZZOLA - VALLE MILLECAMPI KM. 49.** SI RAGGIUNGONO ANCHE: CODEVIGO, SANTA MARGHERITA, VALLE MILLECAMPI, CONCHE QUESTO ITINERARIO CONDUCE DA PIOVE DI SACCO A VALLE MILLECAMPI.



## I FIUMI E GLI ARGINI - PERCORSI

**5) UN GIRO TRA SANTUARI E ORATORI KM. 18.** SI RAGGIUNGONO BRUGINE, CAMPAGNOLA, ARZERELLO USCENDO DAL CENTRO DI PIOVE DI SACCO SI SUPERA LA BELLA VILLA DE' ROBERTI BOZZOLATO L'ORATORIO DELLA BEATA VERGINE DEL ROSARIO, DI ORIGINE SEICENTESCA , IL SANTUARIO DEL CRISTO DI ARZERELLO.

**6) IL PERCORSO DEI TRE CASONI KM. 20.** SI RAGGIUNGONO CORTE, CODEVIGO, ARZERGRANDE, TOGNANA L'ITINERARIO CONDUCE ALLA SCOPERTA DELLE TRE STORICHE DIMORE CONTADINE ANCORA ESISTENTI NEL TERRITORIO. IL CASONE DI VIA RAMEI È RAGGIUNGIBILE SEGUENDO IL CORSO DEL FIUMICELLO, IN PARTICOLARE L'ARGINE DESTRO CICLOPEDONALE, E OLTREPASSANDO IL FIUME SUL PONTE DI LEGNO DOPO IL SOTTOPASSO DELLA STRADA DEI VIVAI, IN VIA RAMEI. IL CASONE ROSSO ALL'ENORME PALAZZO JACUR ENTRO OTTOCENTESCO DI SVILUPPO AGRICOLO DELLA ZONA L'ANTICO PALAZZO DEI MERLI E L'IDROVORA DI CAMBROSO, E IL CASONE AZZURRO

## I FIUMI E GLI ARGINI - PERCORSI



## ENOGASTRONOMIA

DALL'ORTO ARRIVA UN VARIEGATO ASSORTIMENTO DI ORTAGGI AD INIZIARE DAL PROVERBIALE RADICCHIO DI CHIOGGIA IGP E DALL'ASPARAGO DI CONCHE, DA PREPARARE AL CRUDO E AL COTTO. ENTRAMBI OTTIMI DA RISOTTI.

DI BUFALA, CHE NEL TERRITORIO SONO ESPRESSIONE DI ALCUNI ALLEVAMENTI LOCALI CON SPACCIO DI VENDITA DIRETTA

GALLINA DI POLVERARA CI SI FANNO DUE RICETTE PRINCIPALMENTE: "ALLA CANEVERA" E "IMBRIAGA".

VENGONO PIATTI A BASE DI ANGUILLA, ESSENZIALMENTE ALLA BRACE, DI PESCE GATTO E RANE PER FARNE CONDIMENTO DA RISOTTO O FRITTI. LE MOLECHE O MASANETE, OVVERO I GRANCHI VERDI IN FASE DI MUTA DELLA LAGUNA VENETA:

LA CARNE DI CAVALLO, O CARNE EQUINA, SI DISTINGUE PER LA SUA MAGREZZA E PER UNA CARATTERISTICA SAPIDITÀ DALLE SFUMATURE DOLCIASTRE. È POVERA DI GRASSI MA RICCA DI PROTEINE E FERRO. I TAGLI FRESCHI DI GIOVANI ANIMALI SONO PARTICOLARMENTE TENERI E DIGERIBILI. I PIATTI A BASE DI CARNE EQUINA TRADIZIONALI DEL TERRITORIO SONO LA CARNE SECCA «SFILACCI» E LA «STRAECCA»

## ENOGASTRONOMIA

**ANTIPASTI:** FORMAGGI DI BUFALA DELLA SACCISICA CON MIELE DI ACACIA , CARNE SECCA «SFILACCI»

**PRIMI PIATTI:** RISI E BISI; RISOTTO CON GLI ASPARAGI O CON IL RADICCHIO

**SECONDI PIATTI:** ANGUILLA ALLA GRIGLIA ;GALLINA IN "CANEVERA"; STRAECA DI CAVALLO

**CONTORNI:** RADICCHIO DI CONCHE IN INSALATA, ASPARAGI E UOVA,



## IL VENETO E IL TURISMO...E LO «SPAZIO SACCISICA»

## IL TURISMO IN ITALIA

- BUON INCREMENTO DEI FLUSSI TURISTICI DALL'ESTERO (SONO CRESCIUTI SIA ARRIVI CHE LE PRESENZE); NEL TRIENNIO 2015 – 2018)
- FORTE CALO DEL MERCATO INTERNO IN RIPRESA NEL 2015 E NEL 2016 FAVORITO DAL MIGLIORAMENTO DELL'ECONOMIA E DALLA BUONA SITUAZIONE METEO;
- ARTICOLATO E CRESCENTE FENOMENO DEGLI SHORT BREAK(1-2NOTTI);
- RICOMPOSIZIONE DELLE MOTIVAZIONI E DELLE SCELTE DI VIAGGI CHE RIDIMENSIONA I PRODOTTI MASS-MARKET(MARE, CITTÀ D'ARTE, ETC.) E VALORIZZA I TANTI TEMATISMI CHE COMPONGONO IL QUADRO D'OFFERTA
- ECONOMIA VIAGGI E TURISMO: 171 MILIARDI DI EURO (IMPATTO DELL'ECONOMIA ALLARGATA DEL SETTORE TURISTICO SUL PRODOTTO INTERNO LORDO)
- INCIDENZA SUL PIL: 11,8%
- OCCUPAZIONE TURISTICA: 2.609.000 UNITÀ (PREVISIONI 2016 2.653.000) (OCCUPATI DIRETTI E INDIRETTI)
- INCIDENZA SULL'INTERA OCCUPAZIONE NAZIONALE: 12,8%



# IL TURISMO IN ITALIA

REGIONE DEL VENETO

ANNO 19- MARZO 2019

## STATISTICHE

NUMERI E GRAFICI PER CAPIRE IL VENETO

FLASH

Il Veneto offre al turista una vasta gamma di esperienze da vivere, condividere e ripetere. Molteplici sono infatti le sfumature della vacanza, che solo per semplificazione vengono tradizionalmente raggruppate in cinque tipologie: mare, montagna, città d'arte, terme e lago. Ogni soggiorno permette di venire a contatto con la cultura, il paesaggio, le tradizioni, i prodotti e le identità venete.

Il 2017 aveva registrato numeri da record e, si sa, è arduo reggere il confronto con cifre molto superiori al trend disegnato nel corso degli anni. Invece nel 2018 l'appeal dell'offerta turistica veneta, valorizzata dalle capacità imprenditoriali degli operatori e da uno strutturato e sinergico piano di promozione, hanno permesso al

### IL TURISMO IN VENETO NEL 2018: LA CONFERMA DI UN SUCCESSO

Veneto di aumentare ancor più il flusso di visitatori, circa 19,6 milioni (+2,2%)<sup>1</sup>, e di presenze, oltre 69,2 milioni (+0,2%). Nel 2018 è l'interesse dei clienti italiani a crescere maggiormente (+2,8% degli arrivi e +1,6% delle presenze). Gli stranieri crescono nel numero (+1,8%) - confermando la forte attrattività delle località venete - ma non nei pernottamenti (-0,4%). Variazioni positive si registrano per il settore extralberghiero (+4,8% e +0,5%), mentre per quello alberghiero l'interesse aumenta (+0,8% degli arrivi), mentre i pernottamenti mostrano stabilità (-0,1%).

Si tenga presente che queste statistiche riguardano solo coloro che effettuano almeno un pernottamento, cioè gli ospiti delle strutture ricettive per motivi di villeggiatura, affari, benessere, cura, interessi sportivi, religiosi, ecc. Le elaborazioni prescindono invece dal turismo giornaliero, realtà molto significativa per l'economia della nostra regione, che conta all'anno circa 14 milioni di escursioni da parte di cittadini italiani, veneti compresi, che scelgono le località venete per trascorrere una piacevole giornata, specialmente d'estate, al di fuori del luogo abituale di dimora.

<sup>1</sup> Le variazioni sono calcolate al netto di Sappada, comune migrato alla Regione Friuli V.G. nel 2018

# IL TURISMO IN ITALIA

## I NUOVI RECORD DEL 2018

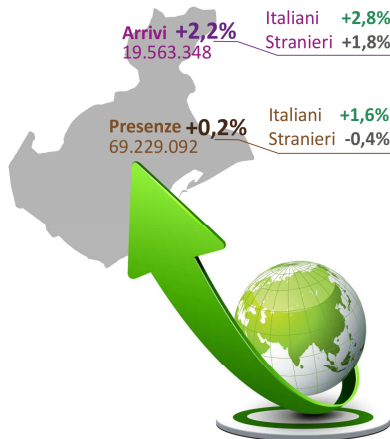
Il confronto con l'anno precedente (\*)

Arrivi **+2,2%**  
19.563.348

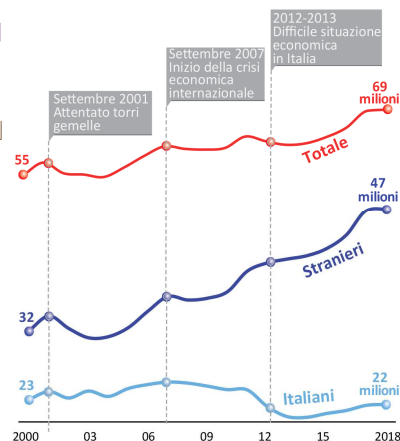
Italiani **+2,8%**  
Stranieri **+1,8%**

Presenze **+0,2%**  
69.229.092

Italiani **+1,6%**  
Stranieri **-0,4%**



Una storia tendenzialmente in salita, fino agli attuali 69 milioni di presenze turistiche



(\*) Al netto del comune di Sappada, migrato al Friuli V.G.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

# IL TURISMO IN ITALIA

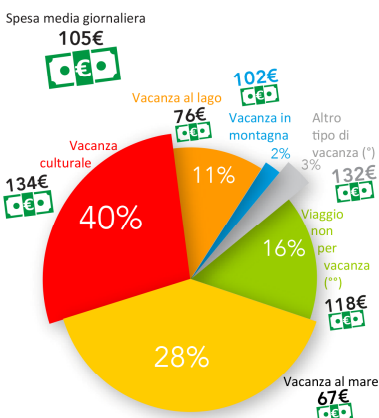
## DA DOVE PROVENGONO I TURISTI CHE SCELGONO IL VENETO?

La graduatoria sulle presenze 2018

Provenienza	Presenze	Quota % sul totale Veneto	Var.% 2018/17 (*)		La tipologia di destinazione più scelta
			Arrivi	Presenze	
Italia	22.346.943	32,3	2,8	1,6	Città (49%)
di cui Veneto	7.408.160	10,7	-3,5	-0,3	Mare (44%)
Germania	15.599.118	22,5	-5,0	-5,5	Lago (39%)
Austria	3.799.369	5,5	0,0	-1,1	Mare (55%)
Regno Unito	2.591.590	3,7	-1,8	-1,3	Città (71%)
Paesi Bassi	2.423.065	3,5	-6,0	-1,9	Lago (44%)
U.S.A.	2.343.472	3,4	10,4	14,1	Città (92%)
Francia	2.011.441	2,9	2,8	0,9	Città (75%)
Svizzera	1.825.427	2,6	-1,2	-2,7	Città (39%)
Danimarca	1.210.201	1,7	-7,0	-8,9	Lago (40%)
Rep. Ceca	1.150.997	1,7	0,4	2,7	Mare (55%)
Polonia	1.148.973	1,7	1,3	-1,3	Città (48%)
Cina	1.027.654	1,5	4,0	5,2	Città (95%)
Russia	918.066	1,3	13,4	7,9	Città (72%)
Spagna	847.828	1,2	12,3	12,3	Città (87%)
...					
<b>Totale</b>	<b>69.229.092</b>	<b>100,0</b>	<b>2,2</b>	<b>0,2</b>	<b>Città (55%)</b>

## GLI STRANIERI SPENDONO IN VENETO CIRCA 6 MILIARDI ALL'ANNO

Quota di pernottamenti e spesa media giornaliera (\*\*) degli stranieri per motivazione del viaggio. Anno 2017



(\*) Confronto al netto del comune di Sappada, migrato al Friuli V.G.  
 (\*\*\*) Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi degli stranieri pernottanti in strutture ricettive. E' esclusa la spesa del viaggio a/r  
 (\*) Vacanza enogastronomica, verde, sportiva, per eventi culturali o sportivi  
 (\*\*) Viaggio con almeno un pernottamento in strutture ricettive per lavoro, studio, acquisti, rivedere parenti o amici, per cure, per motivi religiosi, viaggio di nozze, ecc.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat-Regione Veneto e Banca d'Italia

## TURISMO E CULTURA

 Anno 2018 Presenze turistiche <b>69,2 milioni</b>	 Anno 2018 Arrivi di turisti <b>19,6 milioni</b>	 Anno 2018 Strutture alberghiere <b>2.975</b>	 Anno 2017 Istituti museali <b>297</b>
--	--	---	--

## MOVIMENTO TURISTICO NEL VENETO

### Elaborazione per Regione del Veneto

Movimento annuale per provincia - Anno 2018

	ARRIVI		PRESENZE		TOTALE	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	Arrivi	Presenze
Verona	1.764.169	3.142.198	4.184.469	13.478.746	4.906.367	17.663.215
Vicenza	495.162	329.567	1.307.538	771.134	824.729	2.078.672
Belluno	583.461	413.536	2.381.966	1.321.362	996.997	3.703.328
Treviso	452.464	551.997	1.030.624	1.112.142	1.004.461	2.142.766
Venezia	2.293.209	7.383.941	9.539.532	27.088.881	9.677.150	36.628.413
Padova	1.068.653	780.078	3.142.848	2.346.513	1.848.731	5.489.361
Rovigo	169.278	135.635	759.966	763.371	304.913	1.523.337
<b>TOTALE REGIONE</b>	<b>6.826.396</b>	<b>12.736.952</b>	<b>22.346.943</b>	<b>46.882.149</b>	<b>19.563.348</b>	<b>69.229.092</b>

Elaborazioni Regione Veneto  
 Ufficio di Statistica su dati Istat - Regione Veneto

## IL TURISMO VENETO IN 50 LOCALITÀ

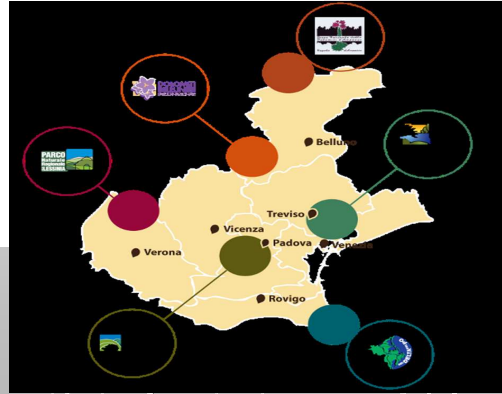
PIÙ DI 15 MILIONI DI TURISTI CONCENTRATI IN 50 LOCALITÀ. È STATO UN 2015 RECORD PER IL TURISMO VENETO, LO SI È PIÙ VOLTE SOTTOLINEATO, CON 17 MILIONI PRESENZE TURISTICHE REGISTRATE NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO. A DARE IL CONTRIBUTO MAGGIORE PER OTTENERE QUESTO PRIMATO SONO STATI PERÒ I SOLITI NOTI: VENEZIA, LE LOCALITÀ BALNEARI, IL GARDA, LE DOLOMITI LE LOCALITÀ TERMALI, CON IL SOLO EXPLOIT DEGLI ULTIMI ANNI REGISTRATO DA ALLA FINE DEI CONTI IL DATO È ABBASTANZA NETTO: IL TURISMO VENETO È TRAINATO SOLO DA 50 LOCALITÀ. È QUANTO EMERGE DAI DATI DELLA REGIONE VENETO ELABORATI IN COLLABORAZIONE CON L'UFFICIO DI STATISTICA. SCORRENDO LA CLASSIFICA DI PRESENZE TURISTICHE NEI VARI COMUNI DELLA REGIONE, SI SCOPRE INFATTI CHE LE PRIME 50 LOCALITÀ DETENGONO IL 91% DI PRESENZE DEL TURISMO REGIONALE.

LE ALTRE? SI DIVIDONO LE BRICIOLE. QUESTA DISOMOGENEITÀ È SINTOMO DI UNA REGIONE CHE HA LOCALITÀ PARTICOLARMENTE FORTI DI TURISMO MATURO, CON I PRO E CONTRO DI QUESTA SITUAZIONE.

## IL CONCETTO DI DESTINAZIONE

## IL CONCETTO DI DESTINAZIONE TURISTICA

LA DESTINAZIONE È UN LUOGO OBIETTIVO DI VIAGGIO, CHE IL TURISTA DESIDERA VISITARE GRAZIE ALLE ATTRAZIONI NATURALI, CULTURALI O ARTIFICIALI CHE ESSO OFFRE.



## IL CONCETTO DI DESTINAZIONE TURISTICA

### LIBERTÀ DI VIAGGIARE VS LIBERTÀ DI INTERSCAMBIO COMMERCIALE ?

- PER I TURISTI SCOPRIRE DESTINAZIONI NUOVE E SEMPRE PIÙ LONTANE RAPPRESENTA UN'ESIGENZA DI FONDO INSITA NEL CONCETTO STESSO DI VACANZA
- IL SETTORE TURISTICO È COSTRETTO SEMPRE AD ADEGUARSI AL COSTANTE ALLARGAMENTO DEI MERCATI
- L'ATTUALE ESTENDERSI DELL'OFFERTA A LIVELLO MONDIALE NE HA TALMENTE MODIFICATO LA DINAMICA CHE, AL CONFRONTO, LA CRESCITA DELLA DOMANDA APPARE MODESTA
- VOLI LOW-COST - INTERNET - NUOVI MODELLI DI FRUIZIONE DELLA VACANZA E DEL TEMPO LIBERO - CRISI ECONOMICA HANNO CAMBIATO IL CONCETTO DI **DESTINAZIONE TURISTICA**



**NON ESISTE "IL" PRODOTTO TURISTICO MA "I" PRODOTTI TURISTICI**

## IL CONCETTO DI DESTINAZIONE TURISTICA

PER ESSERE COMPETITIVA, LA DESTINAZIONE DEVE ESSERE ORGANIZZATA IN MODO TALE CHE L'INTEGRAZIONE E LA COOPERAZIONE TRA SERVIZI, PRODOTTI E LIVELLI GEOGRAFICI SIANO IL PUNTO DI FORZA.

LA CATENA DEL VALORE È IL SISTEMA INTEGRATO DELL'OFFERTA DELLA DESTINAZIONE, CHE RIUNISCE TUTTI I SERVIZI, LE ATTRAZIONI E I PRODOTTI OFFERTI DAL TERRITORIO

INFORMAZIONE E PRENOTAZIONE	VIAGGIO	INFORMAZIONE SUL POSTO	ALLOGGIO	VITTO
TRASPORTO	ATTIVITA' E ANIMAZIONE	DIVERTIMENTO	PARTENZA	FIDELIZZAZIONE

## IL CONCETTO DI DESTINAZIONE TURISTICA

IL TERRITORIO NON SIA SOLO UN CONTENITORE SPAZIALE DELL'OFFERTA, NEUTRO E INTERCAMBIABILE, BENSÌ L'ELEMENTO CHE LA QUALIFICA E LA DIFFERENZIA, DIVENENDO ESSO STESSO RISORSA IN QUANTO CONTESTO (GEOGRAFICO E FISICO) ALL'INTERNO DEL QUALE INSISTONO AZIENDE E ATTORI LOCALI MA ANCHE L'INSIEME DI ELEMENTI SEDIMENTATI NEL TEMPO (ISTITUZIONI, IDENTITÀ, CULTURA, RELAZIONI SOCIALI, CAPACITÀ) CHE HANNO UN RUOLO PROPULSIVO SULL'ATTIVITÀ ECONOMICA ATTRAVERSO IL CAPITALE UMANO E SOCIALE IN ESSO DISPONIBILI.

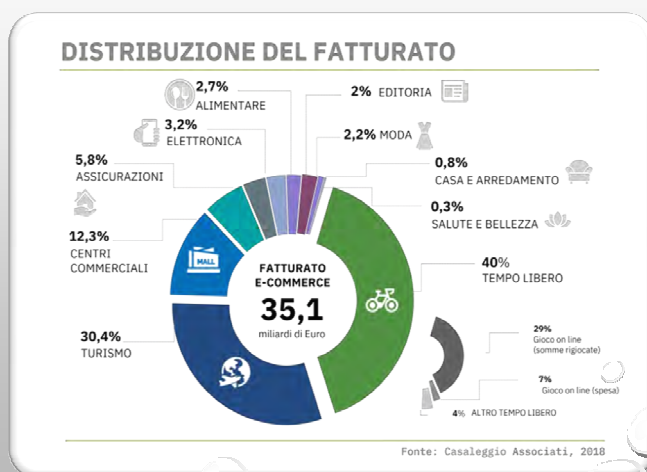
IN GENERALE LA GESTIONE STRATEGICA DI UN TERRITORIO È UN'ATTIVITÀ CHE RICHIEDE IL SUPERAMENTO DI LOGICHE COMPETITIVE INTERNE E IL RAGGIUNGIMENTO DI ACCORDI TRA ATTORI (PUBBLICI E PRIVATI) PER CREARE UNA VISIONE CONDIVISA E STIMOLARE LA PARTECIPAZIONE DI TUTTI I SOGGETTI COINVOLTI NEL DISEGNO COMPLESSIVO DEL TERRITORIO.



## E' IL WEB CHE DECIDE

## E' SUL WEB CHE SI DECIDE

- 1,4 MILIARDI DI SMARTPHONE VENDUTI NEL 2018, 40% IN CINA E INDIA
- OLTRE UN TERZO DELLE PERSONE GUARDA LO SMARTPHONE ENTRO 5 MINUTI DAL RISVEGLIO
- IL 97% DEI VIAGGIATORI CONDIVIDE LE PROPRIE ESPERIENZE DI VIAGGIO SUI SOCIAL MEDIA.
- LE RECENSIONI INFLUENZANO LA PRENOTAZIONE DIRETTA DI HOTEL PER IL 75% DEI CASI.
- IL 84% DEI VIAGGIATORI CONSULTA FINO A 20 RECENSIONI NELLA FASE DI PIANIFICAZIONE DI UN VIAGGIO



## E' SUL WEB CHE SI DECIDE

SECONDO LA GLOBAL SURVEY DI NIELSEN I VIAGGI SI CONFIGURANO COME IL PRIMO SERVIZIO CHE GLI ITALIANI ACQUISTANO ONLINE. ALTRE RICERCHE BASATE SULLE ABITUDINI DI ACQUISTO DELLE PERSONE RIVELA CHE IL 95% DEGLI UTENTI LEGGE LE RECENSIONI ONLINE PRIMA DI PRENOTARE (RICERCA TNOOZ) E IL 70% DEI VIAGGIATORI ARRIVA A LEGGERE FINO A 20 FEEDBACK **PRIMA DI CONTATTARE LA STRUTTURA (WORMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES/ITB BERLIN). DA QUESTO NE CONSEGUE CHE CURARE LA PROPRIA IMMAGINE ONLINE SI CONFIGURA SEMPRE PIÙ COME UN'ATTIVITÀ INELUDIBILE E COME UN IMPORTANTE STEP PER CATTURARE L'ATTENZIONE DEI POTENZIALI CLIENTI.**

ALCUNE FASCE PARTICOLARI DI VIAGGIATORI, UTILIZZANO **LO SMARTPHONE PER CERCARE, VALUTARE ED ACQUISTARE VOLI ED HOTEL PRIMA DI METTERSI IN VIAGGIO. FRA IL 2011 E IL 2015 LE PRENOTAZIONI DI VIAGGIO ONLINE SONO CRESCIUTE DEL 1.700% UN DATO CHE DEVE FARCI RIFLETTERE SULLE POTENZIALITÀ DEL WEB E SOPRATTUTTO DEL MOBILE.**

**COME PUÒ UN TERRITORIO O UNA STRUTTURA RICETTIVA COGLIERE QUESTE OPPORTUNITÀ E A VALORIZZARE LA SUA PRESENZA ONLINE?**

**LA RISPOSTA È SEMPLICE: HAI BISOGNO DI UNA STRATEGIA DI WEB MARKETING.**

## E' SUL WEB CHE SI DECIDE



## IL CUORE DEL PROGETTO

## OBBIETTIVI

### *OBBIETTIVI MEDIO/LUNGO TERMINE DE'IPA*

- 1.LA DEFINIZIONE DI UN PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO DELL'OFFERTA, CHE CONSENTA DI INDIVIDUARE OPPORTUNI BINOMI PRODOTTO/MERCATO MEDIANTE I QUALI RIVOLGERE OFFERTE SPECIFICHE A SEGMENTI MIRATI DI CLIENTELA;**
- 2.L'AUMENTO DELLA SCALA DIMENSIONALE DELL'OFFERTA PROMUOVENDO LA COLLABORAZIONE FRA GLI ATTORI LOCALI E TRASFERENDO AD ESSI COMPETENZE SIGNIFICATIVE IN RELAZIONE ALL'INNOVAZIONE DELL'OFFERTA E DELL'ATTIVITÀ DI MARKETING COME ELEMENTI INDISPENSABILI PER COMPETERE SUL MERCATO TURISTICO;**
- 3.LA PROMOZIONE DI POLITICHE DELLA QUALITÀ DELL'OFFERTA;**
- 4.LA CONSIDERAZIONE DEL VINCOLO DI SOSTENIBILITÀ DELL'OFFERTA TURISTICA**
- 5. LA COERENZA E L'INTEGRAZIONE CON LA POLITICA TURISTICA DEL TERRITORIO**



## OBIETTIVI

1. CHE COSA ABBIAMO?

**ANALIZZARE LE RISORSE E LE ATTRATTIVE DELLA DESTINAZIONE.**

2. CHI VOGLIAMO?

**IDENTIFICARE E SELEZIONARE I TARGET DI MERCATO ADATTI ALLA DESTINAZIONE.**

3. COME POSSIAMO SODDISFARLI ?

**ELABORARE UN PIANO DI SVILUPPO DELL'OFFERTA.**

4. COME POSSIAMO RAGGIUNGERLI ?

**ELABORARE UN PIANO DI MARKETING.**

5. COME POSSIAMO FIDELIZZARLI ?

**STRUTTURARE L'ACCOGLIENZA TURISTICA, ELABORARE AZIONI DI CUSTOMER CARE.**

6. COME MISURARE I RISULTATI?

**MONITORARE LA CUSTOMER SATISFACTION, MISURARE L'IMPATTO ECONOMICO, SOCIALE E AMBIENTALE DEL TURISMO.**

## IL «NUOVO» CONSUMATORE

**IL CONSUMATORE DI OGGI PRODUCE CONTENUTI E RACCONTA ESPERIENZE, QUINDI E' UN SOGGETTO ATTIVO.**

IL SUO VIAGGIO PREVEDE:

•**PRIMA:** SI INFORMA ONLINE, SITI, MAPPE, SOCIAL, RECENSIONI, OPINIONI.

•**DURANTE:** SMARTPHONE, MACCHINE FOTOGRAFICHE E NARRAZIONE. **QUINDI FOTO E CONTENUTI**

SI PUÒ TRANQUILLAMENTE AFFERMARE CHE NELL'ULTIMA DECINA DI ANNI IL COMPORTAMENTO TURISTICO HA VISSUTO UNA VERA E PROPRIA RIVOLUZIONE. IL TURISMO, INFATTI, È UNO DEI SETTORI INDUSTRIALI IN CUI LE NUOVE TECNOLOGIE HANNO TROVATO L'APPLICAZIONE PIÙ VASTA E RAPIDAMENTE ADOTTATA DA TUTTI GLI ATTORI. **IL FENOMENO DELLA DIGITALIZZAZIONE HA PORTATO ALLA FORMAZIONE DI UN MERCATO TOTALMENTE NUOVO, CAUSATO PRINCIPALMENTE DALL'ENORME FLUSSO DI DATI, INFORMAZIONI E CONOSCENZE A DISPOSIZIONE DI CHIUNQUE VOLESSE ACCEDERVI, SENZA LA NECESSITÀ DI UNA PARTICOLARE ABILITÀ NELL'UTILIZZO DEI SISTEMI INFORMATICI.**

## IL «NUOVO» CONSUMATORE

**DA UN PUNTO DI VISTA DI FRUIZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA, GLI ITALIANI SI DIMOSTRANO SEMPRE PIÙ "DIGITALI" E "SOCIAL"...**

### **PRE-VIAGGIO:**

ISPIRAZIONE, RICERCA, PRENOTAZIONE PRE-VIAGGIO

### **IN VIAGGIO:**

PRENOTAZIONE E PAGAMENTI, CONDIVISIONE ESPERIENZA

### **POST-VIAGGIO:**

CONDIVISIONE ESPERIENZA

**75% TRAE SPUNTI DI VIAGGIO DA INTERNET** → **88% RICERCA INFORMAZIONI SU INTERNET**  
**82% PRENOTA ALLOGGI O ACQUISTA BIGLIETTI SU INTERNET** → **44% ACQUISTA SU INTERNET**  
**86% UTILIZZA APP A SUPPORTO DELL'ESPERIENZA** → **IL 61% RECENSISCE ALLOGGI E ATTIVITÀ**

## IL «NUOVO» CONSUMATORE

- LE RECENSIONI SONO FONDAMENTALI PER IL NUOVO TURISTA, ALMENO UN TURISTA SU DUE SI FA CONDIZIONARE DA ESSE.
- L'80% DEGLI UTENTI CONSULTA OLTRE 20 PAGINE DEI MOTORI DI RICERCA PER INFORMARSI SULLA DESTINAZIONE TURISTICA.
- IL 97% CONDIVIDE I PROPRI VIAGGI SUI SOCIAL



## OBIETTIVI



## QUATTORDICI VOLTE PERCHÉ IN SACCISICA

1. **LA MOLTIPLUDINE DI SITI DI INTERESSE; VILLE VENETE, CASONI, VALLI, PIAZZE, CENTRI STORICI, ECC.**
2. I TURISTI DI SOTTOMARINA SONO A 20 MINUTI DI AUTO E/O MEZZI PUBBLICI DALLA SACCISICA. SPESSE SONO TURISTI ABITUALI CHE POSSONO SPOSTARSI PER UN GIORNO PER VISITARE NUOVE REALTÀ
3. I TURISTI DI ROSOLINA MARE E DELLE SPIAGGE LIMITROFE NON HANNO, AD ESCLUSIONE DEL DELTA DEL PO, LUOGHI DA VISITARE. LA SACCISICA È IL LUOGO PIÙ VICINO
4. I TURISTI TERMALI DEL COMPRESORIO DI ABANO E MONTEGROTTO TERME POSSONO RAGGIUNGERE FACILMENTE IL TERRITORIO SACCISICA DOPO I CLASSICI FANGHI.
5. LA VICINANZA ALLA CITTÀ DI PADOVA; SONO MOLTEPLICI I COLLEGAMENTI CHE UNISCONO PADOVA AI COMUNI DEL TERRITORIO
6. PER IL TURISTA CHE VISITA IL TERRITORIO DELLA RIVIERA DEL BRENTA E LE SUE MERAVIGLIOSE VILLE LA SACCISICA È A POCHISSIMA DISTANZA CON UN'OFFERTA DIVERSA MA ALTRETTANTO INTERESSANTE
7. **LA CAPACITÀ DI OFFRIRE ALTERNATIVE ALLE VARIE SENSIBILITÀ TURISTICHE (CAMPERISTI- BICICLETTA – LUOGHI DI CULTO – LUOGHI D'INTERESSE – NATURA ECC.)**

## QUATTORDICI VOLTE PERCHE' IN SACCISICA

8. LA MOLTITUDINE DI SITI DI INTERESSE; VILLE VENETE, CASONI, VALLI, PIAZZE, CENTRI STORICI, CASONI.
9. **UN TURISMO RURALE FATTO DI CORSI D'ACQUA, TERRE DA ESPORARE E DI NATURA**
10. VENEZIA NON HA STRUTTURE SUFFICIENTI ED È A 40 MINUTI DI TRENO
11. UN PERCORSO GASTRONOMICO UNICO NEL SUO GENERE PER COERENZA ED INTRECCIO CULINARIO, ASPARAGO, RADICCHIO, BUFALA, RISOTTIO, CARNE EQUINA, GALLINA.
12. UN TERRITORIO RICCO DI EVENTI CULTURALI E DI MANIFESTAZIONI POPOLARI
13. LA CAPACITA' DI CONIUGARE UNA MODERNITA' SIGNIFICATIVA CON LE TRADIZIONI MILLENARIE
14. **VIVERE IN UNA GIORNATA UN CONCENTRATO LUOGHI EMOZIONANTI**

## IL CUORE DEL PROGETTO

**LA SACCISICA SI TROVA IN POSIZIONE BARICENTRICA RISPETTO AD ALCUNE DELLE PRINCIPALI METE TURISTICHE DEL VENETO (VENEZIA, PADOVA, COLLI EUGANEI, TERME, CHIOGGIA) E SI COLLOCA STRATEGICAMENTE DA UN PUNTO DI VISTA LOGISTICO, È INFATTI A 20 MINUTI DAL MARE E A 20 MINUTI DALLA CITTÀ DEL SANTO. SI TROVA IN PROSSIMITÀ DI ASSI VIARI IMPORTANTI, LA ROMEA, LA STRADA DEI VIVAI, LA SS 516, E A SOLI 20 KM DAL CASELLO AUTOSTRADALE DI PADOVA INTERPORTO. VA INOLTRE SOTTOLINEATO COME LA TRATTA FERROVIARIA ADRIA-PIOVE DI SACCO-VENEZIA SIA IMPORTANTE PER IL COLLEGAMENTO CON IL CAPOLUOGO REGIONALE.**

DALLA SACCISICA, IN PARTICOLARE DA PIOVE DI SACCO, LA STAZIONE DEGLI AUTOBUS PERMETTE UN COLLEGAMENTO COSTANTE CON PADOVA, CHIOGGIA, VENEZIA, ROVIGO E LA RIVIERA DEL BRENTA. INFINE IL TERRITORIO SACCISICA SI TROVA A SOLI 35 KM DAL TURISMO TERMALE DI ABANO TERME. PREMESSO TUTTO CIÒ, AI TURISTI DI CHIOGGIA, DI VENEZIA, DI ABANO, DI PADOVA E DI ALTRE LOCALITÀ LIMITROFE **POSSIAMO OFFRIRE UNA META ALTERNATIVA, OVVERO IL TURISMO DI UN GIORNO**, SENZA ESSERE CONCORRENZIALI CON LE CITTÀ TURISTICHE SOPRA CITATE, MA PARTNER, PER OFFRIRE AI LORO TURISTI UN SERVIZIO, UN TERRITORIO NUOVO DA ESPORARE, DELLE BELLEZZE INESPLORATE DA SCOPRIRE. ATTRAVERSO UN GRANDE PIANO DI COMUNICAZIONE, SUPPORTATO DA INVESTIMENTI TECNOLOGICI INNOVATIVI E DI INFRASTRUTTURE MODERNE LA SACCISICA PUÒ CARATTERIZZARSI COME LA CAPITALE DEL TURISMO DI UN GIORNO.

## LE COSE FATTE

## LE COSE FATTE

1. GUIDA TURISTICA DELLA SACCISICA – 10.000,00€
  2. SITO INTERNET PROVVISORIO – 2.000,00 €
  3. APP TOURISM SACCISICA – 7.000,00 €
  4. WORK SHOP TURISMO 2017 – 2.500,00 €
  5. WORK SHOP TURISMO 2018 – 2.500,00 €
  6. ACCORDO PARTNERSHIP TURISTICA COMUNI TERMALI
  7. ACCORDO PARTNERSHIP TURISTICA LIDI DI CHIOGGIA
  8. ACCORDO PARTNERSHIP TURISTICA COMUNE DI ROSOLINA
  9. INCARICO ETIFOR PER SVILUPPO ORGANIZZAZIONE TURISTICA – 10.000,00 €
  10. COMUNICAZIONE VARIA – 5.000,00 €
  11. INCARICO VIVI LA VILLA SUPPORTO DI SEGRETERIA ANNI 2018/2019 – 8.000,00 €
  12. INCARICO DI SEGRETERIA FORMEL ANNI 2016/2017 – 10.000,00 €
  13. CARTA A STRAPPO E BROCHURE DI ACCOGLIENZA
- TOTALE: 57.000,00 €**

## BUSINESS PLAN – INVESTIMENTI – COSE DA FARE

### ARGINI DEI FIUMI

COME ABBIAMO VISTO GLI ARGINI DEI FIUMI RAPPRESENTANO UNA DELLE ASSOLUTE BELLEZZE E CARATTERIZZAZIONI DEL TERRITORIO, NON SUFFICIENTEMENTE VALORIZZATE. GLI ARGINI DEI FIUMI POTREBBERO ESSERE META IMPORTANTE DEL COSIDDETTO TURISMO LENTO, UN VISITATORE IN CERCA DI NATURA E BELLEZZA, CHE FA DEL CICLOTURISMO IL SUO PRINCIPALE STRUMENTO.



## PACCHETTI TURISTICI

I PACCHETTI TURISTICI, SOPRA RIPORTATI COME ESEMPIO, POSSONO ESSERE UN ESPERIMENTO IMPORTANTE PER LA CONOSCENZA E LO SVILUPPO DEL TERRITORIO. OLTRE ALLA REALIZZAZIONE DI TALI PACCHETTI SERVE DOTARSI DI UN ACCORDO CON GLI OPERATORI DEL SETTORE DEI TRASPORTI PER GLI SPOSTAMENTI DEI TURISTI. SERVIRÀ L'AUSILIO DI UNA GUIDA TURISTICA E UNA NATURALISTICA DA AFFIANCARE AI VISITATORI. SIAMO ALTRESÌ CONSAPEVOLI CHE UN ACCORDO CON LE AGENZIE VIAGGI DELLA ZONA SARÀ FONDAMENTALE PER DARE UN MAGGIORE IMPULSO A TALE PROPOSTA. SARÀ NECESSARIO DARE GRANDE RISALTO IN TERMINI DI COMUNICAZIONE, ATTRAVERSO TUTTI GLI STRUMENTI POSSIBILI, AI PACCHETTI TURISTICI PER LA LORO VISIBILITÀ E PROMOZIONE.

## CAMPAGNA COMUNICAZIONE

- ▶ CARTELLONISTICA 6X3 PUBBLICIZZANDO I SITI TURISTICI
- ▶ CAMPAGNA COMUNICAZIONE VIA RADIO
- ▶ CAMPAGNA COMUNICAZIONE TV LOCALI
- ▶ CAMPAGNA COMUNICAZIONE MEDIA LOCALI
- ▶ CAMPAGNA COMUNICAZIONE SOCIAL MEDIA

## COSE DA FARE

### **PERSONALE**

- › SPESE PERSONALE (TECNICO + AMMINISTRATIVO+ FRONT OFFICE)
- › DMS

### **MARKETING COMUNICAZIONE**

- › PROGETTO IMMAGINE COORDINATA
- › PROGETTO EDITORIALE (TESTI, TRADUZIONI)
- › PRODUZIONE MATERIALE INFORMATIVO
- › MANIFESTAZIONI TURISTICHE LOCALI
- › INFOPOINT

## COSE DA FARE

### **INTERNET**

- › GESTIONE SITO (HOSTING)
- › MANUTENZIONE SITO ANNO
- › COMUNICAZIONE E PROMOZIONE WEB E SOCIAL

### **COMMERCIALIZZAZIONE**

- › FIERE
- › EVENTI B2B
- › GESTIONE DMS



## COSE DA FARE

### INTERNET

- › NUOVO SITO E GESTIONE (HOSTING)
- › MANUTENZIONE SITO ANNO
- › COMUNICAZIONE E PROMOZIONE WEB E SOCIAL

### COMMERCIALIZZAZIONE

- › FIERE
- › EVENTI B2B
- › GESTIONE DMS

## BISOGNEREBBE...INOLTRE...

VA INTRAPRESA UNA FORTE INIZIATIVA DI WEB MARKETING NEL SOLCO DI:

PRIMA DELL'ARRIVO

INFO POINT

SITO WEB

E-COMMERCE

NEWSLETTER

FIERE

EVENTI

SINERGIE

DURANTE IL SOGGIORNO

MATERIALE INFORMATIVO

RETE STRUTTURE RICETTIVE

SOCIAL

DIGITAL

TOTEM TOUCH

DOPO LA PARTENZA

DIGITAL ADS

NEWSLETTER

PARTNERSHIP TRASPORTI



HOPE

## CONCLUSIONI

## WELCOME SACCISICA

**LA SACCISICA HA LA FORTUNA DI TROVARSI IN UNA POSIZIONE STRATEGICA E DI POTER OFFRIRE UN TERRITORIO BELLISSIMO E VARIEGATO DA VISITARE. LA SACCISICA PUÒ E DEVE DIVENTARE LA CAPITALE DEL «TURISMO DI UN GIORNO». IL TERRITORIO NON HA NÉ IL MARE, NÉ LA MONTAGNA, MA HA VILLE STORICHE, SANTUARI DEL QUATTROCENTO, PIAZZE CIRCONDATE DA OLTRE DUE CHILOMETRI DI PORTICI, DEI CASONI CHE RAPPRESENTANO UN UNICUM NEL VENETO, VALLE MILLECAMPI ( PATRIMONIO DELL'UNESCO) CHE NULLA HA AD INVIDIARE ALLA CAMARGUE FRANCESE, LE CORTI BENEDETTINE, LA POESIA DEGLI ARGINI DEI FIUMI, E MOLTI ALTRI LUOGHI FAVOLOSI. SERVIRÀ UN GRANDE PIANO DI COMUNICAZIONE PER FAR CONOSCERE «LA GRANDE BELLEZZA DELLA SACCISICA», UN ACCORDO CON LE ASSOCIAZIONI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO E ALBERGHIERE DELLE TERME DI ABANO, DI CHIOGGIA E SOTTOMARINA, DI VENEZIA, DI ROSOLINA MARE E DEI SETTE COMUNI DELL'ALTOPIANO DI ASIAGO. A QUESTI SOGGETTI LA SACCISICA POTRÀ OFFRIRE UNO SVAGO DI UN GIORNO A CHI SI CONCEDE UNA VACANZA NEI LUOGHI SOPRACITATI.**

# WELCOME SACCISICA

CHIARAMENTE LA SACCISICA NON SI PONE IN MODO CONCORRENZIALE RISPETTO ALLE PRINCIPALI METE TURISTICHE E DI VACANZA, MA VUOLE RAPPRESENTARE **UNA META PARTICOLARE CON UNA PROPOSTA DI «TURISMO DI UN GIORNO»** AL DI FUORI DEGLI SCHEMI, PER UN'ESPERIENZA VELOCE E SPECIALE.



# PARTNER PROGETTO TURISTICO

COMUNE DI PIOVE DI SACCO  
 COMUNE ARZERGRANDE  
 COMUNE BRUGINE  
 COMUNE CODEVIGO  
 COMUNE CORREZZOLA  
 COMUNE LEGNARO  
 COMUNE POLVERARA  
 COMUNE PONTELONGO  
 COMUNE SANT'ANGELO  
 COMUNE SAONARA  
 PROVINCIA PADOVA  
 CAMERA DI COMMERCIO DI PADOVA

CIA  
 COLDIRETTI  
 CONFAGRICOLTURA  
 CONFARTIGIANATO  
 CNA  
 UPA  
 CONFINDUSTRIA  
 GGIL  
 CISL  
 UIL  
 BANCA PATAVINA  
 COOP MAGNOLIA

COOP CARESA'  
 COOP GERMOGLIO  
 WIGWAM  
 ETFOR  
 ASS. VIVI LA VILLA  
 PROLOCO  
 PIOVE AMICA  
 CONS. PROMOPIOVE  
 REGIONE VENETO  
 ENAIP VENETO  
 CESCOT  
 REALE MUTUA

# PARTNER PROGETTO TURISTICO

PROGETTO A CURA DELL' **INTESA PROGRAMMATICA D'AREA DELLA SACCISICA**

COMUNE CAPOFILA PIOVE DI SACCO: PIAZZA MATTEOTTI, 2 35028 PIOVE DI SACCO (PD)

CONTATTI: 049/9709111 – [COMMERCIO@COMUNE.PIOVE.PD.IT](mailto:COMMERCIO@COMUNE.PIOVE.PD.IT)

## REFERENTI PROGETTO:

ASSESSORE LUCA CARNIO – [LUCA.CARNIO@ALVICA.IT](mailto:LUCA.CARNIO@ALVICA.IT) – 3701201971

DOTT.SSA LAURA LONCAO - [COMMERCIO@COMUNE.PIOVE.PD.IT](mailto:COMMERCIO@COMUNE.PIOVE.PD.IT) - 049/9709111

DOTT.SSA CRISTIANA COBIANCO – [COBIANCO@COMUNE.PIOVE.PD.IT](mailto:COBIANCO@COMUNE.PIOVE.PD.IT) - 049/9709111

DOTT.SSA MARINA MENEGHELLO – [IPASACCISICA.SEGRETERIA@GMAIL.COM](mailto:IPASACCISICA.SEGRETERIA@GMAIL.COM)